

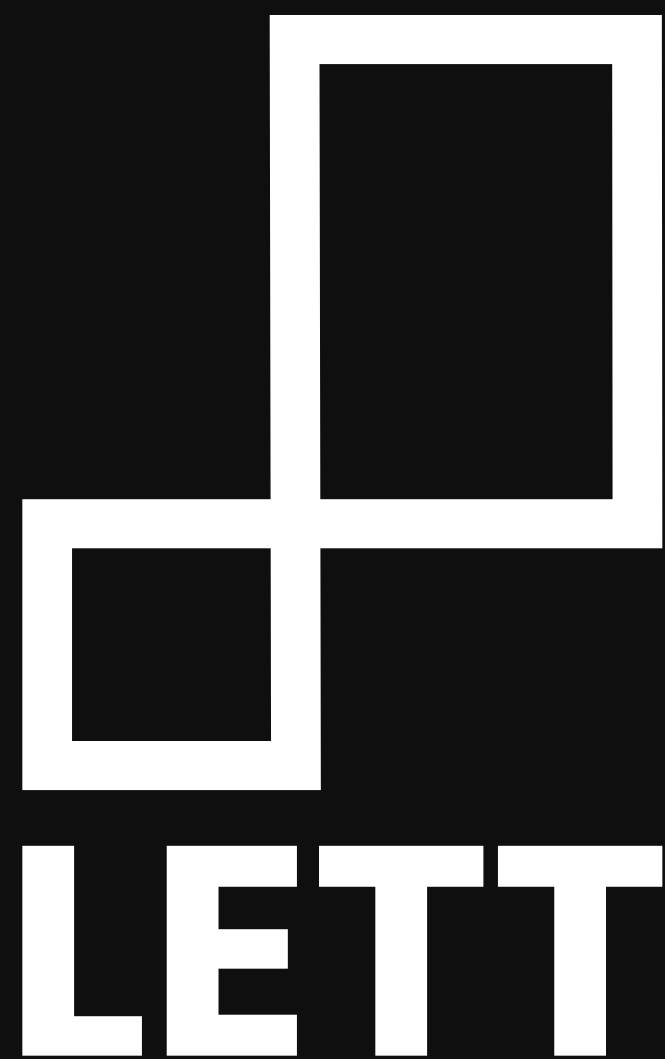


E-COMMERCE
QUALITY
INDEX

Salud, Higiene y Belleza | 2022

La única encuesta que evalúa la **calidad de la información** en las páginas de productos de los principales e-commerces del segmento.





Acerca de Lett

Lett es una solución que simplifica la gestión de los canales digitales con tecnología e información que maximizan los resultados de nuestros clientes.

A través de la inteligencia de datos para el e-commerce, el principal objetivo de Lett es transformar la experiencia de compra del e-shopper en una ventaja competitiva para que las marcas aumenten sus ventas en línea.

¿Quieres saber más? ¡Contáctenos ahora mismo!

[Habla con un experto](#)

¿Cómo ayuda Lett a las marcas en su experiencia digital?

Lett, idealizadora y creadora del EQI, tiene como objetivo ayudar a las marcas a aumentar sus ventas en línea, mejorar la percepción digital de la empresa y transformar la experiencia de compra en el e-commerce.

Somos especialistas en Trade Marketing Digital y utilizamos inteligencia de datos para que las marcas puedan auditarlos los principales KPIs de ejecución en el e-commerce y tener acceso a un ecosistema perfecto para el seguimiento de acciones online.

Lett, que forma parte de Neogrid, le ofrece a las industrias una solución que garantiza visibilidad para entender cómo se venden sus productos en el entorno online. Los retailers, por otro lado, tienen acceso a un portal, en el que está toda la información de registro para ingresar en la página del producto.

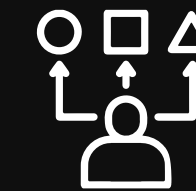
Obtén más información en:

lett.digital

dcx.lett.digital

neogrid.com/br

En la plataforma de Lett las marcas cuentan con datos de:



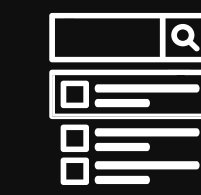
Surtido



Evaluaciones y comentarios



Disponibilidad de Stock



Posición de los productos en el sitio por palabra clave
(share of search)



Auditoría de imágenes
e información de registro de productos

Mira nuestro video



Socios



Índice

¿Qué es EQI?	6 >
Escenario económico del e-commerce en Latinoamérica	7 >
Metodología EQI	13 >
Comparativo EQI Brasil, México y Colombia	22 >
EQI Brasil	26 >
Comportamiento del consumidor	27 >
Nota del EQI de Salud, Higiene y Belleza	33 >
Resultado por criterio	40 >
Resultado por canal de venta	51 >
Ranking	69 >
Principales insights	76 >



¿Qué es EQI?

E-commerce Quality Index (EQI), creado por Lett, es el único indicador que evalúa la calidad de la información en las páginas de productos de e-commerce desde la perspectiva del consumidor final.

La primera versión de [EQI Salud, Higiene y Belleza](#) se realizó en 2020, analizando el escenario del e-commerce brasileño, y debido al alto crecimiento del e-commerce en el segmento en Latinoamérica, decidimos crear esta edición analizando las páginas de productos online de Brasil, México y Colombia.

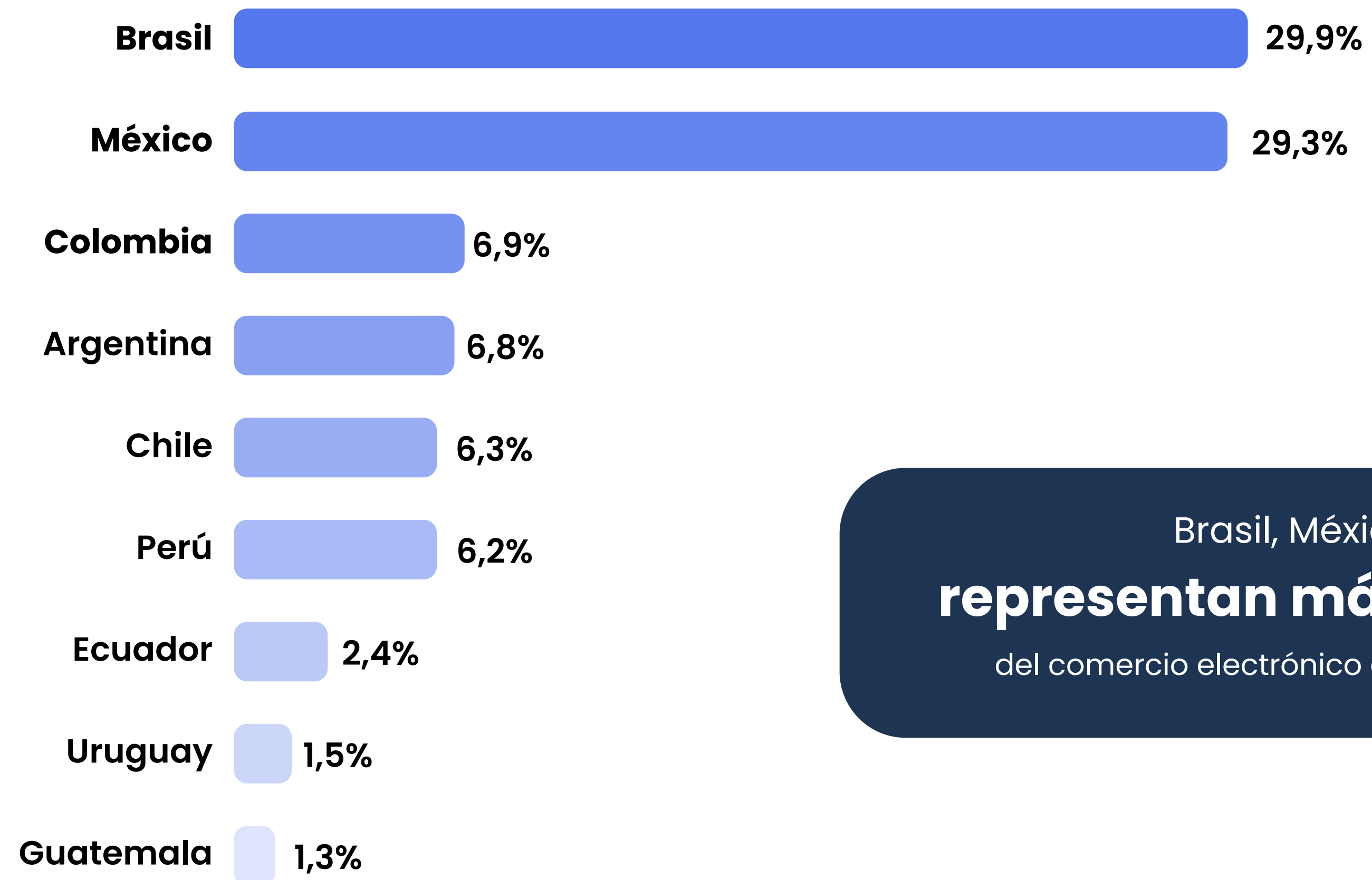
La tercera edición del estudio EQI Salud, Higiene y Belleza presenta el desempeño de las principales marcas y retailers del segmento en relación a la experiencia de compra cuando se trata de contenidos digitales.



Escenario económico del **e-commerce** en **Latinoamérica**



Distribución del mercado de e-commerce en Latinoamérica por país | 2021



Brasil, México y Colombia
representan más del 66%
del comercio electrónico en Latinoamérica.

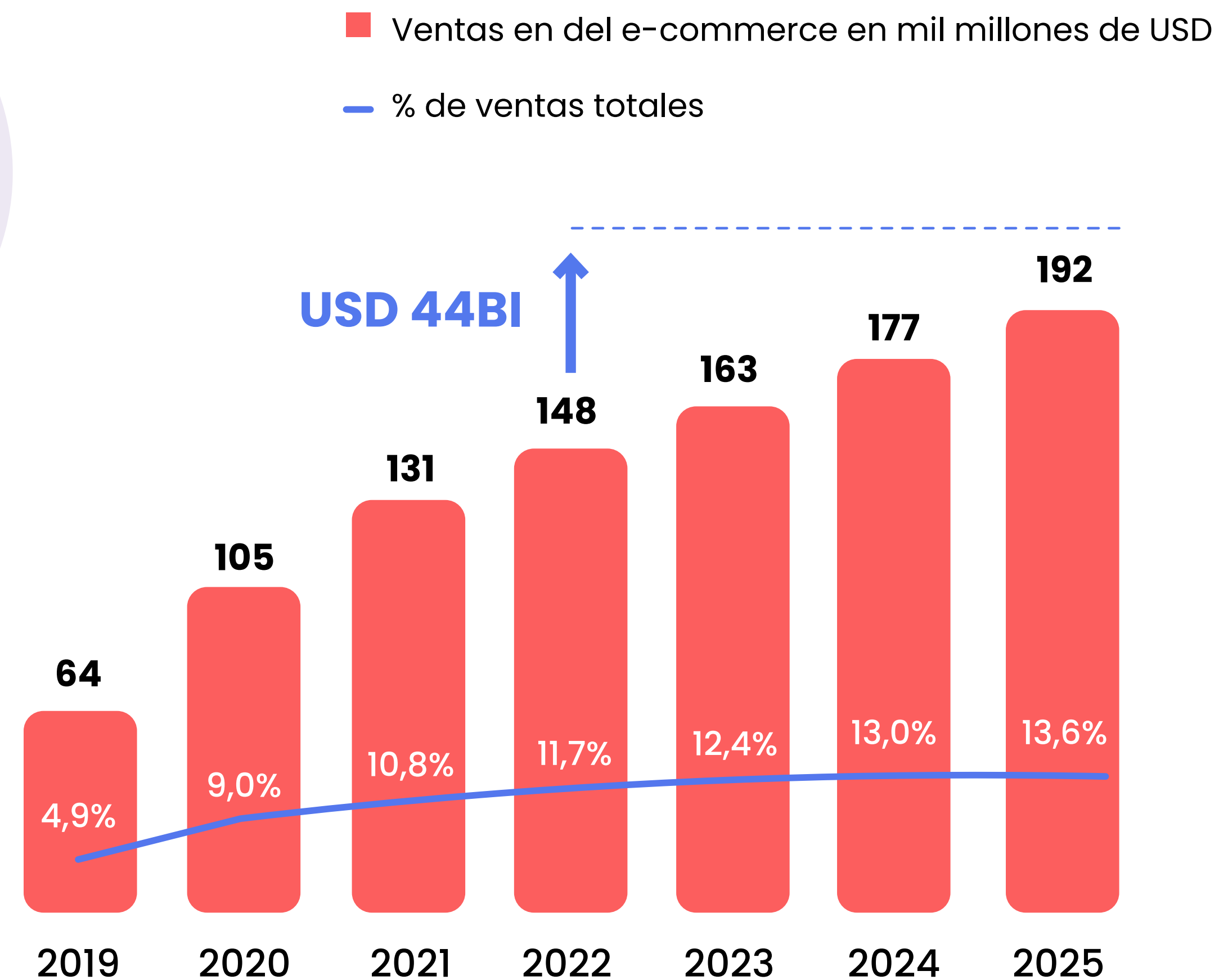


Fuente: Statista



Proyección de ventas en e-commerce en Latinoamérica | 2019 - 2025

El pronóstico es que las ventas de e-commerce en Latinoamérica aumenten alrededor de 192 mil millones de dólares hasta 2025. **Esto representará un crecimiento de 44 mil millones (un 29,7%) en comparación con el año 2022.**



Fuente: Emarketer





Curiosidades Brasil

Perfumería y Cosméticos (Belleza e Higiene Personal) tuvo un **crecimiento del 14%** en relación al número de pedidos online en 2021.

(Fuente: 45° Webshoppers Ebit/Nielsen)



Salud **creció un 23%** en el número de pedidos online en 2021.

(Fuente: 45° Webshoppers Ebit/Nielsen)





Curiosidades México

Por tercer año consecutivo, México se ubica entre los **5 países con mayor crecimiento** en e-commerce en el mundo.

(Fuente: Estudio de Venta Online 2022 - AMVO)



Durante el Hot Sale 2022, la categoría Belleza y Cuidado Personal fue la **tercera con más compras en línea.**

(Fuente: Reporte de Resultados Hot Sale 2022 - AMVO)



Curiosidades Colombia

En el segundo trimestre de 2022, las ventas online en la categoría Moda y Belleza **aumentaron un 37,7%**.

(Fuente: Cámara Colombiana de Comercio Electrónico)



4,6 millones de colombianos realizan compras por internet, y se proyecta que a finales de 2022 las ventas **online crezcan 19% respecto al año anterior.**

(Fuente: Cámara Colombiana de Comercio Electrónico)



Metodología **EQI**



Alcance

Salud, Higiene y Belleza, el EQI 2022 evaluó:

+1,6 millones
de páginas de productos

44
e-commerces



+126 mil
marcas

3 países:

Brasil
México
Colombia

Los datos fueron recolectados
entre abril y mayo de 2022.



3 tipos de ventas al por menor:



Marketplace: tiendas que operan 100% online, pero tienen una distinción entre 1P y 3P.

Pure Player: tiendas que únicamente operan online. El stock proviene exclusivamente de un centro de distribución y no pasa por una tienda física, ya que es 100% online. Para estos clientes, el equipo de e-commerce realiza la venta.



Brick & Clicks: cadenas de supermercados que disponen de página web. El inventario puede provenir de la tienda física o de un centro de distribución dedicado para el e-commerce. Normalmente, el equipo de e-commerce no realiza la venta.



Los sitios y marcas fueron elegidos por su representatividad y presencia en el e-commerce, altos ingresos en línea y porque son las empresas más recordadas por los consumidores.



[Consulta aquí](#) la lista de e-commerces evaluados en el EQI



Categorías

Los productos evaluados en el EQI Salud, Higiene y Belleza se dividieron en las siguientes categorías:



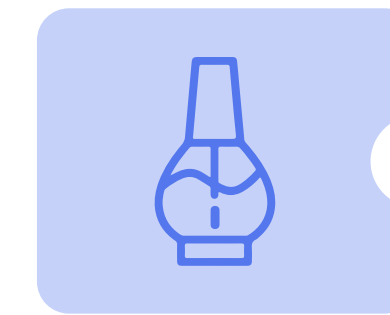
Capilar



Coloración Capilar



Cuidado de la Piel*



Esmaltes



Higiene Personal**



Maquillaje



Perfumes



Salud***

*La categoría Cuidado de la Piel incluye productos dermocosméticos, protectores solares, acné y antiarrugas.

**La categoría de Cuidado Personal cubre pasta de dientes, pañales, toallitas, enjuagues bucales y productos para afeitarse.

***La categoría Salud considera medicamentos en general, nutrición infantil y vitaminas.



Criterios de evaluación



Image Score

Número de imágenes presentes en la página.



Rating Score

Promedio de productos evaluados por los consumidores.



Description Score

Número de palabras encontradas en el campo de descripción del producto.



Search Score

Promedio del número de caracteres en el título y si el producto está registrado en alguna categoría del sitio.

