

Los viajes reservados vía móvil se duplican en un año

Los *smartphones*, los preferidos para las reservas de pocos días, en fin de semana y de última hora

Madrid, 11 de noviembre de 2015.– El número de viajes reservados a través de dispositivos móviles en España se ha duplicado en un solo año, según el último [Travel Flash Report](#)¹ realizado por Criteo. Este informe, basado en el análisis de más de 1.000 millones de reservas generadas de proveedores y agencias de viajes online (OTA) en todo el planeta, demuestra que desde el segundo trimestre de 2014 al mismo periodo de 2015 las reservas turísticas realizadas a través de móviles o *tablets* han pasado del **12** al **23%**, casi el doble.



Aunque el dispositivo móvil con el que se realiza la reserva cambia dependiendo de factores como la hora y el día de la semana de la reserva o la duración de la estancia y el tipo de viaje, lo cierto es que el *smartphone* es el dispositivo rey a la hora de realizar reservas en la industria del viaje. Con ellos se confirman un **47%** de las reservas consultadas en el mismo día.

Gracias a datos como estos, el *Travel Flash Report* de Criteo se ha convertido en una fuente de información fundamental para que los operadores y las agencias conozcan las nuevas tendencias en la industria del viaje y se adapten a ellas, así como a las preferencias y usos de los viajeros cuando reservan distintos servicios para sus vacaciones o escapadas.

Por ejemplo, el estudio desvela que las *tablets* generan más reservas que los *smartphones* para los paquetes de avión, pero que sucede justo lo contrario con los hoteles. También se evidencia que los teléfonos inteligentes están ganando la batalla a los proveedores tradicionales cuando se trata de contratar estancias en hoteles, con un **21%** frente a un **7%**, una cifra que aumenta a medida que avanza la temporada alta.

Tres son las grandes tendencias que identifica el *Travel Flash Report*:

1. Los viajeros se están “movilizando”

La proporción de las reservas efectuadas a través de dispositivos móviles no para de crecer. Estas se han duplicado desde el segundo trimestre de 2014 hasta junio de 2015, demostrando un crecimiento constante en todos los mercados. Los dispositivos móviles son el principal causante de este crecimiento desde el año pasado, aunque varía según qué regiones del planeta.

¹ Las conclusiones de este report publicado por Criteo se basan sobre los datos de +500 clientes del sector del turismo al nivel mundial

Así, mientras en la mayoría de los países occidentales las reservas procedentes de móvil superan el **20%**, en Japón están por encima del **30%**. En cambio, en Latinoamérica y algunos mercados de la Unión Europea como Alemania van a la cola. Por su parte, en la región EMEA (Europa, Oriente Medio y África) todavía se generan más reservas vía tablets que *smartphones*, siendo los segundos los dispositivo preferidos en Asia, Pacífico y Estados Unidos.

El uso del móvil también parece beneficiar al alquiler de apartamentos, cuyas reservas por esta vía ascienden al **31%**. Sin embargo, es el segmento del alquiler de coches el que crece con más rapidez, pasando de un **18** a un **26%** en un año.

También ha puesto de manifiesto que el porcentaje de reservas vía *smartphones* es mayor cuanto más cortos son los viajes salvo en Japón, donde el promedio de reservas online es igual a través de todos los dispositivos.

Respecto a las reservas realizadas vía apps, son todo un éxito para los anunciantes que invierten en ellas porque generan un **49%** de reservas vía móvil en comparación al **12%** del año pasado. Por eso, la publicidad vía apps se ha convertido en esencial para los anunciantes que trabajan en el sector del viaje.

2. Los *smartphones* lideran las reservas de última hora

El informe de Criteo también desvela que los viajeros prefieren utilizar los *smartphones* para gestionar las reservas durante el fin de semana (con 9 puntos de diferencia sobre las que se efectúan de lunes a viernes). En el caso de Estados Unidos, las reservas hechas desde dispositivos móviles en el fin de semana representan casi un **40%** (11 puntos más que las realizadas por ordenador).

