



*El último informe de Criteo muestra que los consumidores están cada vez más cómodos con las compras móviles*

### *Móvil supone ya casi el 30% de las ventas de eCommerce en España*

Madrid – 6 de abril, 2015 – [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), compañía tecnológica global de marketing de resultados, descubre en su informe “State of Mobile Commerce” del primer trimestre de 2015, que los dispositivos móviles son ya responsables de más del 33% del *eCommerce*, y en el caso de España, de casi el 30%. En particular, los *smartphones* están remplazando a las tabletas y se están convirtiendo en el dispositivo móvil por excelencia. Esto significa que el éxito de los anunciantes dependerá de su habilidad para ofrecer un sitio móvil irresistible.

En el estudio se pone de manifiesto que la cuota de transacciones de *eCommerce* vía iPhone ha pasado del 8% en octubre de 2014 al 10% el pasado febrero, y que desde la introducción del iPhone 6 en septiembre, el crecimiento de las operaciones vía el teléfono de Apple ha sido significativo, llegando hasta el 18%.

Los *smartphones* Android representan el 6% de las operaciones de *eCommerce* en retail, y el 8% en viajes. La compañía de Cupertino continúa dominando en tabletas: iPad genera el 11% de las transacciones de retail, frente al 2% de tabletas Android.

En España el *smartphone* gana la partida a la tableta en el porcentaje de transacciones en retail: 56% frente al 44%. En viajes, el tablero está más igualado: 51% *smartphones* y 49% tabletas.

Por su parte, la cuota de transacciones de comercio móvil es del 29% en el sector retail y del 23% en el de viajes, frente al 28% y 20%, respectivamente, del último trimestre de 2014.

En ambos sectores son los *smartphones* Android y la tableta de Apple (el iPad) los que se llevan la palma en operaciones de venta en España. Así, mientras en retail suponen el 11% y el 9%, respectivamente, de la cuota de transacciones de *eCommerce*, en viajes significan el 9% y el 8%.

Y se colocan a gran distancia del iPhone y de la tableta Android, con el 5% y el 4% de la cuota en retail, y el 3% en el caso de viajes para cada uno de estos dispositivos.

En retail, las tabletas tienen unos ratios de conversión más altos que los *smartphones* en España. Frente a una tasa global de conversión del 1,8%, las tabletas suman un 5% (2,7% el iPad y 2,3 las de Android). La tasa de conversión del iPhone es del 1,7% y la del *smartphone* Android, del 1,5%.

La nueva edición del “State of Mobile Commerce” también desvela que los *smartphones* son más populares a la hora de comprar durante las primeras horas del día (más del 20% de las compras) mientras que las tabletas se utilizan más por la tarde y la noche (en ese tiempo se produce más del 29% de las transacciones).

“El comercio móvil se está disparando”, afirma Jonathan Wolf, chief product officer, Criteo. “Solo en el último trimestre las transacciones en este comercio han aumentado un 10% en EE.UU. Los *smartphones* representan ahora la mayoría de las operaciones móviles, y el aumento del número de pantallas de mayor tamaño, junto a mejores sitios móviles, acelerarán esta tendencia.”

Estas son las principales conclusiones del estudio, basado en el análisis por parte de Criteo de datos individuales a nivel de transacción de más de 160.000 millones de dólares de ventas globalmente:

- **Las transacciones móviles en EE.UU. crecieron un 10%** en los últimos tres meses y lo hicieron en todas las categorías de retail.
- **Todo va de smartphones.** La mayoría de las transacciones móviles en Norteamérica y los principales países proviene de estos teléfonos, con la excepción de Alemania y Reino Unido. El aumento del grado de confort en las compras y el mayor tamaño de las pantallas están contribuyendo a este hecho.
- **No hay límite.** La mayoría de todas las transacciones en Japón y Corea del Sur es ya móvil. Para finales de 2015, la cuota de transacciones en el área móvil supondrá el 36% del *eCommerce* en España, el 33% en Estados Unidos y hasta el 40% globalmente.
- **El embudo de la conversión móvil ha llegado.** Los consumidores vieron la misma cantidad de productos en ordenador y en *smartphone*, pero con unas menores tasas de compra y de “añadir a la cesta” en *smartphone*.

“El gran crecimiento de las transacciones móviles durante los tres primeros meses de este año frente al anterior trimestre muestra que los consumidores están ahora muy cómodos comprando desde sus *smartphones* en todas las categorías”, manifiesta Wolf. “Realmente no hay límite para este crecimiento. Móvil significa más de la mitad de todas las transacciones de *eCommerce* en los mercados avanzados como Japón y Corea del Sur”.

Para descargar el informe “State of Mobile Commerce” completo, visita [www.criteo.com/resources/mobile-commerce-q1-2015/](http://www.criteo.com/resources/mobile-commerce-q1-2015/) y para más información acerca de Criteo y su tecnología, visita <http://www.criteo.com/es/>

###

### **Acerca de Criteo**

Criteo ofrece marketing de resultados personalizado a escala global. Medición del retorno de ventas post-clic y un ROI transparente y fácil de medir. Criteo cuenta con más de 1.300 empleados en 24 oficinas en América, Europa y Asia-Pacífico, y tiene relaciones directas con más de 9.000 editores, sirviendo a más de 7.000 anunciantes de todo el mundo.

Para más información, por favor, visita <http://www.criteo.com>

### **Contactos prensa**

Alexandra Pelissero  
Criteo  
Tél : +331 70 56 79 12

Ana Morell Hita / Poli Sánchez  
Trescom para Criteo  
Trescom Comunicación  
Tel.: 91 411 58 68 / 657 01 36 44

[A.pelissero@criteo.com](mailto:A.pelissero@criteo.com)

[ana.morell@trescom.es](mailto:ana.morell@trescom.es) / [poli.sanchez@trescom.es](mailto:poli.sanchez@trescom.es)