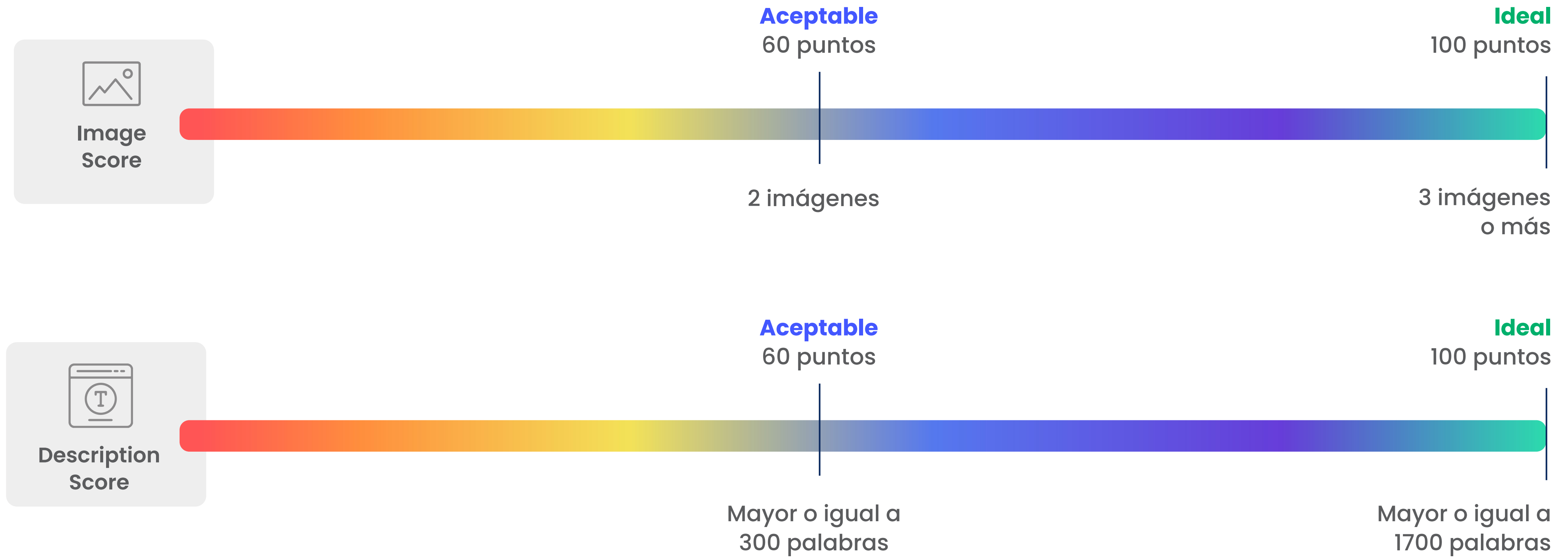



Review Score

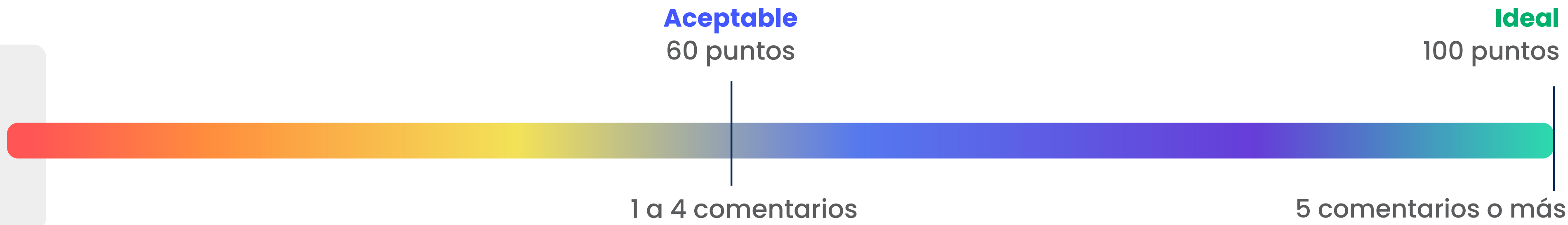
Número de comentarios sobre el producto en la página.




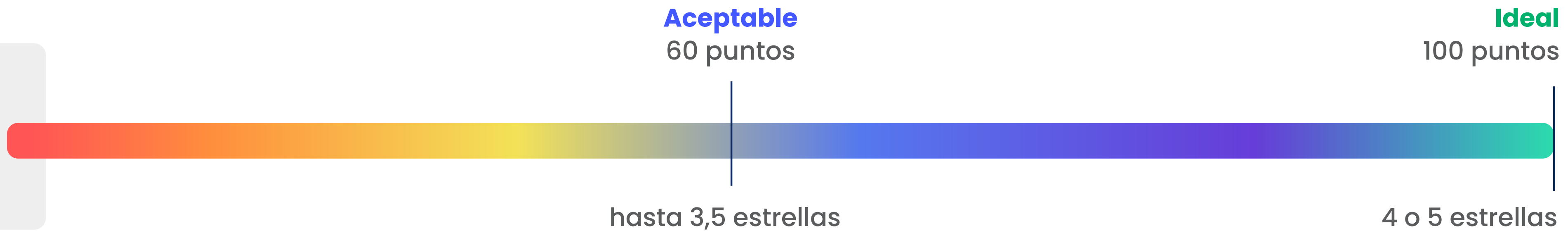
Para cada uno de estos criterios, la recomendación es:





Review Score




Rating Score




Search Score



Investigación del consumidor

El EQI es una encuesta que evalúa la información en e-commerce desde la perspectiva del consumidor final. Por lo tanto, para asignarle valor a cada uno de los criterios del estudio, hicimos una [encuesta con el cuadro de opinión](#) para comprender qué contenido es más relevante en una página de producto de e-commerce para los consumidores.

Los datos recopilados se refieren al comportamiento de compra de los brasileños, sin embargo, se consideraron para evaluar a México y Colombia, ya que Brasil tiene la mayor representación en e-commerce en Latinoamérica.

En vista del resultado, los pesos de los criterios EQI se clasificaron según su relevancia para los consumidores.

Esto significa que para el consumidor la calificación (Rating Score) es más relevante que la descripción, reseñas (Review Score), imágenes y búsquedas. Por lo tanto, este es el criterio con mayor peso/valor en el EQI.

1. Rating Score

2. Description Score

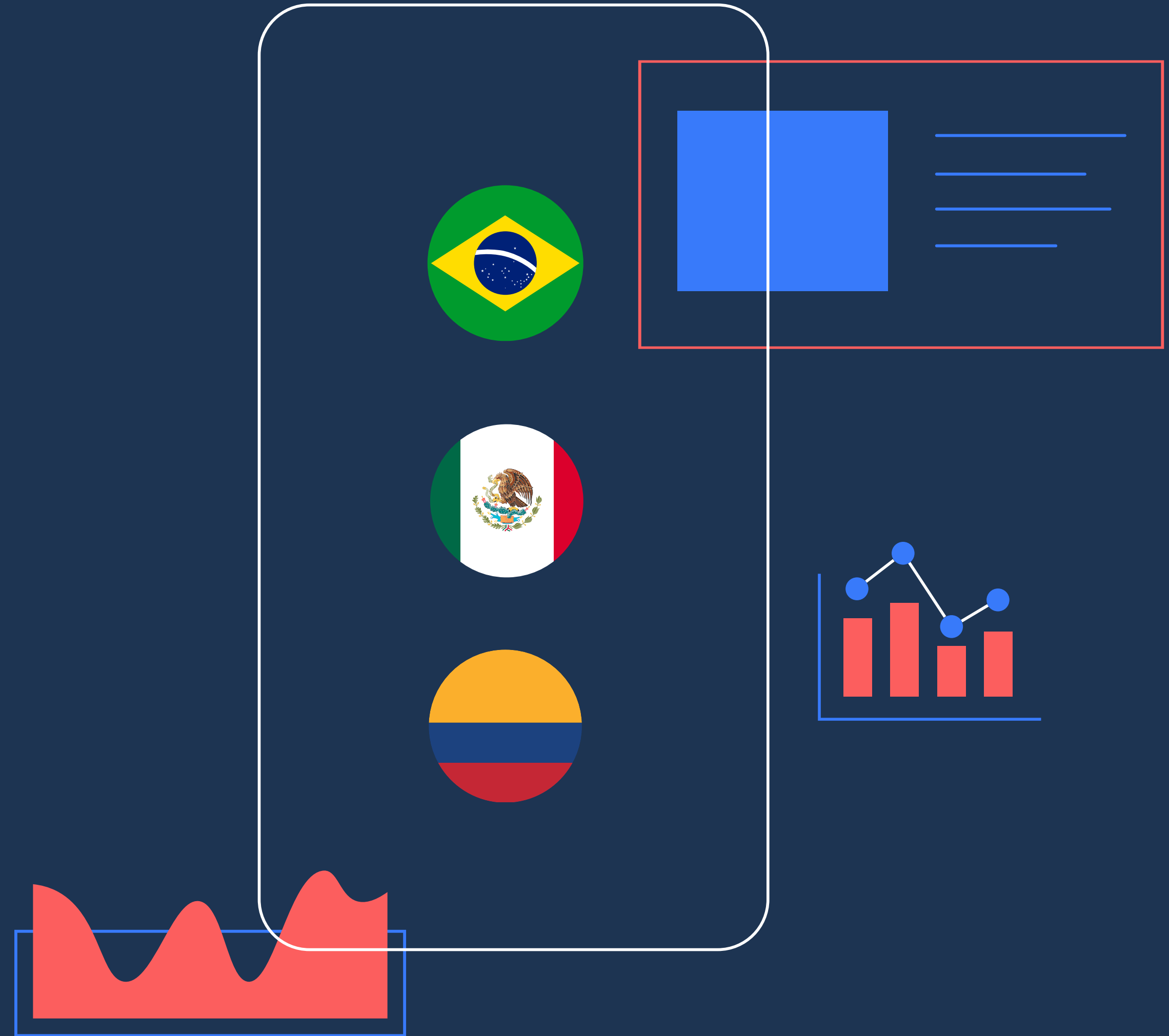
3. Review Score

4. Image Score

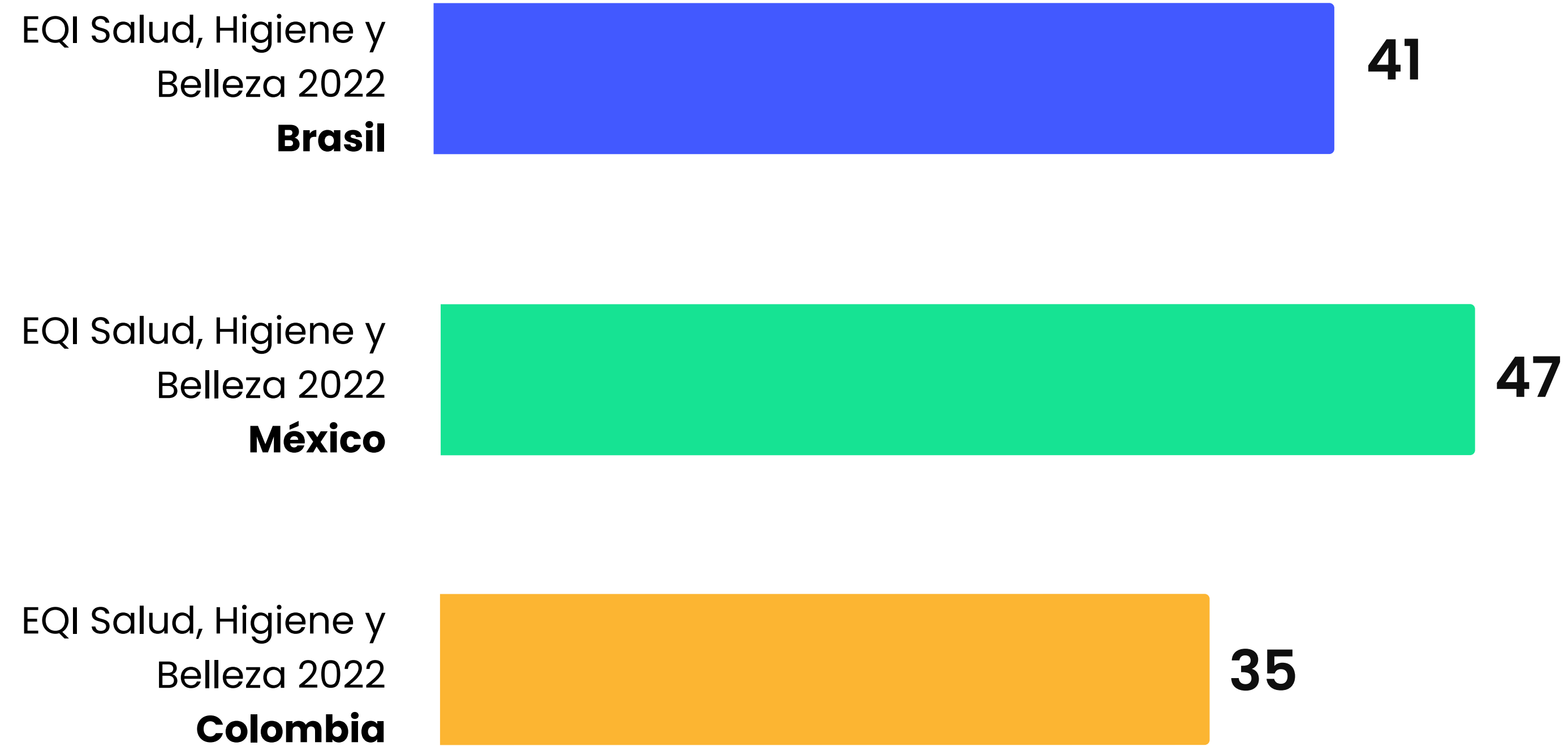
5. Search Score



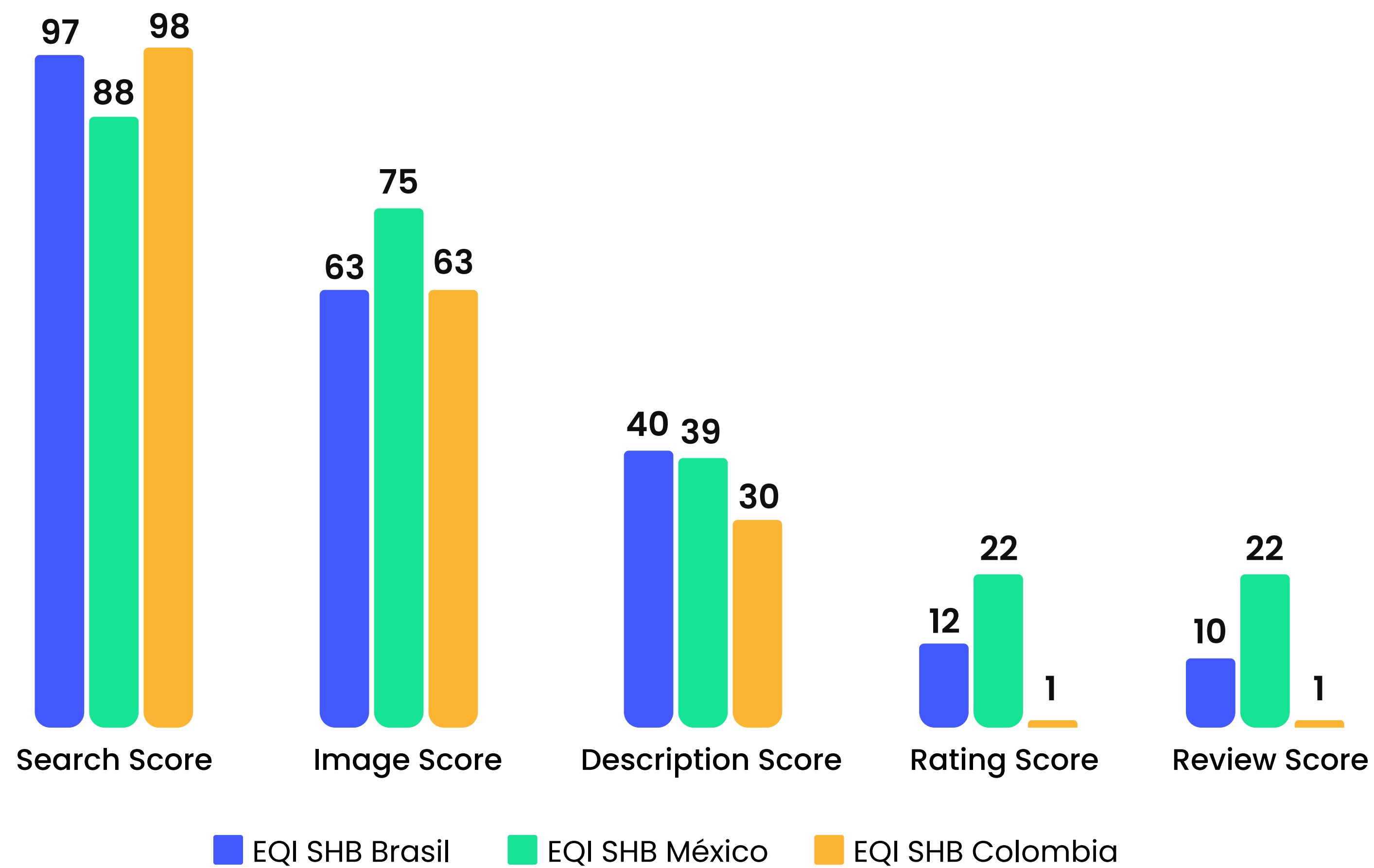
Comparativo EQI Brasil, México y Colombia



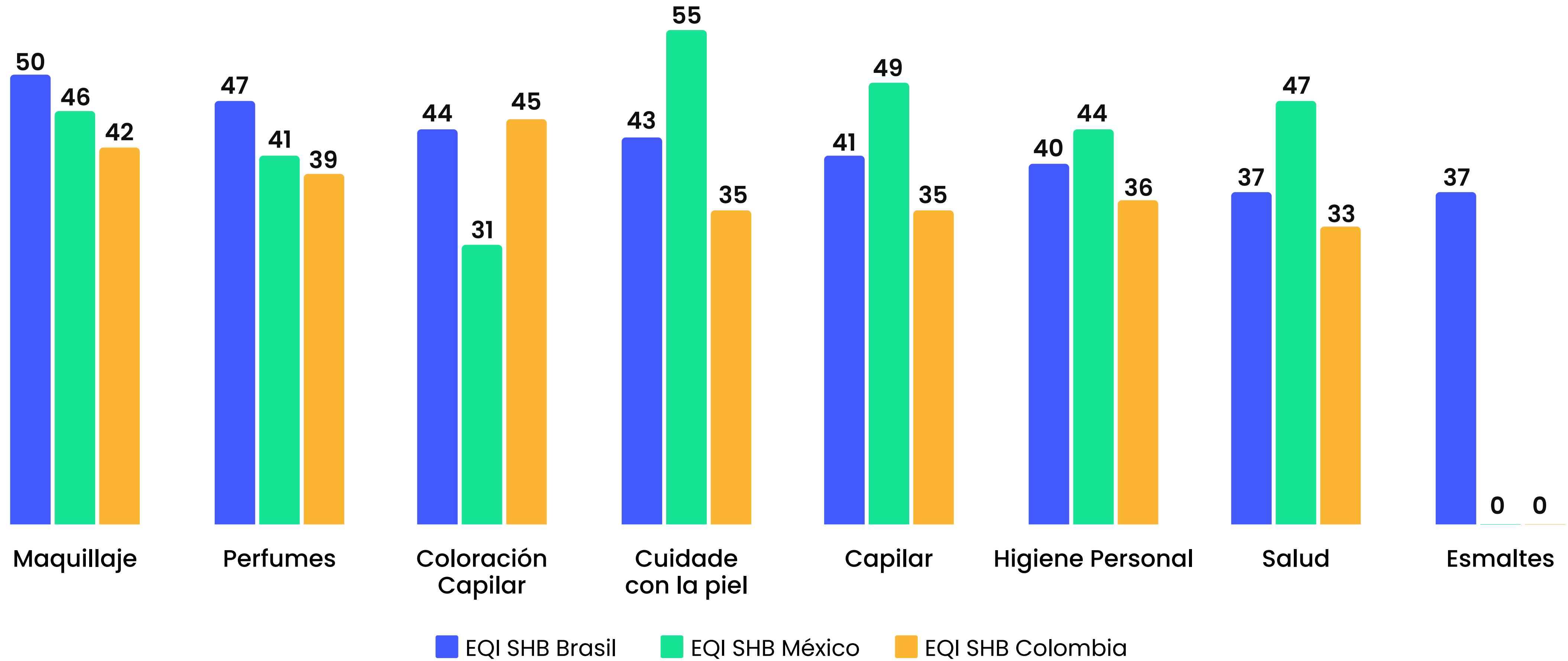
Nota do EQI **Brasil vs México vs Colombia**



Critérios EQI **Brasil vs México vs Colombia**



Categorías EQI **Brasil vs México vs Colombia**



*Para México y Colombia no se analizaron marcas de esmaltes.