Los *smartphones* son también los responsables de un **22%** de las reservas en las mañanas (**37%** incluyendo tablets), porcentaje que desciende hasta el **16%** en las tardes. Este patrón se aplica también a todas las subcategorías y es más notable en regiones como Francia y Alemania, donde el uso de reservas vía *smartphones* puede variar de un **7%** a un **25%** según la hora y el día de la semana.

Para aquellas reservas de hotel de último minuto, los viajeros utilizan sus *smartphones*. Este dispositivo es responsable de un **47%** de reservas de hoteles del mismo día. Porcentaje que llega al **58%** si se suman las tablets. Estos hechos que hacen que el móvil sea un dispositivo ineludible en las ofertas y descuentos del último minuto.

EL VIAJE ANTES DEL VIAJE



El *Travel Flash Report* también ha analizado qué hace el viajero antes de salir de casa. Así, señala que el *smartphone* es el dispositivo elegido en las reservas sencillas mientras que el ordenador de mesa se usa para la fase de comparación. Más de un **18%** de las reservas efectuadas con menos de **5 páginas** vistas se hicieron vía *smartphone*. Sin embargo, en el caso de las reservas con más de **100 páginas** vistas antes de ser completadas, estos teléfonos sólo significan el **7%**.

Esto demuestra la importancia del *smartphone* en la trayectoria de compra y pone de relieve por qué el seguimiento a través de diferentes dispositivos es esencial. Criteo ha comprobado que un **21%** de las reservas hechas online no son medidas correctamente por los anunciantes,

porque la transacción final se produce en un dispositivo diferente a aquel en el *que* se hizo el primer clic. Este porcentaje asciende al **26%** cuando el clic se efectúa en un dispositivo móvil.

ESTANCIA CORTA, PANTALLA PEQUEÑA

Como se apuntó anteriormente, los viajeros tienden a utilizar su *smartphone* más a menudo cuando se trata de una reserva por pocos días. Este teléfono es responsable del **18%** de reservas de una sola noche y del **10%** de las de viajes de una semana o más.

Las *tablets*, por otro lado, son más estables y permanecen en un **10%** de las reservas sin importar la duración de la estancia.

3. La temporada de viaje es también la temporada de móvil

En la temporada de primavera y de verano se experimenta un crecimiento en el uso del móvil. De hecho, las reservas hechas en *smartphones* crecen entre enero y junio en la mayoría de regiones, excepto en el hemisferio sur. Y en concreto las de hotel suben de un **12%** a un **18%** en el citado período. Esto se debe a la estacionalidad pero también a que los viajeros están más dispuestos a estar fuera, lejos de un ordenador, disfrutando el verano.

La cuota de reservas generada vía *smartphones* es casi tres veces más alta para las agencias de viaje online frente a los proveedores de hotel. Una diferencia que se acentúa durante la temporada de viaje y pasa de un **19%** a un **26%** de enero a junio, mientras que los proveedores no suben del **7%** durante todo el periodo.

CONCLUSIONES



- El seguimiento a través de diferentes dispositivos puede significar un **21%** del crecimiento en las campañas de reservas, ya que las decisiones y transacciones tienen lugar en todos los dispositivos.
- Los anunciantes que invierten en seguimiento de apps y publicidad generan casi la mitad de reservas vía móvil (**49%**), procedente directamente de las aplicaciones.
- Mientras la complejidad se sigue incrementando para los anunciantes (la estacionalidad, el comportamiento de los usuarios y los dispositivos), la compra programática se convierte en un facilitador en la planificación de medios.

Acerca de Criteo

Criteo es un líder global en marketing de resultados especializado en publicidad personalizada multicanal y multisoprote. Con más de 9.500 clientes corporativos en todo el mundo, Criteo está presente en más de 80 países con más de 1.700 empleados que trabajan en sus oficinas repartidas por EE.UU., Europa y Asia. Para obtener más información, 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 for Criteo
Tel.: 91 411 58 68
Miriam.sarralde@trescom.es/ poli.sanchez@trescom.es

