



El último informe de Criteo revela que la experiencia de usuario es mejor a través de este canal

Las Apps generan casi el 50% del comercio móvil, según el “State of Mobile Commerce”

Madrid – 9 de julio, 2015 – [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), compañía tecnológica global de marketing de resultados, revela en la nueva edición de su informe “State of Mobile Commerce” que apps y multidispositivo lideran el comercio móvil. Las aplicaciones generan casi el 50% de las transacciones y el 47% de los ingresos para los retailers.

Las apps se están convirtiendo en un motor clave de ingresos para los comerciantes, quienes han hecho de ellas su experiencia prioritaria. No en vano, ofrecen mejores resultados que cualquier otro canal. Las apps producen casi la mitad de las operaciones del comercio móvil y son significativas en las reservas de viajes “de último minuto”. Hasta el 42% de las transacciones móviles proviene de estas reservas, de acuerdo con la investigación de Criteo, correspondiente al segundo trimestre de este año.

Las apps convierten a un ritmo mayor que otros canales. Un hecho que indica que la experiencia de usuario es mejor a través de este canal que en escritorio y navegador. También refleja que son los clientes más fieles, con unas tasas de conversión más altas, quienes usan las apps.

En el sector retail, en particular, los consumidores que usan apps convierten a un ritmo tres veces mayor que los que emplean un navegador móvil. En el caso de viajes, la tasa de conversión frente a navegador móvil es casi dos veces mayor.

La razón de estos ratios más altos de conversión hay que buscarla en que las apps proporcionan una mejor experiencia de navegación de producto. Los compradores ven tres veces más los productos vía apps que en navegadores móviles debido a una experiencia de usuario más atractiva. Y como resultado, muchos más de estos productos se añaden a la cesta de la compra.

En el sector retail, el valor medio por pedido en app, navegador móvil y escritorio es casi el mismo. En el caso de viajes, en cambio, dicho valor es inferior en móvil que en escritorio debido a que el primero se utiliza para compras “del último minuto”, de menor coste, como sucede en el sector hotelero.

De acuerdo con la investigación de Criteo, realizada a partir de 1.400 millones de transacciones por un valor de 160.000 millones de dólares en ventas anuales, en España móvil significa el 29,5% de las transacciones de comercio electrónico, una cuota que se dispara hasta el 41,4% en el caso del primer cuartil de los retailers más avanzados en comercio móvil.

Una de cada tres operaciones en “moda y lujo”, “hogar y artículos” deportivos se realiza vía dispositivos móviles.

“Salud y belleza” es una categoría que registra un crecimiento consistente según se va produciendo la adopción de los *smartphones*. “Viajes”, por su parte, una categoría que históricamente ha tenido un rendimiento lento, está creciendo con rapidez.

El *smartphone* concentra la mayoría de operaciones del comercio móvil en España, aumentando hasta el 59% de abril a junio. Si bien su ratio de conversión es menor que el de la tableta o el PC, este dispositivo genera más transacciones debido al tráfico significativamente mayor que genera.

El estudio de Criteo muestra cómo los retailers van a la zaga del comportamiento de los consumidores móviles, y ofrece las cuatro grandes tendencias que van a dominar el paisaje del comercio móvil:

- 1) El crecimiento del comercio móvil es imparable. A finales de este año la cuota de comercio móvil mundial habrá alcanzado el 40%.
- 2) El *smartphone* seguirá desplazando a la tableta conforme vaya incorporando pantallas más grandes. Apple está ganando terreno a Android, si bien ambos ganan la partida a un PC cada vez más contraído.
- 3) Las aplicaciones son la próxima frontera. Los anunciantes comenzarán a invertir de forma considerable en sus apps móviles como una manera de conseguir más conversiones que en escritorio y de comprometerse con sus clientes más fieles.
- 4) Lidar con el comportamiento multidispositivo es el mayor desafío y a la vez la mayor oportunidad para los retailers en 2015. Con el 40% de las ventas ya multidispositivo, los comerciantes tienen que empezar a hablar a los usuarios, y dejar de hacerlo a los dispositivos.

Para descargarte el informe “State of Mobile Commerce” completo, visita <http://www.criteo.com/es/resources/mobile-commerce-q2-2015>, y para más información acerca de Criteo y su tecnología, visita <http://www.criteo.com/es/>

###

Acerca de Criteo

Criteo es un líder global en la publicidad digital de resultados, que trabaja con más de 10.000 editores y más de 7.500 clientes. La compañía cuenta con más de 1.500 trabajadores en sus oficinas repartidas por América, Europa y Asia. Los anuncios de Criteo alcanzan a más de 1.000 millones de usuarios únicos de Internet (comScore, marzo 2015). Para obtener más información, por favor, visite <http://www.criteo.com/es/>

Contactos prensa

Alexandra Pelissero
Criteo
Tél : +331 70 56 79 12

A.pelissero@criteo.com

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

ana.morell@trescom.es / poli.sanchez@trescom.es