EQI Salud,
Higiene y Belleza
Brasil

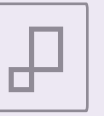


Comportamiento del consumidor brasileño

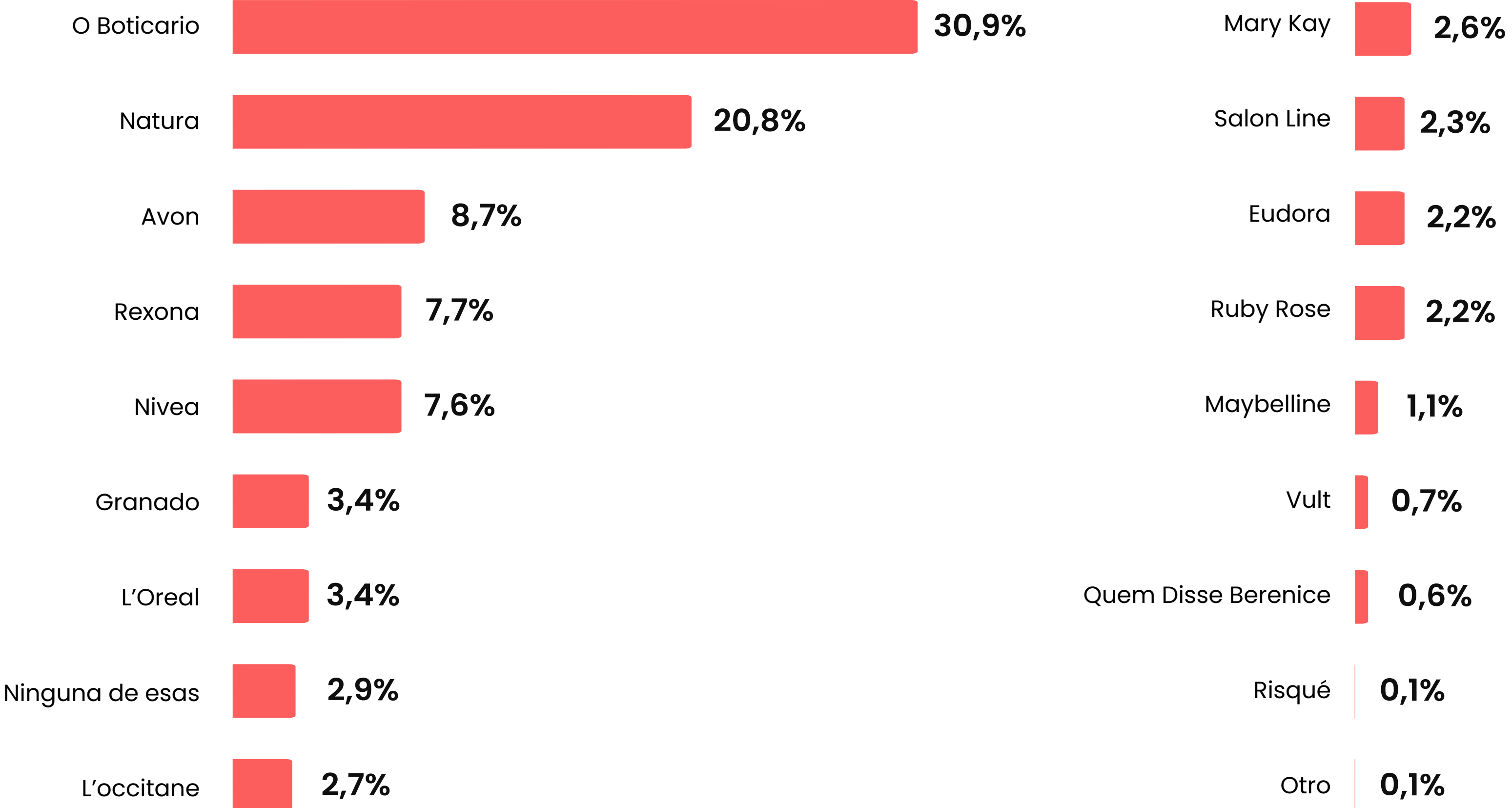
Para comprender mejor el comportamiento de los brasileños en el segmento de Salud, Higiene y Belleza en el e-commerce, Lett realizó una encuesta en asociación con Opinion Box.

Fueron entrevistadas 2.140 personas de diferentes estados brasileños, mayores de 18 años, del 31 de marzo al 9 de abril de 2021.

¡Observa los principales resultados!



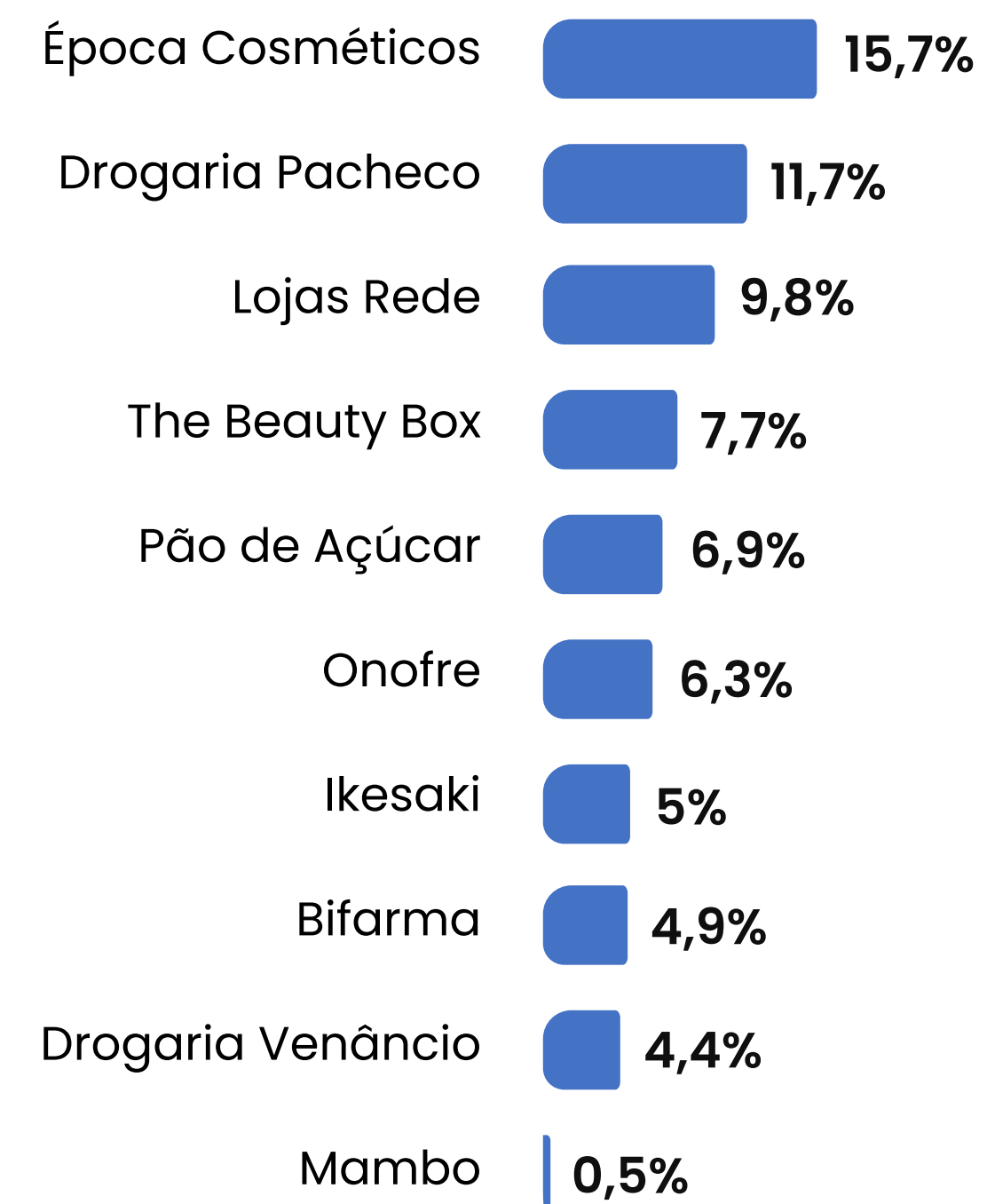
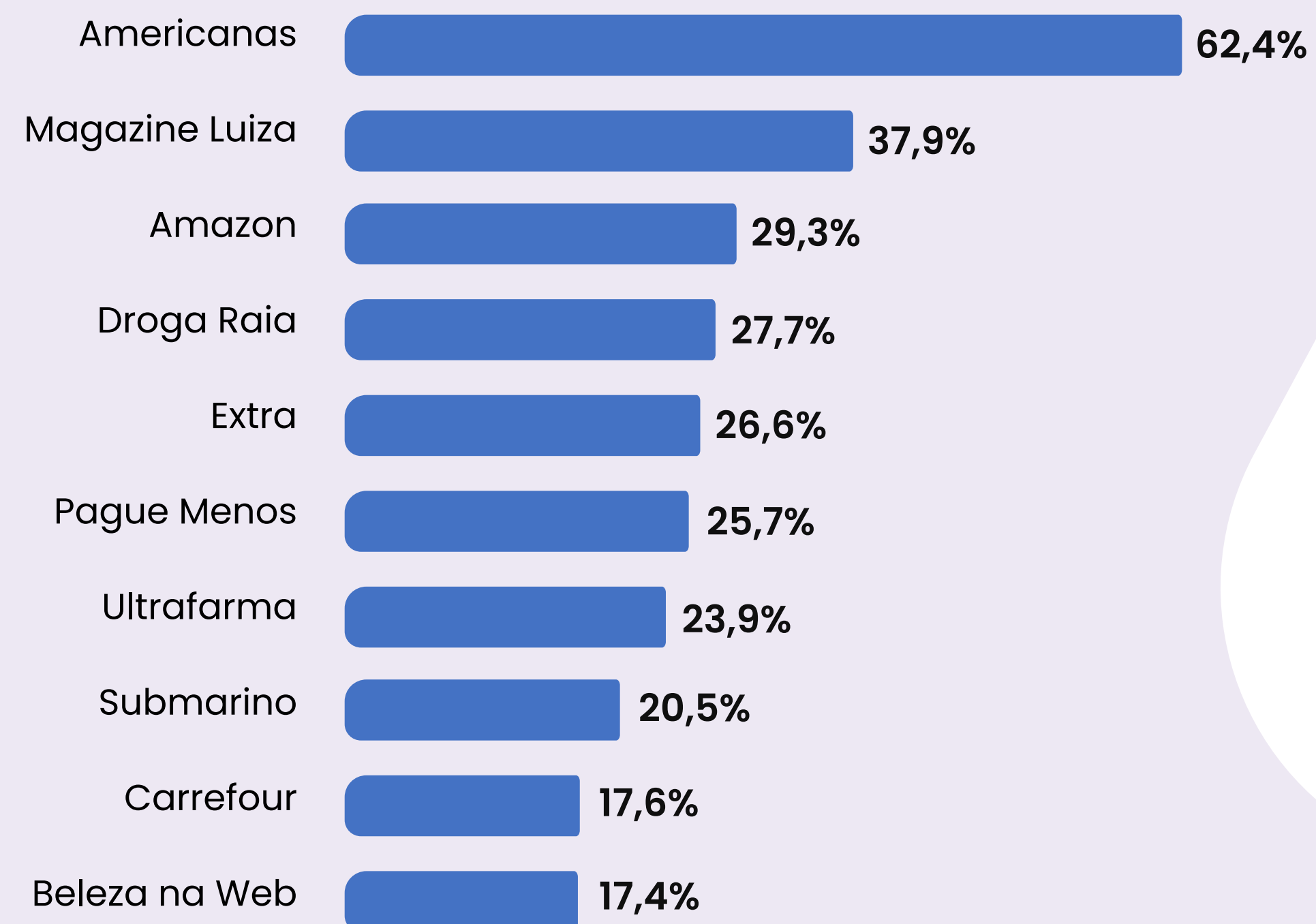
¿De las marcas abajo, cuál es tu preferida para comprar productos de Salud, Higiene y Belleza?



Fuente: Lett y Opinion Box



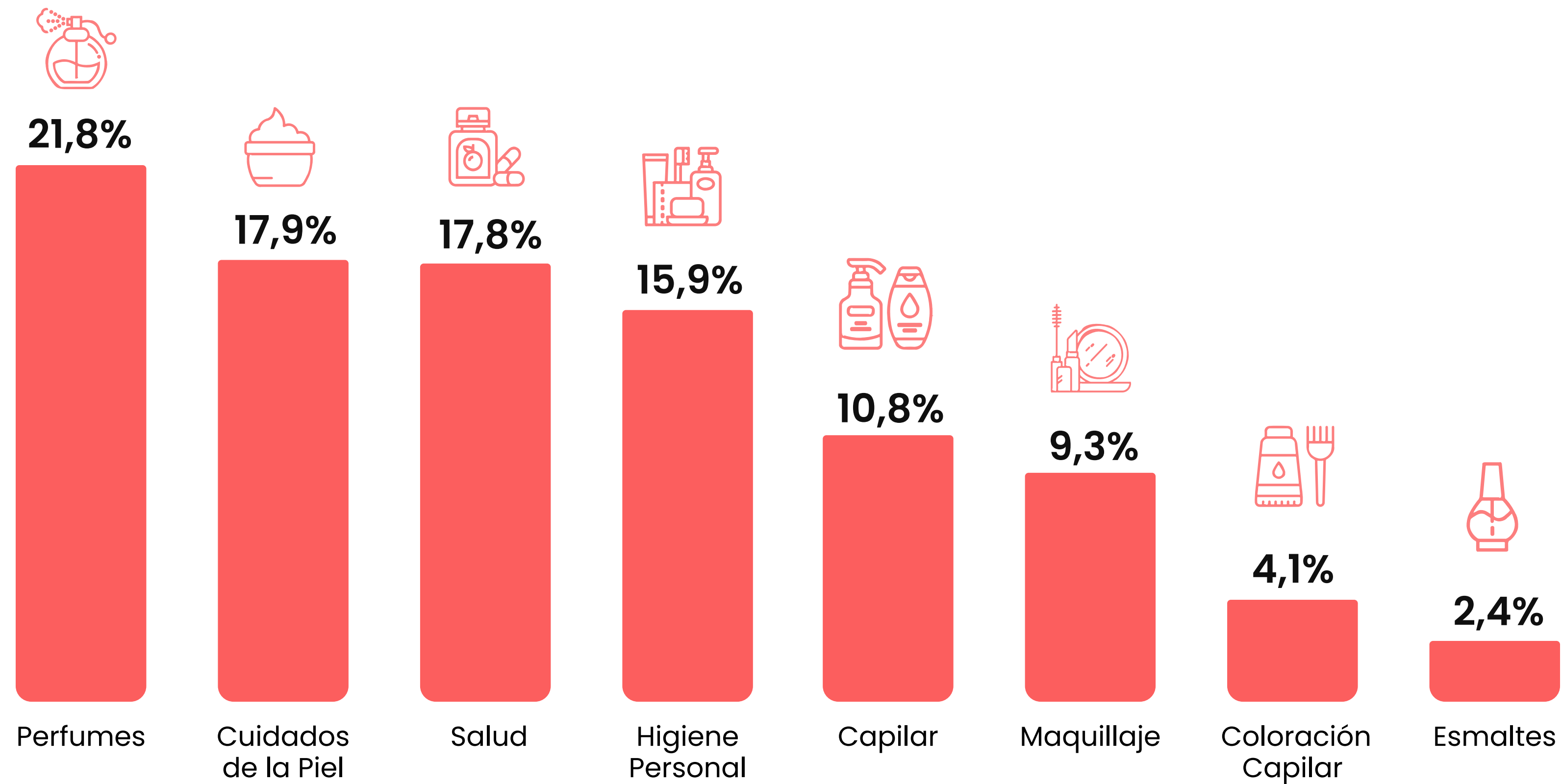
¿En qué tiendas online ya compraste productos de Salud, Higiene y Belleza ?



