

NOTA DE PRENSA
21 de septiembre de 2017

Ventajas y desventajas de realizar compras a través de una app

- ❖ En 2016 se descargaron 147 mil millones de apps a nivel mundial
- ❖ En 2021 el sector podría llegar a mover 139 mil millones de ingresos

En la actualidad, el dispositivo móvil se está posicionando como una de las principales vías de compra online. De acuerdo con la aplicación dedicada a la investigación del mercado de telefonía móvil, [App Annie](#), el **31% de las ventas del sector *retail*, durante el año pasado, se registraron a través de *smartphones***. Estas cifras se explican si echamos un vistazo a la gran cantidad de aplicaciones móviles que existen para facilitar el proceso de compra a los usuarios.

Según un informe del [Observatorio Cetelem](#), entre 2014 y 2016 el porcentaje de personas que compran por internet en España, al menos una vez al mes, se incrementó en un 20%, llegando al 67%. Sin embargo, **todavía hay muchos usuarios que se cuestionan la seguridad de comprar a través de las apps** y les provoca incertidumbre el momento de realizar el pago.

[eMMa](#), la empresa española especializada en inteligencia *mobile*, destacó en su último estudio sobre penetración y uso de las apps, que **los usuarios de *smartphones*, de edades comprendidas entre 16 y 55 años, tienen una media de 13 aplicaciones** en sus dispositivos. Sin embargo, la mitad de estas apps acaba siendo eliminada. Otro informe publicado por [App Annie](#) apunta que, **en 2021, la descarga de aplicaciones móviles podría alcanzar unos ingresos de 139 mil millones de dólares**. En este informe también se destaca que el 57% del tiempo consumido en medios digitales tiene lugar en el universo de las apps.

Este relativamente nuevo tipo de comercio electrónico cuenta con una serie de ventajas y desventajas de cara al usuario con respecto a comercio electrónico tradicional. Desde [Webloyalty](#), líder internacional en generación de ingresos adicionales y partner de más de 200 eCommerce en todo el mundo, destacan las siguientes ventajas:

- La sencillez de uso de las apps **agiliza y facilita** aún más las transacciones y operaciones de compraventa.
- Muchos comercios potencian el uso de sus apps mediante la oferta de **productos específicos y promociones especiales**.
- Mejoran la experiencia de usuario gracias a la posibilidad de utilizar la **funcionalidad total del móvil** (por ejemplo: cámara, GPS, etc.).

Y como **desventajas** a la hora de realizar transacciones a través de apps destacan las siguientes:

- Permanecer en la app durante un periodo de tiempo extenso, puede comprometer el **consumo de datos** móviles.
- Aún sigue habiendo **muchas personas que desconfían** de las compras online, a pesar de que la compra a través de apps es segura.
- El **espacio en smartphones es limitado** y algunos usuarios son cada vez más reticentes a descargar nuevas apps. Así lo pone de manifiesto el [último informe de ComScore](#), afirmando que el 51% de los usuarios no tiene la costumbre de descargar nuevas aplicaciones a lo largo de un mes y solo un 5% descarga ocho aplicaciones o más.

Sobre Webloyalty

Webloyalty, líder internacional en generación de ingresos adicionales, ayuda a sus más de 250 partners, de todos los sectores, a construir relaciones fuertes y más rentables con sus clientes. Opera en 10 países, incluyendo Reino Unido, Francia, España, Brasil y Países Bajos.

Webloyalty proporciona a sus partners una solución post-transaccional, gratuita, que les ayuda a rentabilizar su eCommerce.

Para obtener más información acerca de Webloyalty visita: www.webloyalty.es o síguenos en Twitter: [@Webloyalty_ES](https://twitter.com/Webloyalty_ES)

Contacto de prensa

- Yolanda Riber. F 91 2 772 218 – M 664 239 734. yr@eliteconexion.es
- Marta Zaballos. F 91 828 54 51 – M 664 384 894. marta.zaballos@eliteconexion.es