

En España casi 5 de cada 10 compras implican múltiples dispositivos, según la última edición del "State of Mobile Commerce" de Criteo

Las apps generan el 58% de los ingresos móviles en España

Madrid, 23 de octubre de 2015.– [Criteo](#), compañía tecnológica global de marketing de resultados, revela en su última edición del [State of Mobile Commerce](#) correspondiente al tercer trimestre del año que el móvil se está convirtiendo en el dispositivo preferido entre los compradores. Un 38% de quienes utilizan múltiples dispositivos y cambian constantemente de uno a otro, termina comprando con su móvil. Y hay que tener en cuenta que hoy la mitad de las transacciones incluye múltiples dispositivos.

En España, casi **5 de cada 10 compras involucraran múltiples dispositivos**. De las compras que son completadas a través de ordenadores, un 47% de los compradores dice que utilizó al menos otro dispositivo antes de comprar. Y de un 35% a un 49% de los compradores emplea también otro dispositivo antes de finalizar su compra en el móvil. Unos hechos que obligan a los comerciantes a rediseñar la experiencia de compra online.

Esto significa que el *smartphone* no es únicamente un dispositivo de búsqueda ya que cada vez son más los consumidores que hacen la búsqueda desde casa en su PC y terminan comprando en el móvil. El 40% de las ventas desde el ordenador incluye al móvil antes de la compra y hasta un 43% de las transacciones conlleva, al menos, una búsqueda a través de él. Es decir, los usuarios visitan la página web vía móvil y PC cuando hacen su búsqueda antes de comprar.

Además, los *smartphones* son la clave para los distribuidores, para los cuales un 45% de sus ventas procede del móvil como consecuencia de una mejora de los ratios de conversión de este dispositivo. En promedio estos comerciantes han visto crecer sus transacciones móviles de un 17%-29% a un 34% de julio a septiembre de este año.

La mayoría de las transacciones móviles de España proviene de estos *smartphones*, con una participación de 58% en el pasado trimestre, lo que convierte a este país en el cuarto del mundo en transacciones móviles por detrás de Inglaterra, Alemania y Francia. El hecho de que las pantallas de los *smartphones* sean más grandes ha contribuido a una mayor compra a través de ellos en comparación con las tablets.

Aunque el *smartphone* tiene un gran protagonismo en el mercado español, cabe destacar que el 47% de las ventas son *cross device*, es decir, no solo un dispositivo desempeña el papel estelar en el proceso de compra.

Las apps, el canal de mayor rendimiento

El estudio de Criteo también concluye que las apps pueden ser el canal de mayor rendimiento. Los vendedores que se están enfocando en ellas han encontrado un auténtico filón ya que las apps están generando casi el 50% de todas las ventas móviles en España y el 58% de los



ingresos móviles de los comerciantes que han hecho de ellas y de su experiencia una prioridad.

Y es que las apps tienen unos ratios de conversión superiores a los de los sitios web en un PC: de casi el doble en el sector retail y del 1,6% por encima en el de viajes. Una de las claves es que hacen divertida la búsqueda de los productos y facilitan su compra, lo que conduce a un ratio de ventas 1,5% más alto que el del PC.

La experiencia de apps móviles es perfecta para pasar rápido por imágenes y para apelar al consumidor con diseños y fotografías. El usuario promedio visualiza 14 productos vía la app y solo 4 en el PC. Asimismo, el usuario de app es 2,4 más susceptible a añadir productos a su cesta de compra.

Además, el valor por transacción de las aplicaciones es mayor que el del navegador a través del ordenador o móvil: 116 dólares en las apps frente a 100 dólares en el ordenador y 91 dólares en el navegador móvil. En otras palabras, el consumidor está gastando más por transacción a través de las aplicaciones.

Las tendencias

El informe de Criteo señala las cuatro tendencias que van a marcar el futuro:

1. **El comercio móvil seguirá creciendo.** Se prevé que para final de año el valor de las transacciones en este comercio llegue al 36% en España, el 33% en Estados Unidos y el 40% globalmente.
2. **Los smartphones seguirán reemplazando a las tabletas**, lentas y grandes, al venir provistos con pantallas de mayor tamaño. Apple sigue creciendo y compitiendo contra Android si bien ambos triunfan ante la tendencia de ordenadores más pequeños.
3. **Las apps son la siguiente frontera.** Los publicistas van a empezar a invertir en sus apps móviles como una manera de conseguir más conversiones y mantener satisfechos a sus clientes más leales.
4. **Uno de los mayores desafíos y oportunidades para los comerciantes en el 2015 va a ser el manejo del comportamiento entre múltiples dispositivos.** Cuando un 40% de las transacciones procede de un comportamiento que combina múltiples dispositivos, los comerciantes tendrán que hablar a la gente, no a sus dispositivos.

→Para descargarte el informe “Q3 State of Mobile Commerce” completo, visita:

<http://www.criteo.com/es/resources/mobile-commerce-q3-2015/> o aquí en pdf:

<http://www.criteo.com/media/3099/criteo-state-of-mobile-commerce-q3-2015-es.pdf>

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 8.500 clientes. La compañía cuenta con más de 1.600 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

Miriam Sarralde / Poli Sánchez

Trescom Comunicación

696 00 57 43/ 657 01 36 44

miriam.sarralde@trescom.es

poli.sanchez@trescom.es