Fuente: Lett y Opinion Box



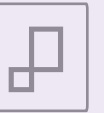
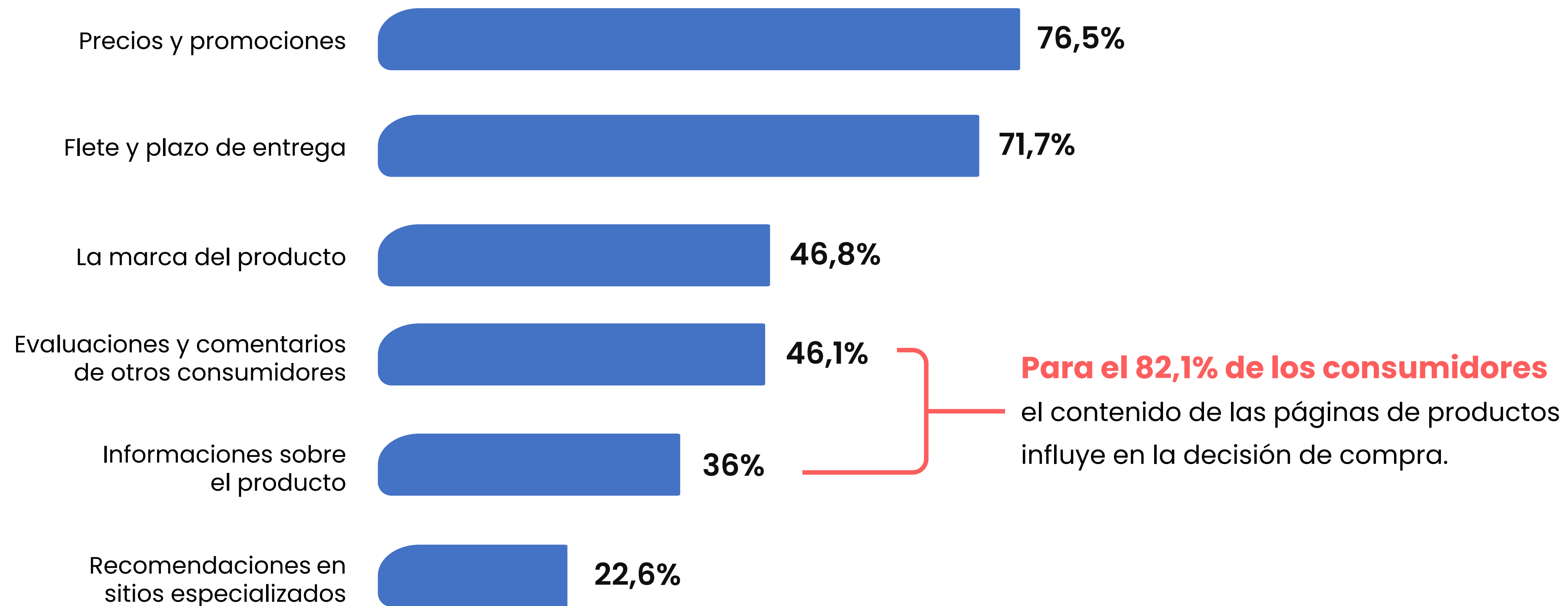
¿Cuál es la categoría de productos de Salud, Higiene y Belleza que más compras en internet?



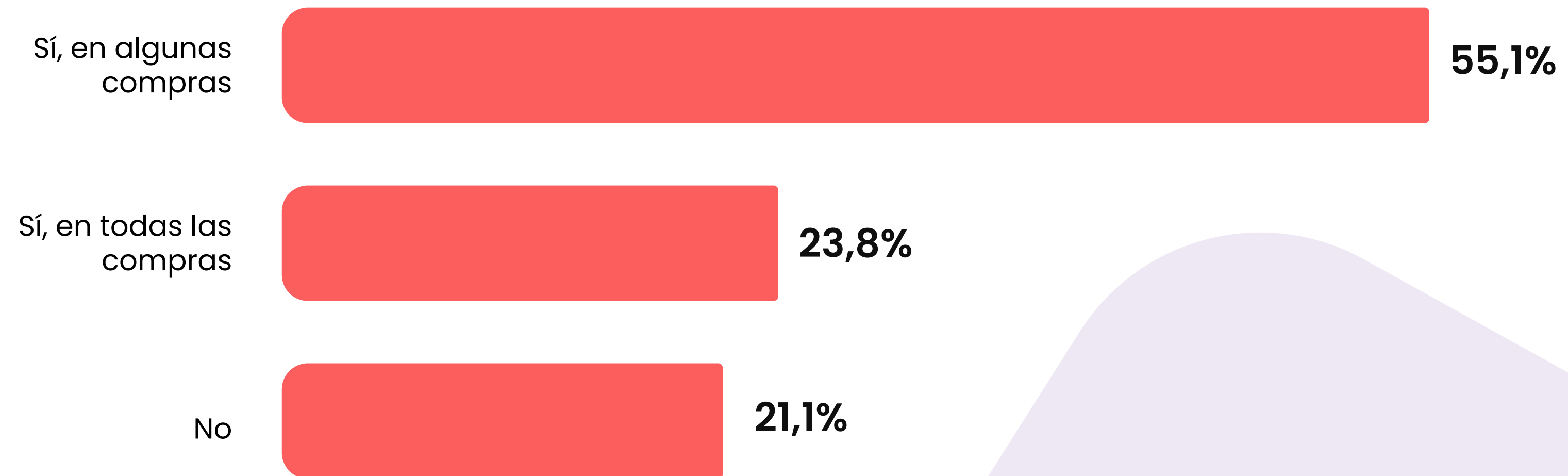
Fuente: Lett y Opinion Box



¿Qué factores influyen más en tu decisión al comprar productos de Salud, Higiene y Belleza online?



¿Visitas el sitio web de la marca/fabricante para investigar informaciones sobre el producto de Salud, Higiene y Belleza antes de comprar?



Nota del EQI de **Salud, Higiene y Belleza Brasil**



0

41

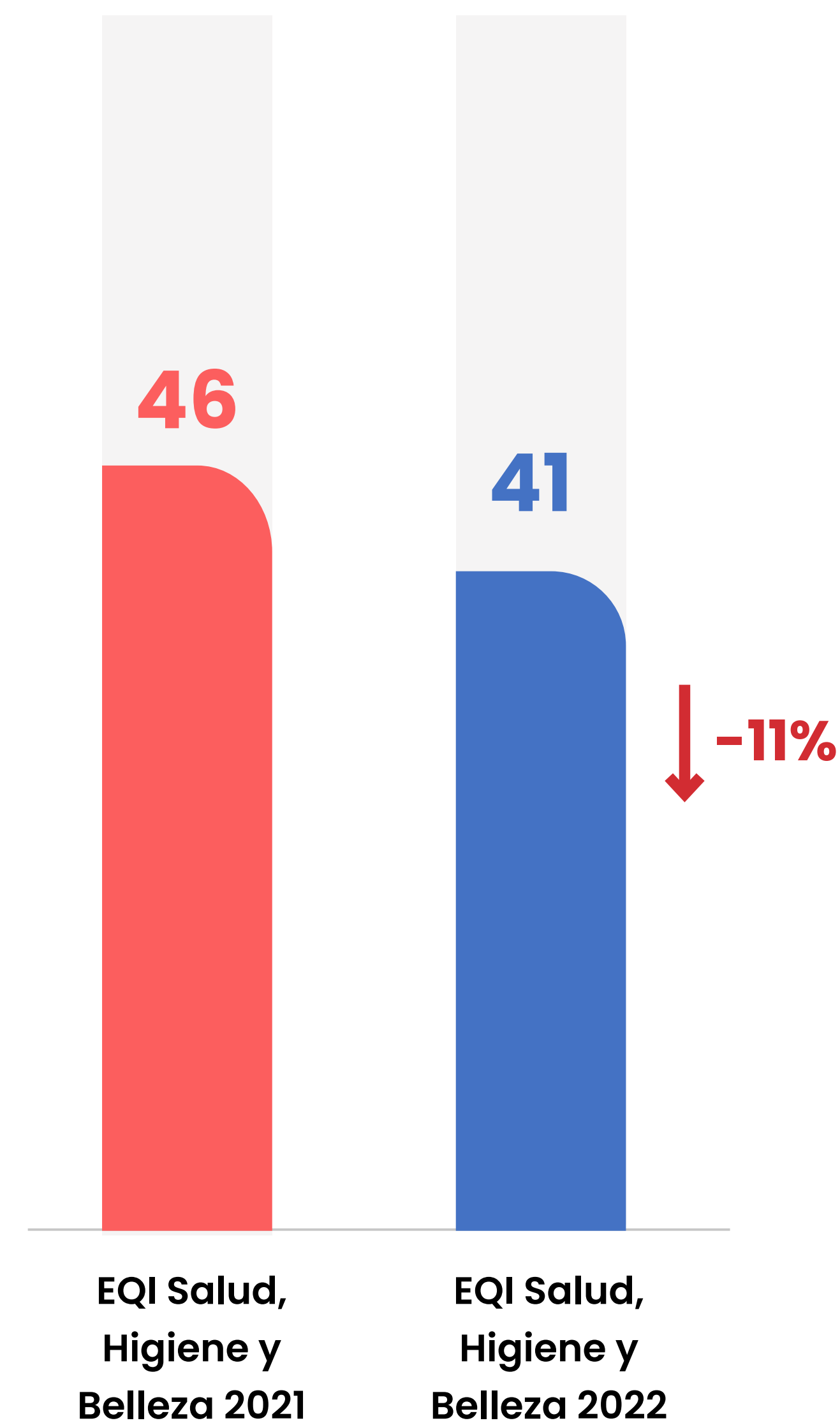
La nota del EQI Salud, Higiene y Belleza 2022
es 41 en una escala del 0 al 100.

*El mínimo recomendado por el EQI es una nota de 60. Hubo una caída importante respecto a 2021.

100

El EQI de Salud, Higiene y Belleza de 2022 mostró una caída en cuanto a la calidad de la información en las páginas de productos, **con una puntuación un 11% más baja en comparación con el [EQI de Salud, Higiene y Belleza de 2021](#)**.

Además, el índice considera que se recomienda una puntuación mínima de 60, **por lo que aún queda mucho por evolucionar para que los consumidores dispongan de todos los datos que necesitan para realizar una compra con tranquilidad** y no arrepentirse después.

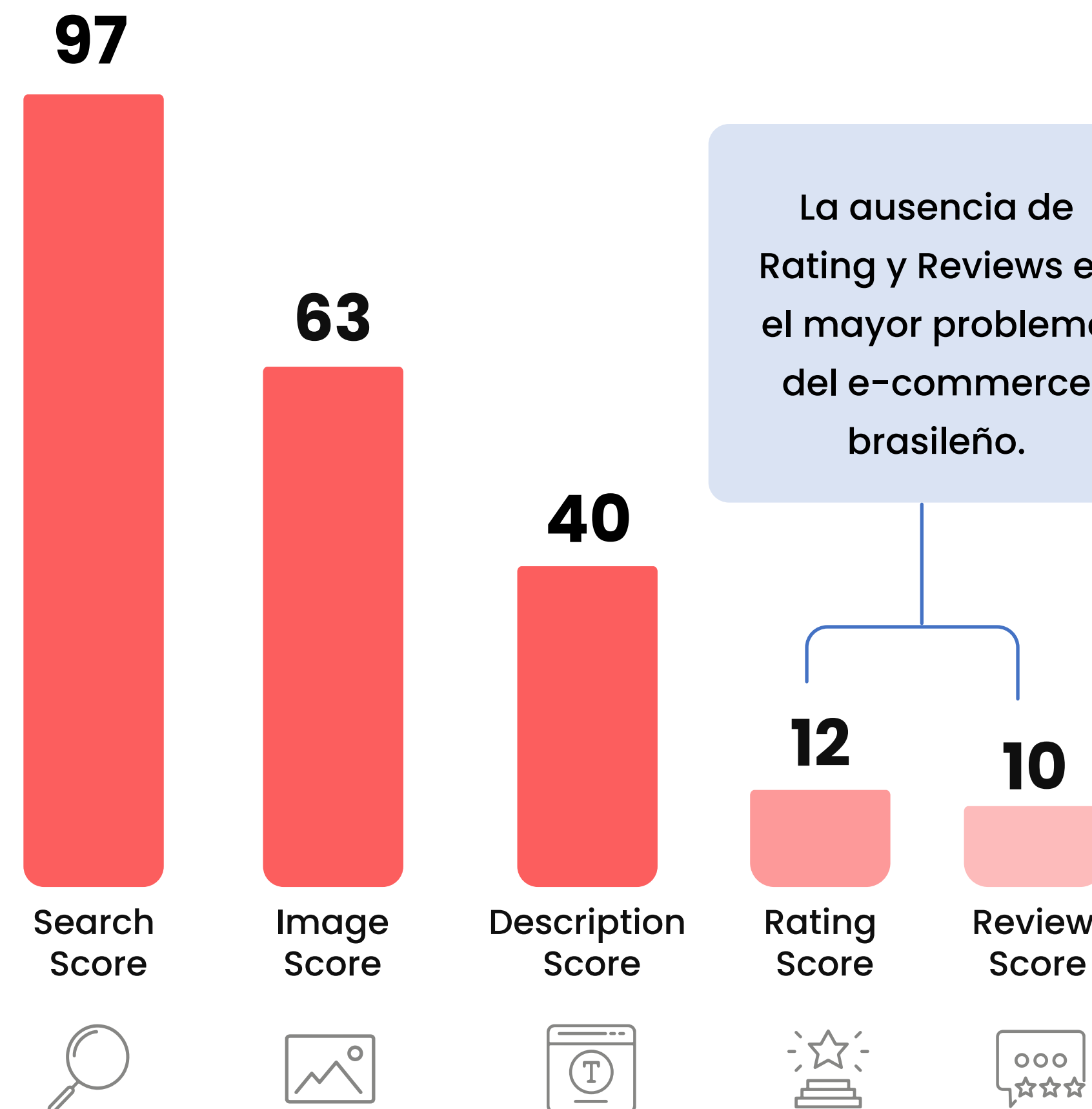


Resultado por criterio

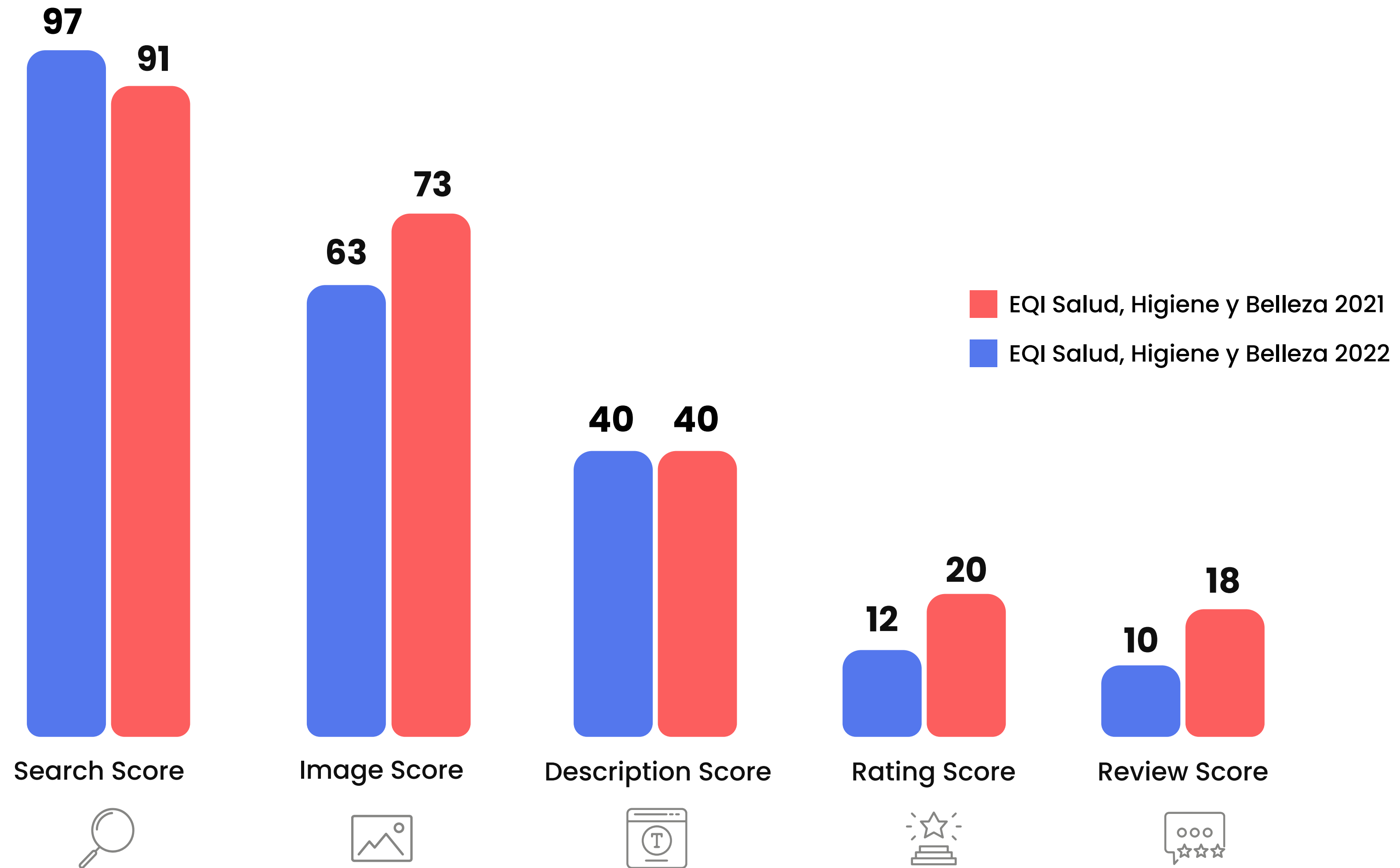
Para entender por qué el EQI de Salud, Higiene y Belleza obtuvo una puntuación de 41, es importante analizar los criterios que componen el estudio. Cada criterio se calcula sobre una puntuación de 0 a 100.

La industria y los retailers juegan un papel clave en la dinamización de estos recursos, dado que:

- Las reseñas pueden aumentar las conversiones en línea **en más de un 200%** (Fuente: Spiegel Research Center).
- Un producto con 5 reseñas tiene **un 270% más de probabilidades de compra que un artículo sin reseñas** (Fuente: Spiegel Research Center).



Resultado por criterio EQI 2021 vs 2022



Mejores criterios



Search Score aumentado de
91 a 97 puntos.

↑ **+6,6%**



Descripción Score mantenido
en 40 puntos.

Peores criterios



Image Score cayó de
73 a 63 puntos.

↓ **-14%**



Rating Score se redujo de
20 a 12 puntos.

↓ **-40%**



Review Score se redujo de
18 a 10 puntos.

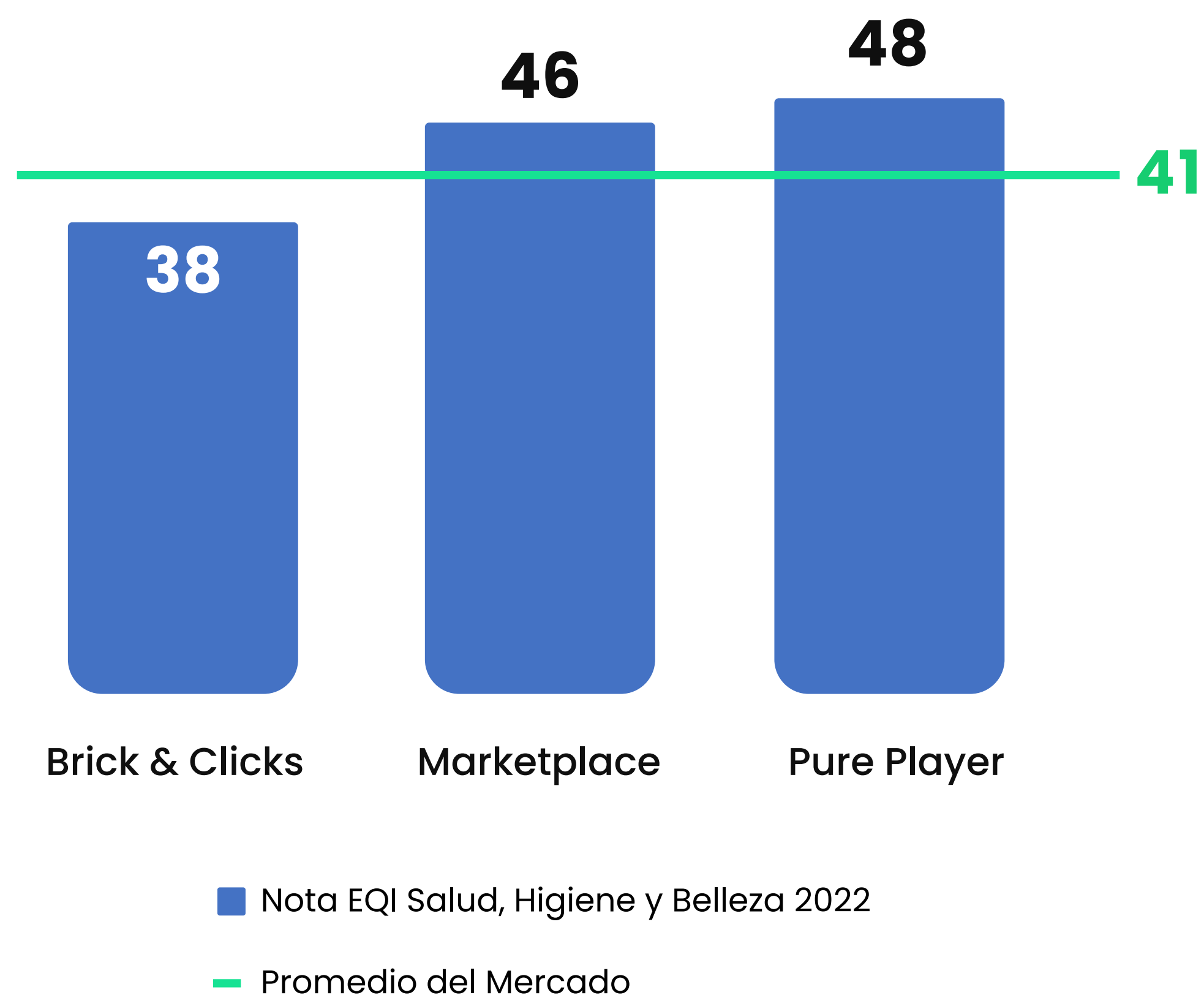
↓ **-44%**

Estos resultados muestran que los retailers se preocupan por ofrecerles títulos completos y optimizados a los consumidores, así como también que los productos estén correctamente categorizados (Search Score).

Sin embargo, existe un problema serio con respecto al **Rating Score y Review Score, que cayeron un 40% y un 44% respectivamente**, considerando la comparación entre 2021 y 2022.



Resultado por canal de venta



Marketplace y Pure Player

son los canales de venta que mejores resultados obtuvieron, alcanzando los **46 y 48 puntos respectivamente.**

Brick & Clicks

por su parte, es el canal de venta con la puntuación más baja, **quedando muy por debajo de la media del mercado, con 38 puntos.**

Consulta qué e-commerces se consideran en cada canal de venta



Análisis de los criterios **EQI Salud,** **Higiene y Belleza**

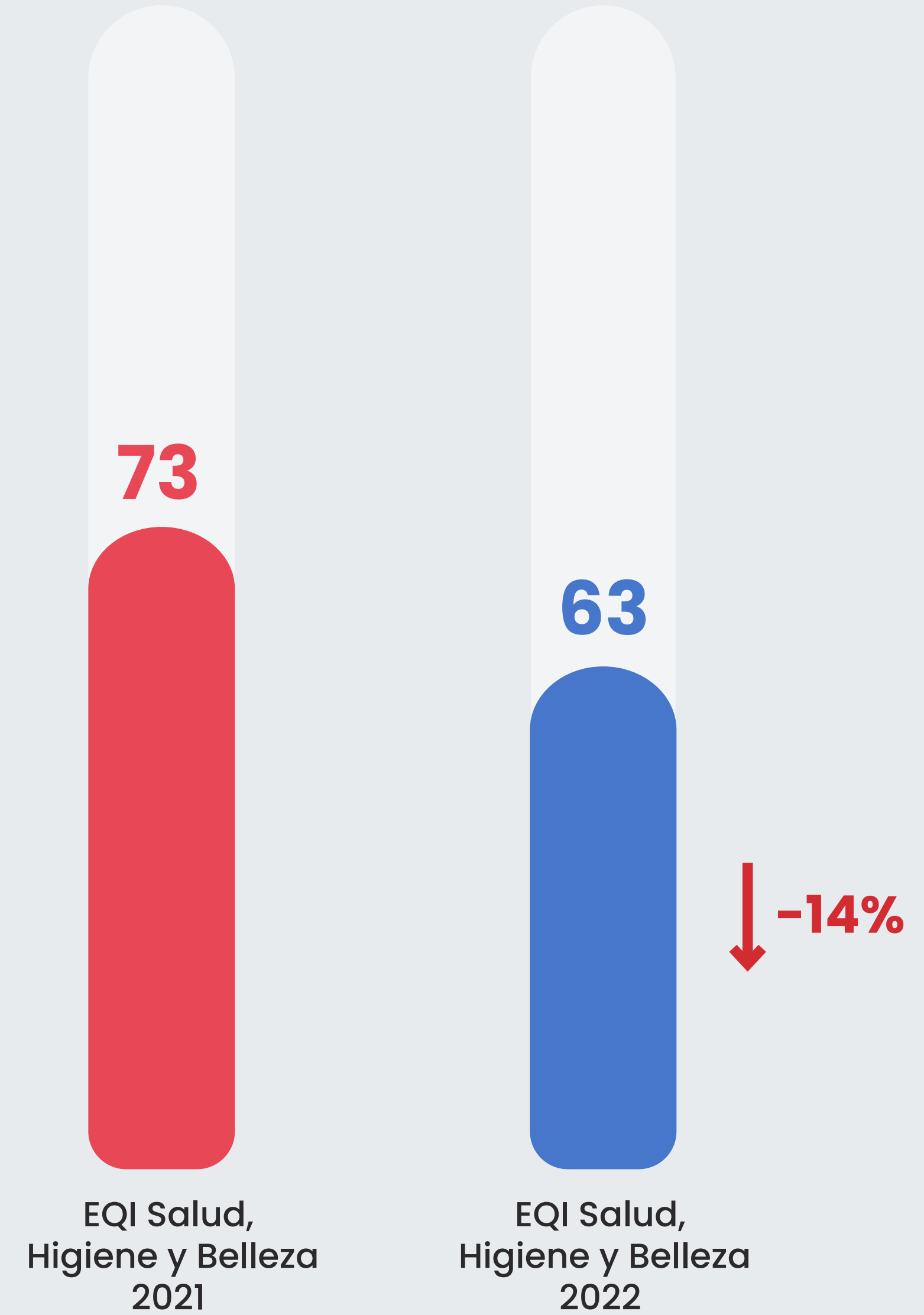




Image Score

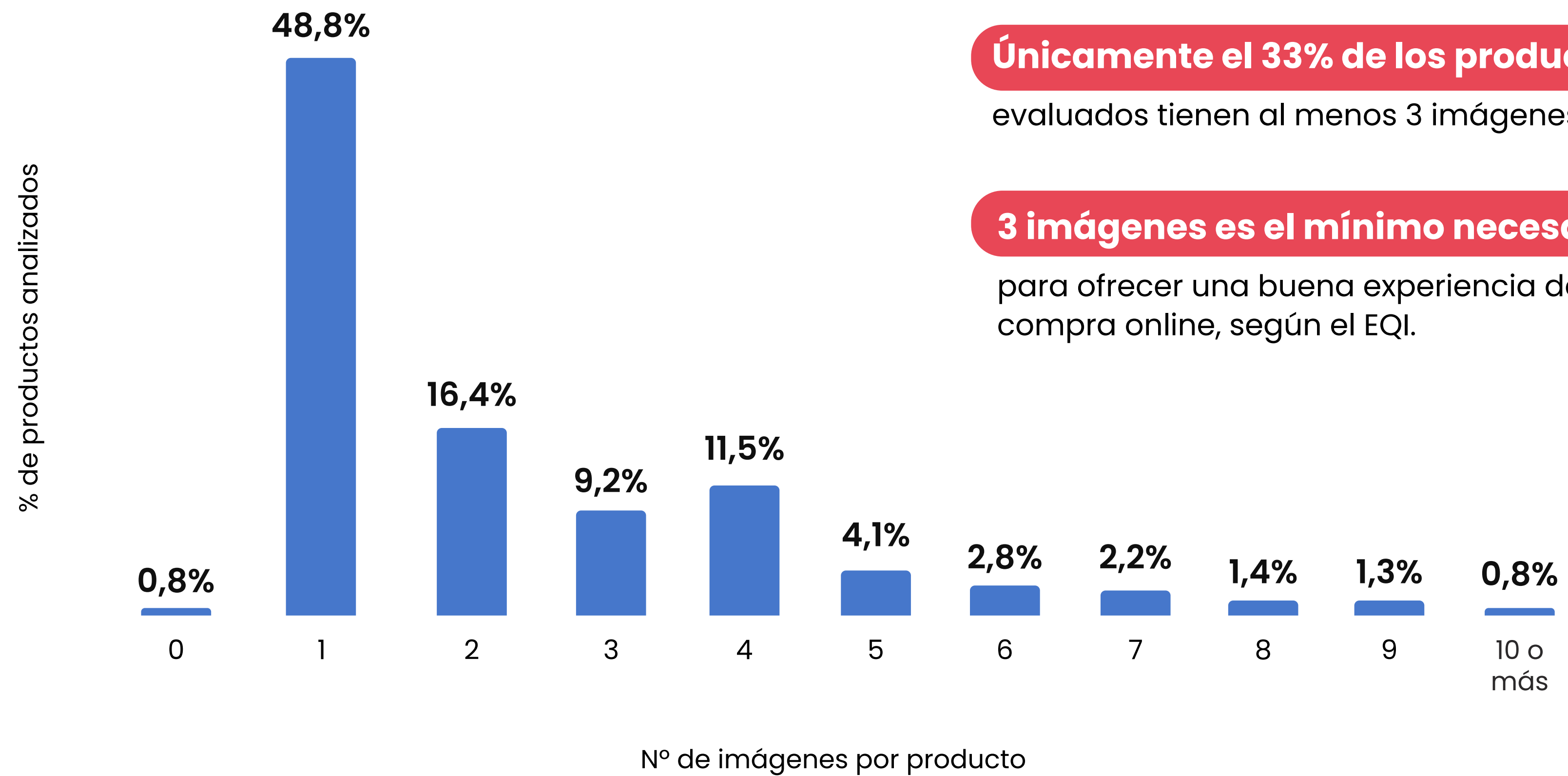
El Image Score se calcula según el número de imágenes en la página del producto. De esa forma, la puntuación es 100 cuando el producto tiene 3 imágenes o más.

Image Score	63
Nº promedio de imágenes por producto	2
Productos con por lo menos 3 imágenes	33%





Promedio de imágenes por producto



Únicamente el 33% de los productos

evaluados tienen al menos 3 imágenes.

3 imágenes es el mínimo necesario

para ofrecer una buena experiencia de compra online, según el EQI.

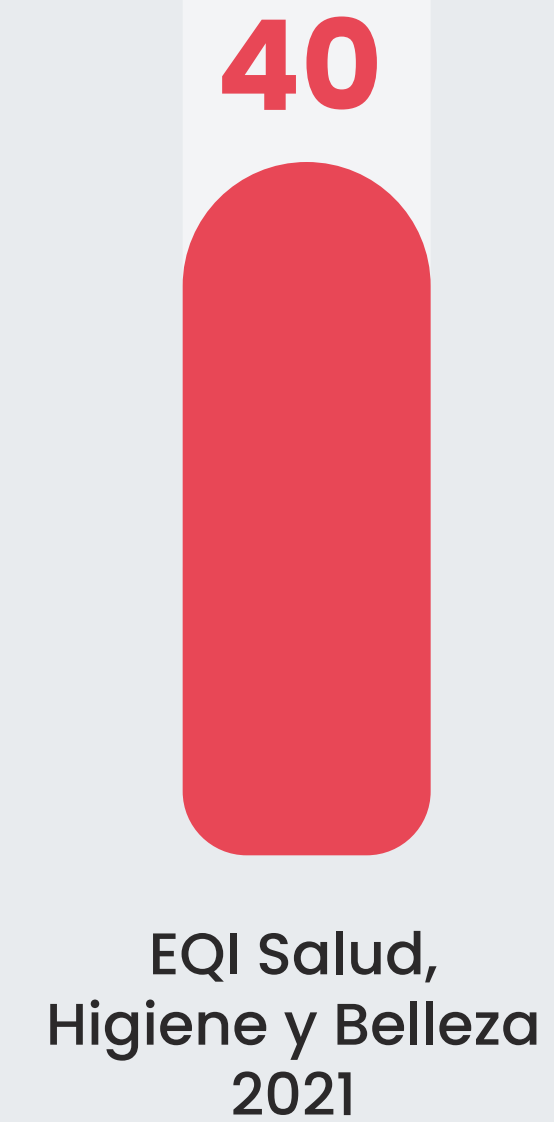




Description Score

El Description Score se calcula según el número de palabras de la descripción. Por lo tanto, si la descripción es de 300 palabras o más, el resultado será 60. Si la descripción es mayor o igual a 1700 palabras, la puntuación será de 100.

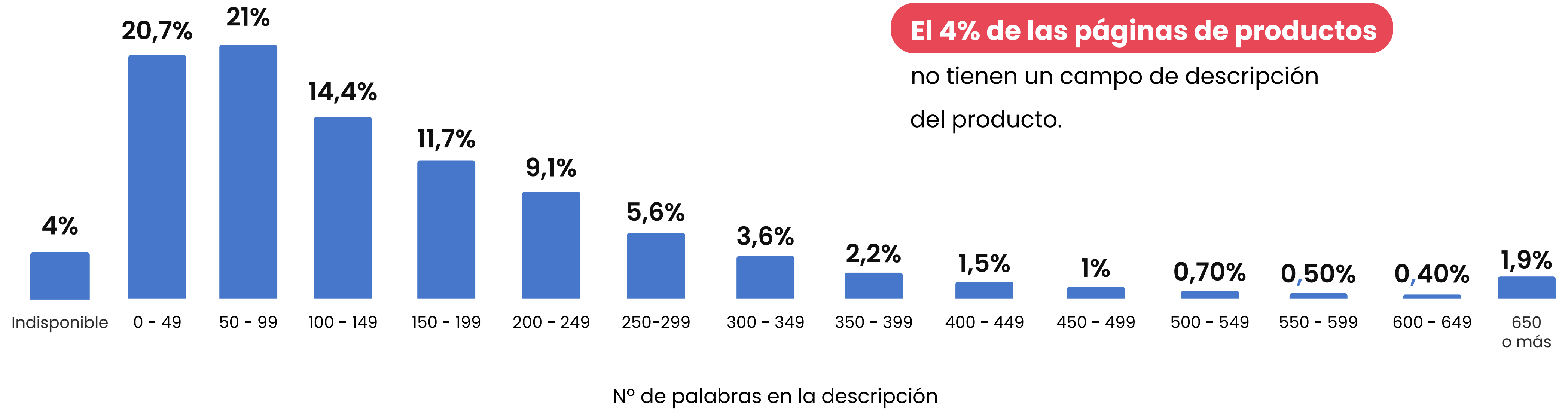
Description Score	40
Promedio de palabras en la descripción	159
% de productos con 300 palabras o más en la descripción	12%





Promedio de palabras en la descripción por producto

% de productos analizados



Únicamente el 12% de los productos

evaluados tienen una descripción de al menos 300 palabras.

El 4% de las páginas de productos

no tienen un campo de descripción del producto.

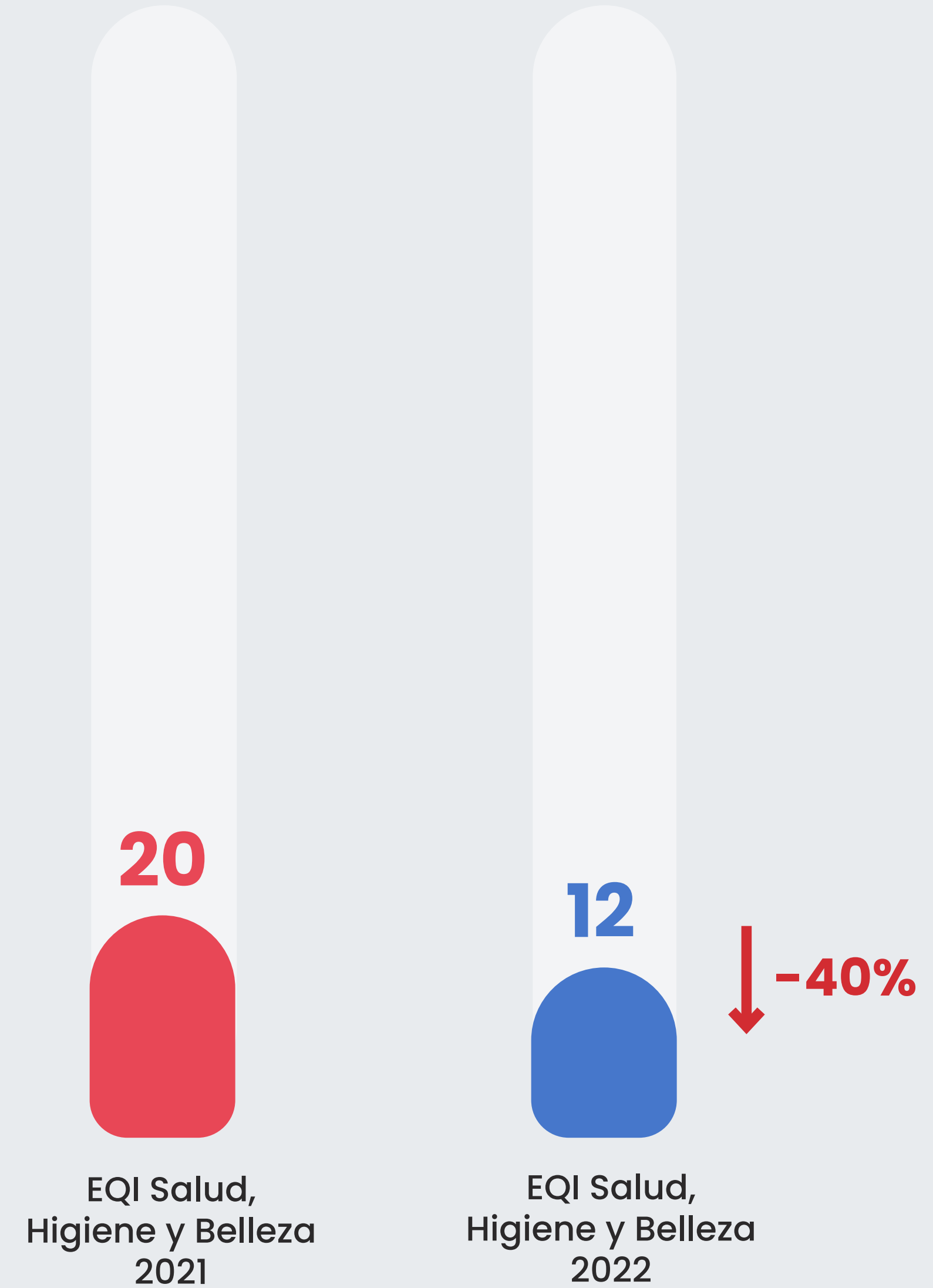




Rating Score

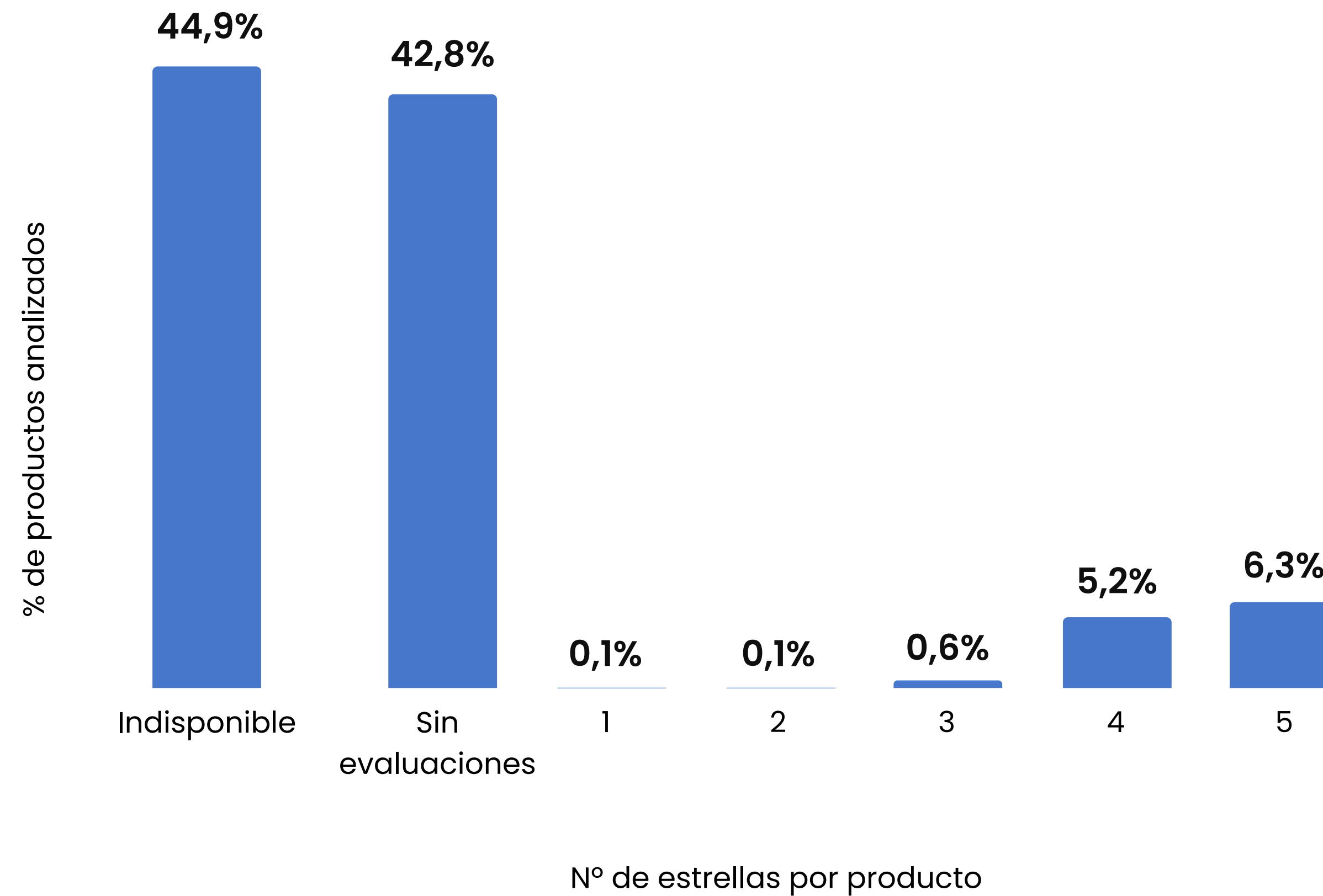
El Rating Score se calcula según el número de evaluaciones por producto. Las páginas de productos con hasta 3,5 estrellas reciben una puntuación de 60, entre 4 y 5 estrellas, la puntuación es de 100.

Rating Score	12
% de productos que tienen un promedio de 5 estrellas	6,3%
% de productos que tienen un promedio de apenas 1 estrella	0,1%





Promedio de evaluaciones por producto



De las páginas de productos analizadas en Brasil:

El 44,9% no tiene

campo para evaluación del consumidor.

El 42,8% tiene

una nota de 0 estrellas.

El 11,5% de los productos

tienen entre 4 y 5 estrellas.

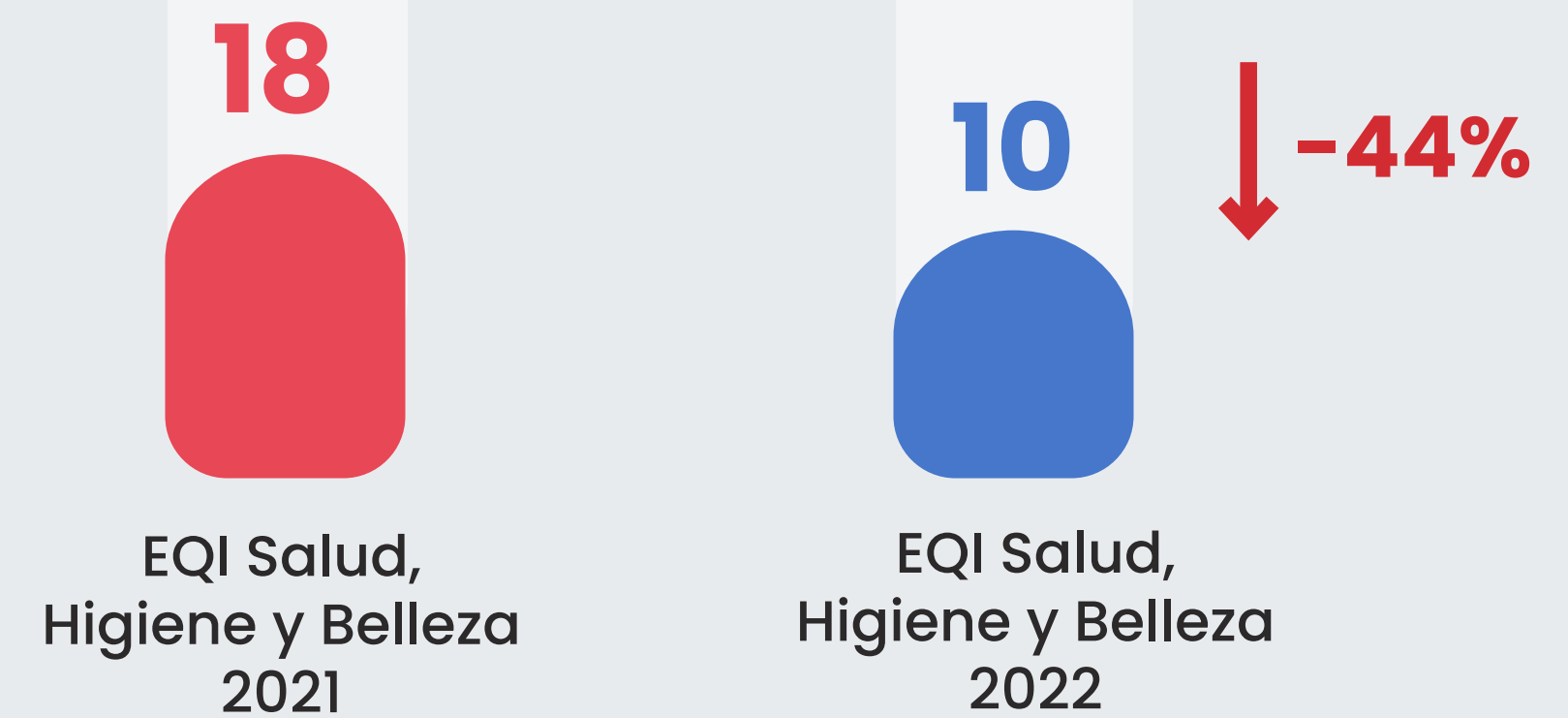




Review Score

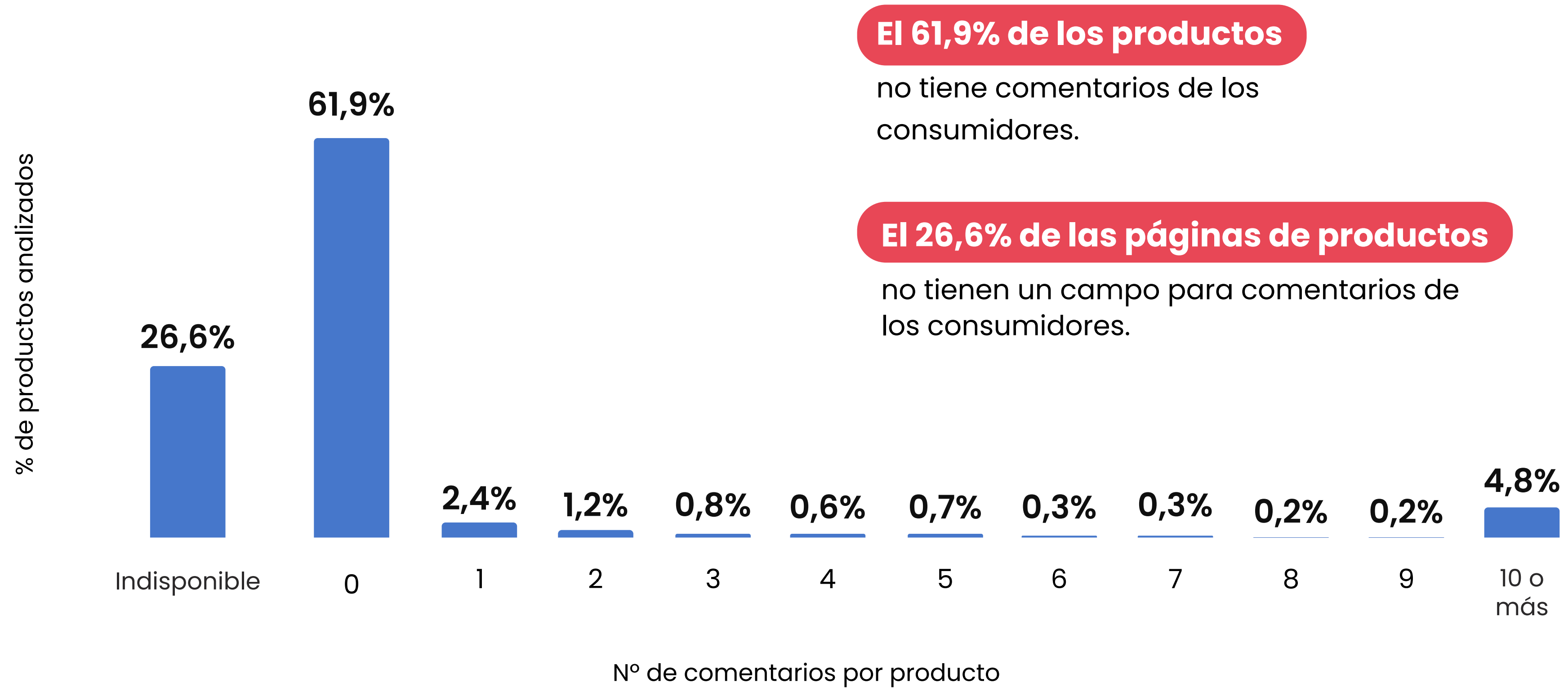
El Review Score se basa en la cantidad de comentarios de los consumidores en la página del producto. Para obtener el mínimo recomendado de 60, el índice debe tener entre 1 y 4 comentarios, por encima de 5 comentarios la puntuación es 100.

Review Score	10
% de productos con 10 o más comentarios	4,8%
% de productos que no tienen comentarios	61,9%





Número de productos que tienen al menos 1 comentario





Search Score

El Search Score se basa en la cantidad de caracteres en el título y también evalúa si el producto está categorizado en el sitio web. Para obtener una puntuación de 100, el título del producto debe tener entre 20 y 100 caracteres y el artículo debe estar en al menos 1 categoría.

Promedio de caracteres
en el título

53

% de productos con títulos
optimizados para búsqueda

96,7%

% de productos que están por
lo menos en una categoría en
el sitio web

93,4%

91

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2021

97

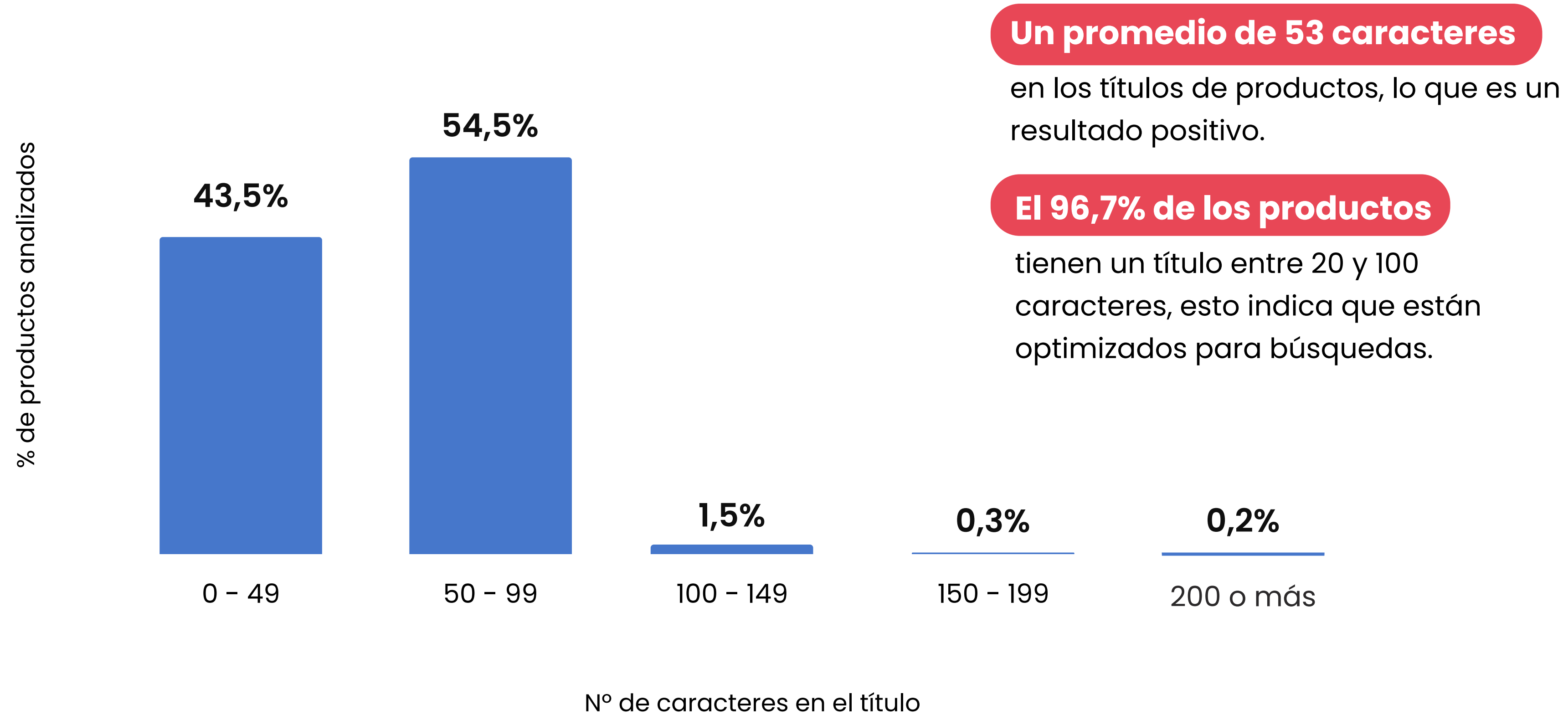
EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022

↑ +6,6%





Promedio de caracteres en el título por producto



Análisis de las categorías
**EQI de Salud,
Higiene y Belleza**



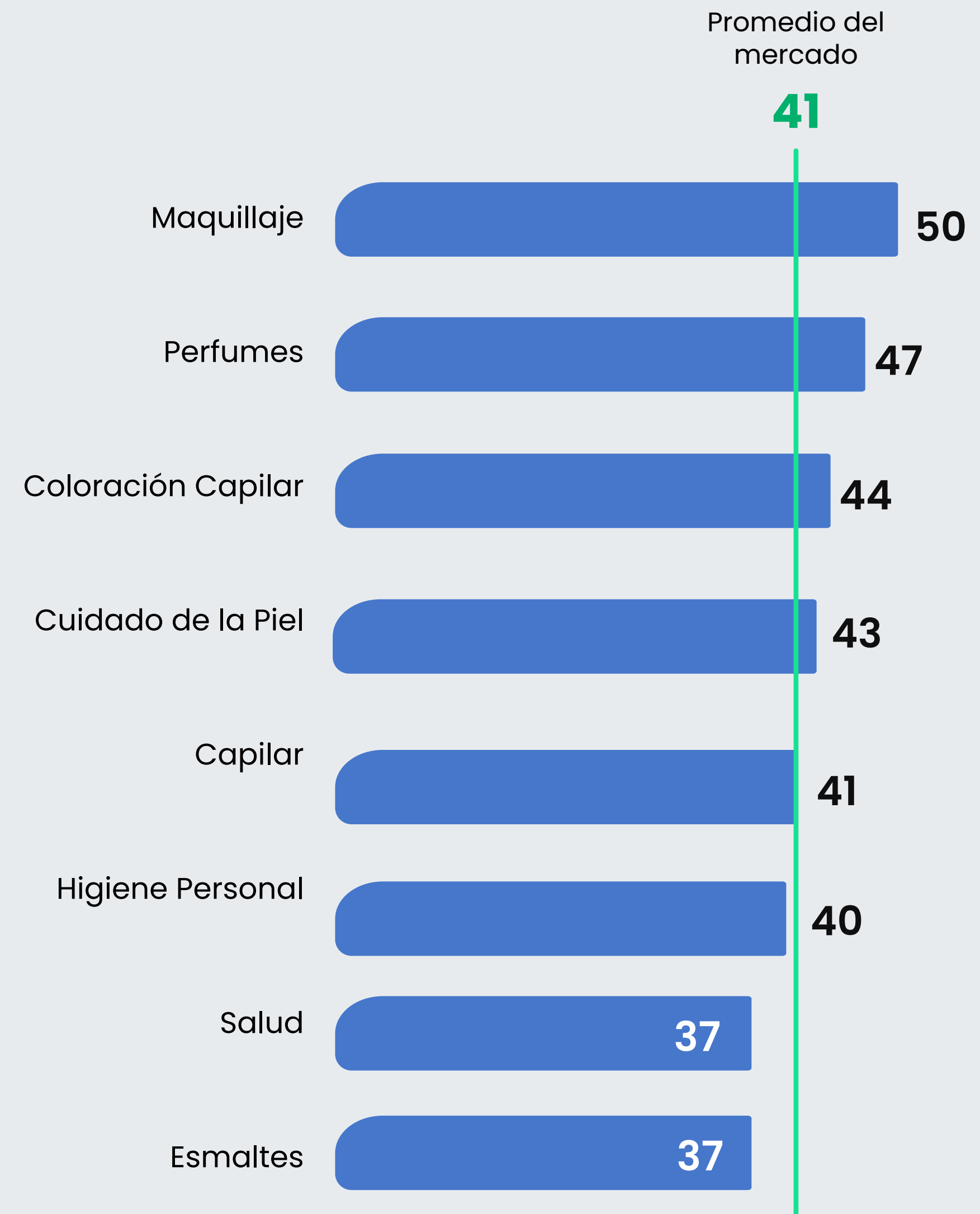
Resultado por categoría

Únicamente las categorías de **Maquillaje, Perfumes, Coloración Capilar y Cuidado de la Piel** tuvieron un puntaje EQI superior al promedio del mercado, y **Capilar** obtuvo exactamente el mismo puntaje que el promedio del mercado, 41.

BEAUTYBOX

El e-commerce Beautybox ocupó el **primer lugar en la categoría de Maquillaje.**

1°





Maquillaje

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021

48

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

50

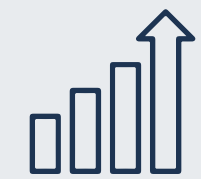
Promedio del mercado

41

Maquillaje es la categoría **mejor calificada en el EQI 2022.**



La categoría Maquillaje tuvo un **aumento del 4% en el puntaje EQI** respecto a la edición 2021, **alcanzando los 50 puntos.**



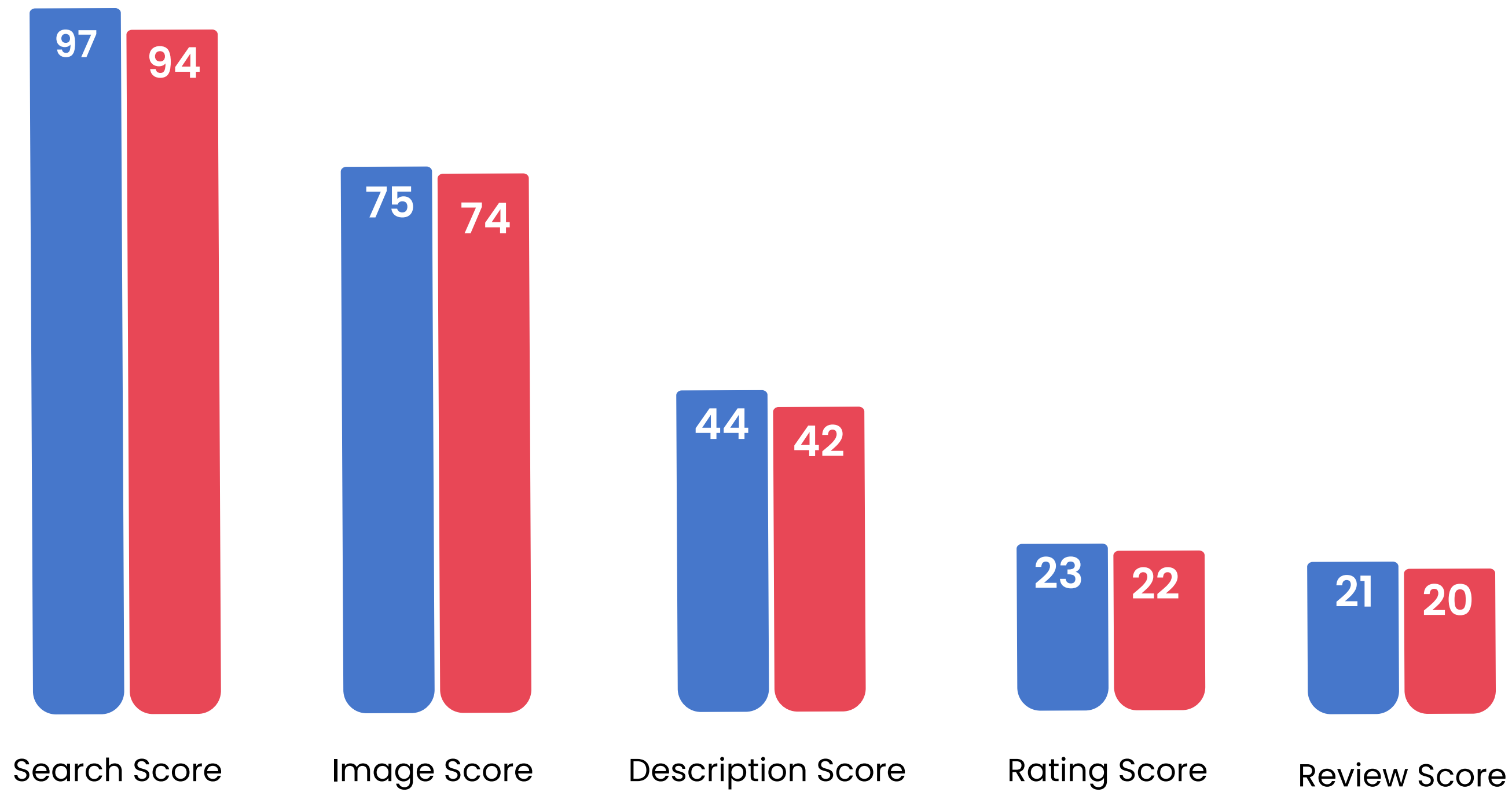
El puntaje EQI en la categoría de Maquillaje **estuvo 22% por encima del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Maquillaje

Resultado por criterio



■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2021 ■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2021



3% de crecimiento
en el criterio Search Score



1% de crecimiento
en el criterio Image Score



5% de crecimiento
en el criterio Description Score





Perfumes

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021

38

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

47

Promedio del mercado

41

Perfumes es la segunda categoría **mejor calificada en el EQI 2022.**



La categoría Perfumes tuvo un **aumento del 24% en el puntaje EQI**, respecto a la edición 2021, **alcanzando los 47 puntos.**



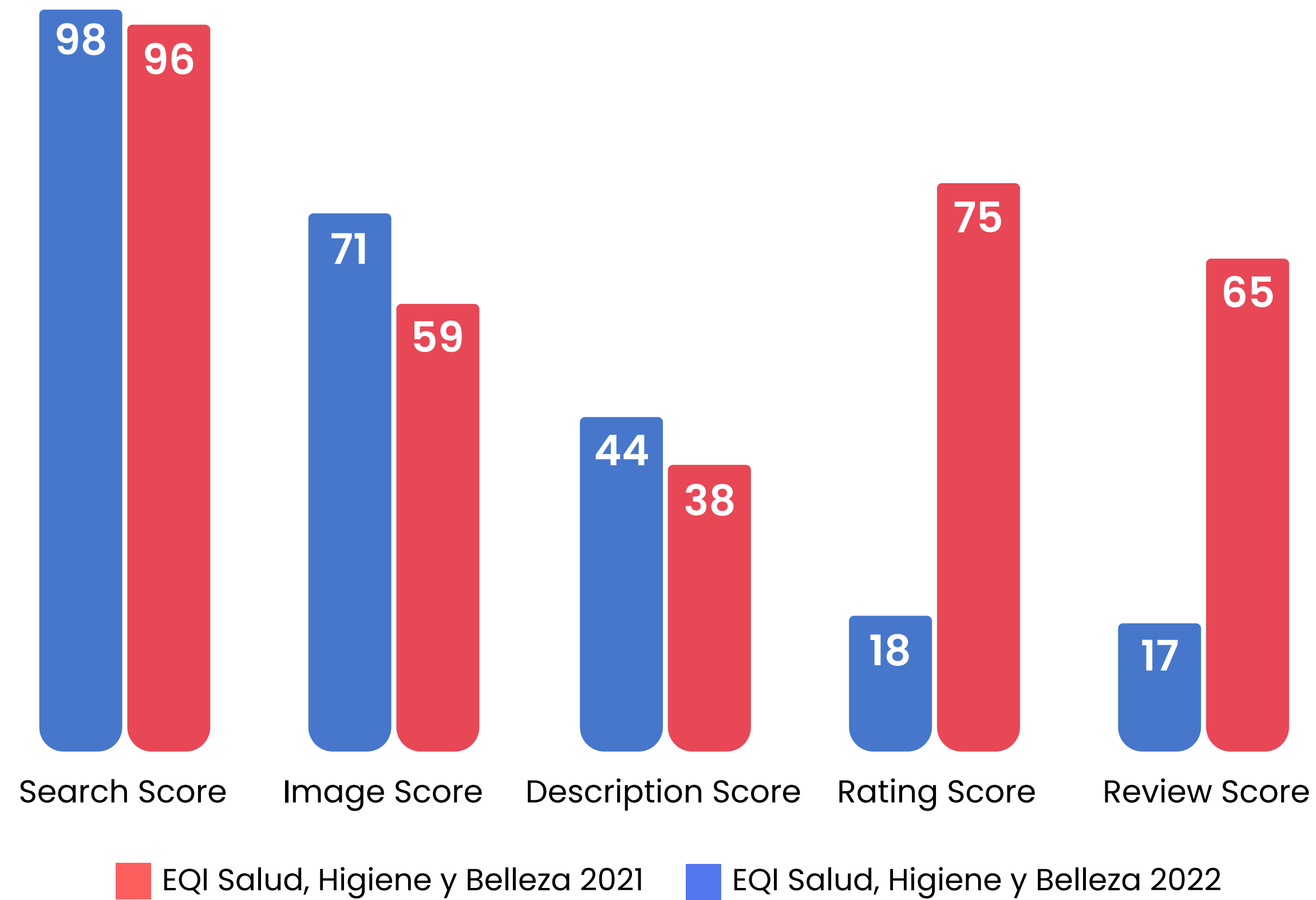
El EQI para la categoría Perfumes **fue 15% superior al puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Perfumes

Resultado por criterio



Caída del 76 %
en el criterio Rating Score



Caída del 74%
en el criterio Review Score



16% de crecimiento
en el criterio Description Score





Coloración Capilar

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021

41

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

44

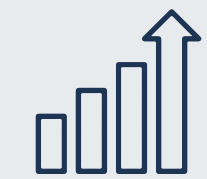
Promedio del mercado

41

Coloración Capilar es la tercera categoría **mejor calificada en el EQI 2022.**



La categoría Coloración Capilar tuvo un **aumento del 7% en el puntaje EQI** en comparación con la edición de 2021, **alcanzando los 44 puntos.**



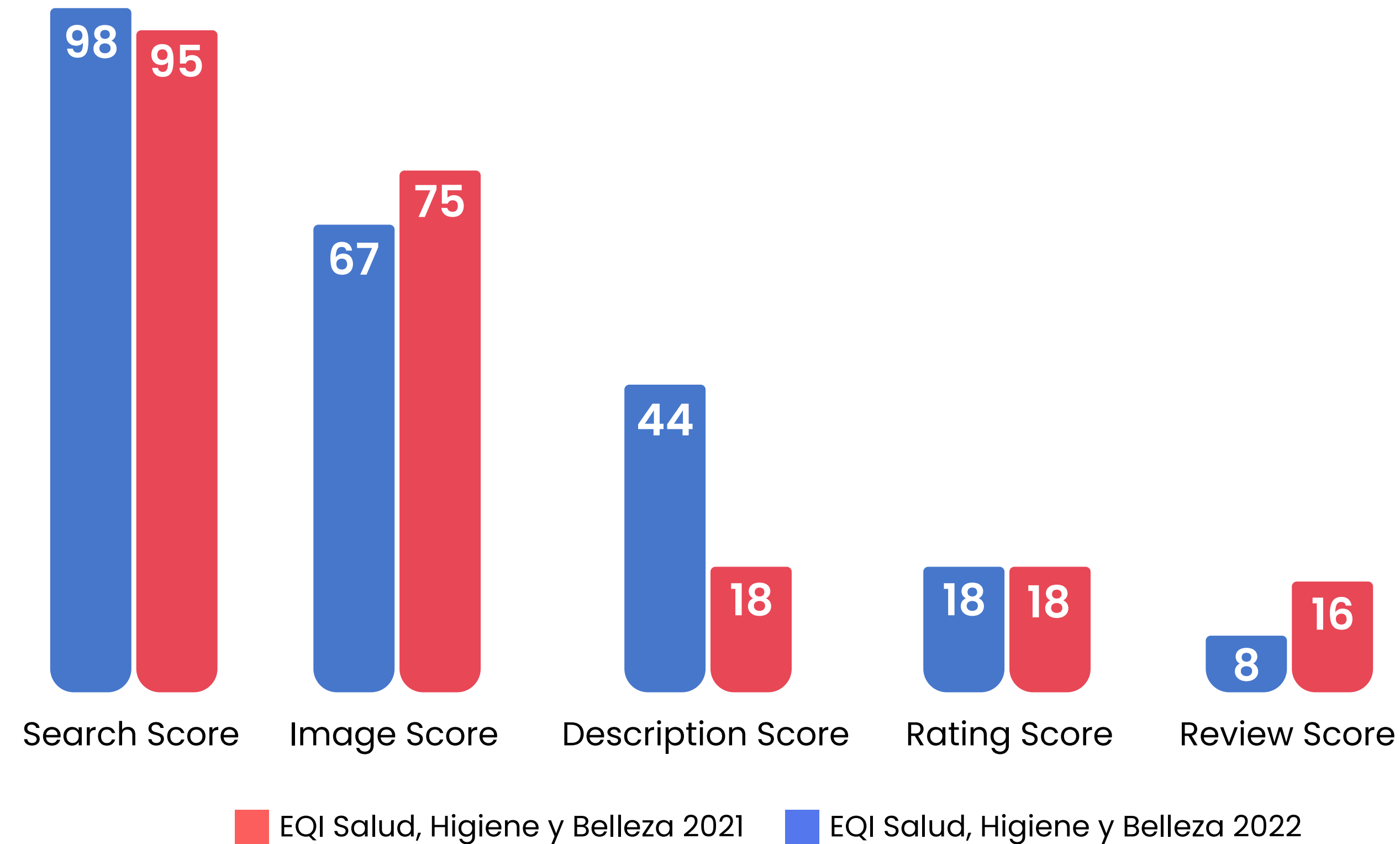
El puntaje EQI en la categoría Coloración Capilar **estuvo un 7% por encima del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Coloración Capilar

Resultado por criterio



Caída del 11 %
en el criterio Image Score



Caída del 50 %
en el criterio Review Score



144% de crecimiento
en el criterio Description Score





Cuidado de la Piel

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021

54

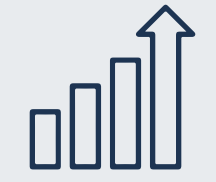
EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

43

Promedio del mercado

41

La categoría Cuidado de la Piel tuvo **una caída del 20% en el puntaje EQI** en comparación con la edición de 2021, **alcanzando los 43 puntos.**



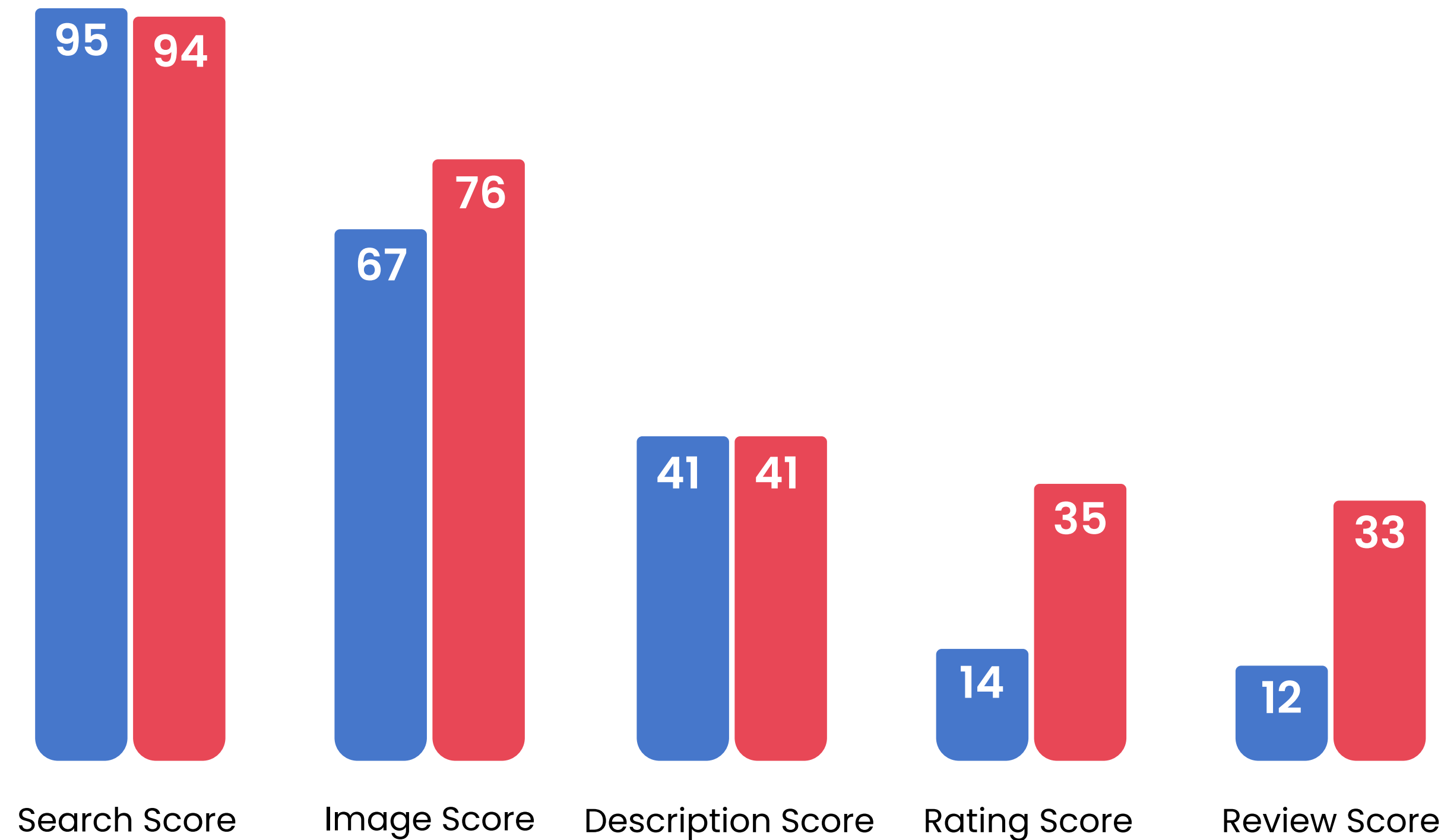
El puntaje EQI para la categoría Cuidado de la Piel **fue un 5% superior al puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Cuidado de la Piel

Resultado por criterio



■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2021 ■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022



Caída del 60%
en el criterio Rating Score



Caída del 64%
en el criterio Review Score



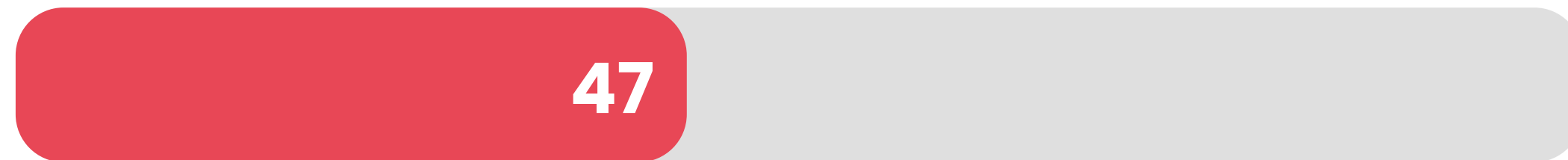
Caída del 12%
en el criterio Image Score



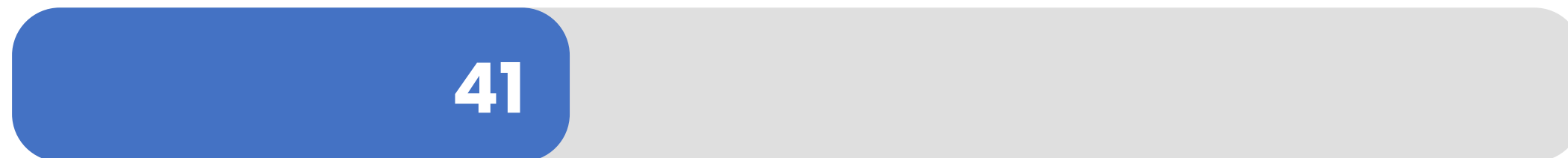


Capilar

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021



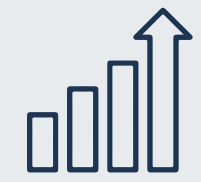
EQI Salud, Higiene y Belleza 2022



Promedio del mercado



La categoría Capilar tuvo una **caída del 13% en el puntaje EQI** en comparación con la edición 2021, **alcanzando los 41 puntos.**



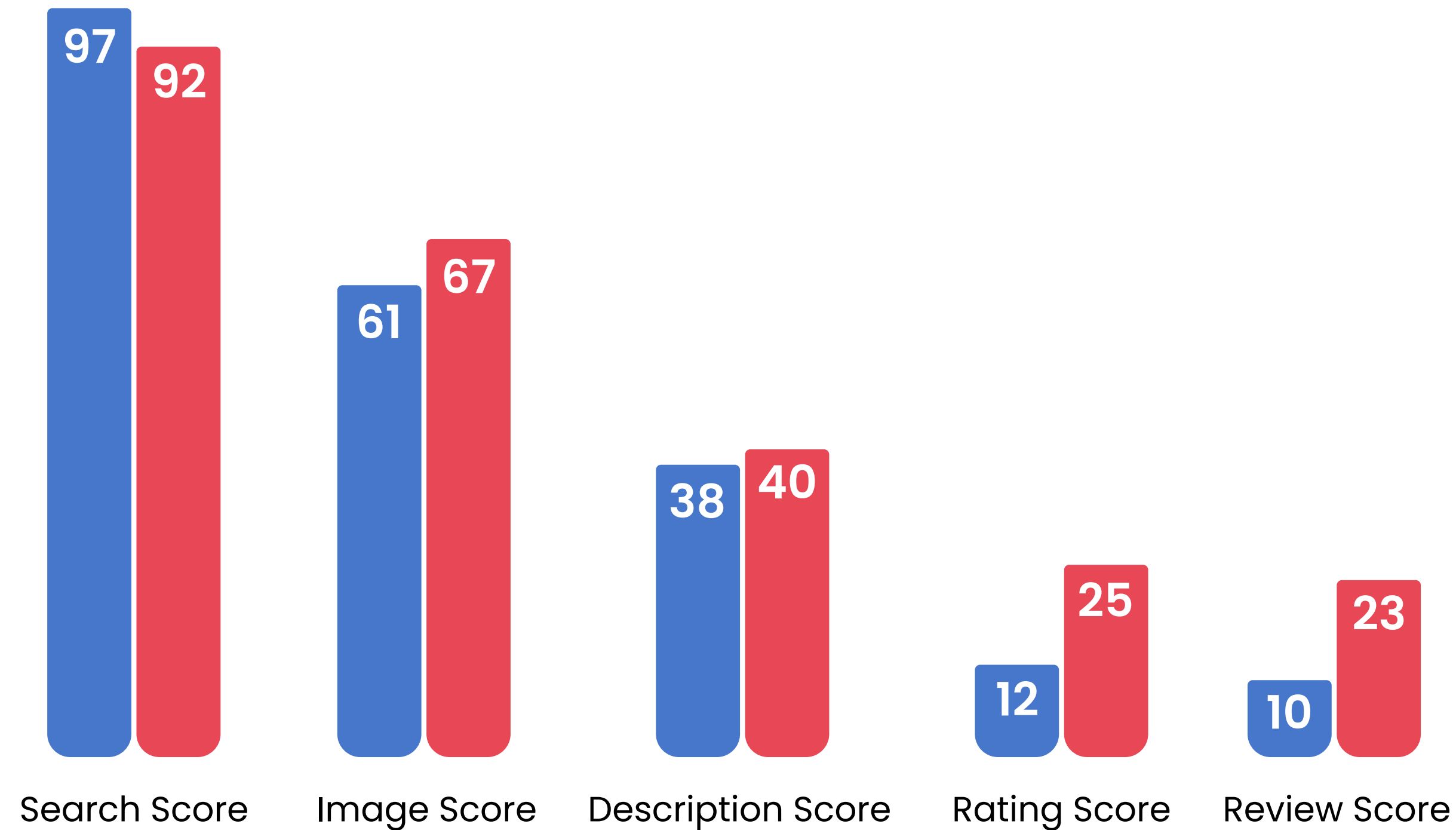
El puntaje EQI de la categoría Capilar **es igual al puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Capilar

Resultado por criterio



■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2021 ■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022



Caída del 52%
en el criterio Rating Score



Caída del 57%
en el criterio Review Score



5% de crecimiento
en el criterio Search Score





Higiene Personal

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021

48

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

40

Promedio del mercado

41

La categoría Higiene Personal tuvo una **caída del 17% en el puntaje EQI** respecto a la edición 2021, alcanzando los 40 puntos.



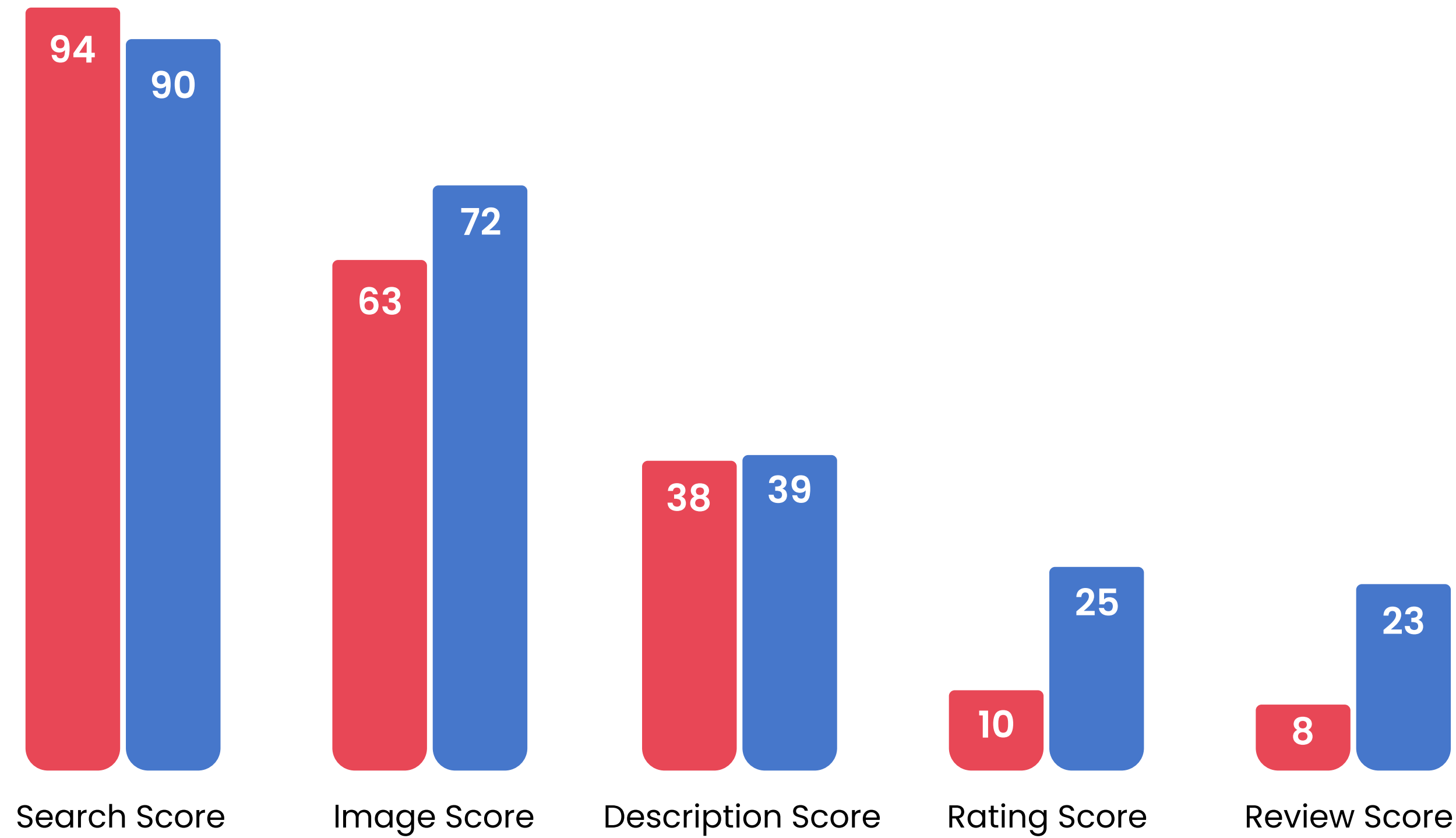
El puntaje EQI en la categoría de Higiene Personal **estuvo 2% por debajo del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Higiene Personal

Resultado por criterio



EQI Salud, Higiene y Belleza 2021 EQI Salud, Higiene y Belleza 2022



Caída del 60%
en el criterio Rating Score



Caída del 65%
en el criterio Review Score



Caída del 13%
en el criterio Image Score





Salud

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021

47

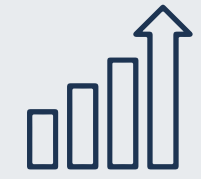
EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

37

Promedio del mercado

41

La categoría Salud tuvo una **caída del 21% en el puntaje EQI** respecto a la edición 2021, **alcanzando los 37 puntos.**



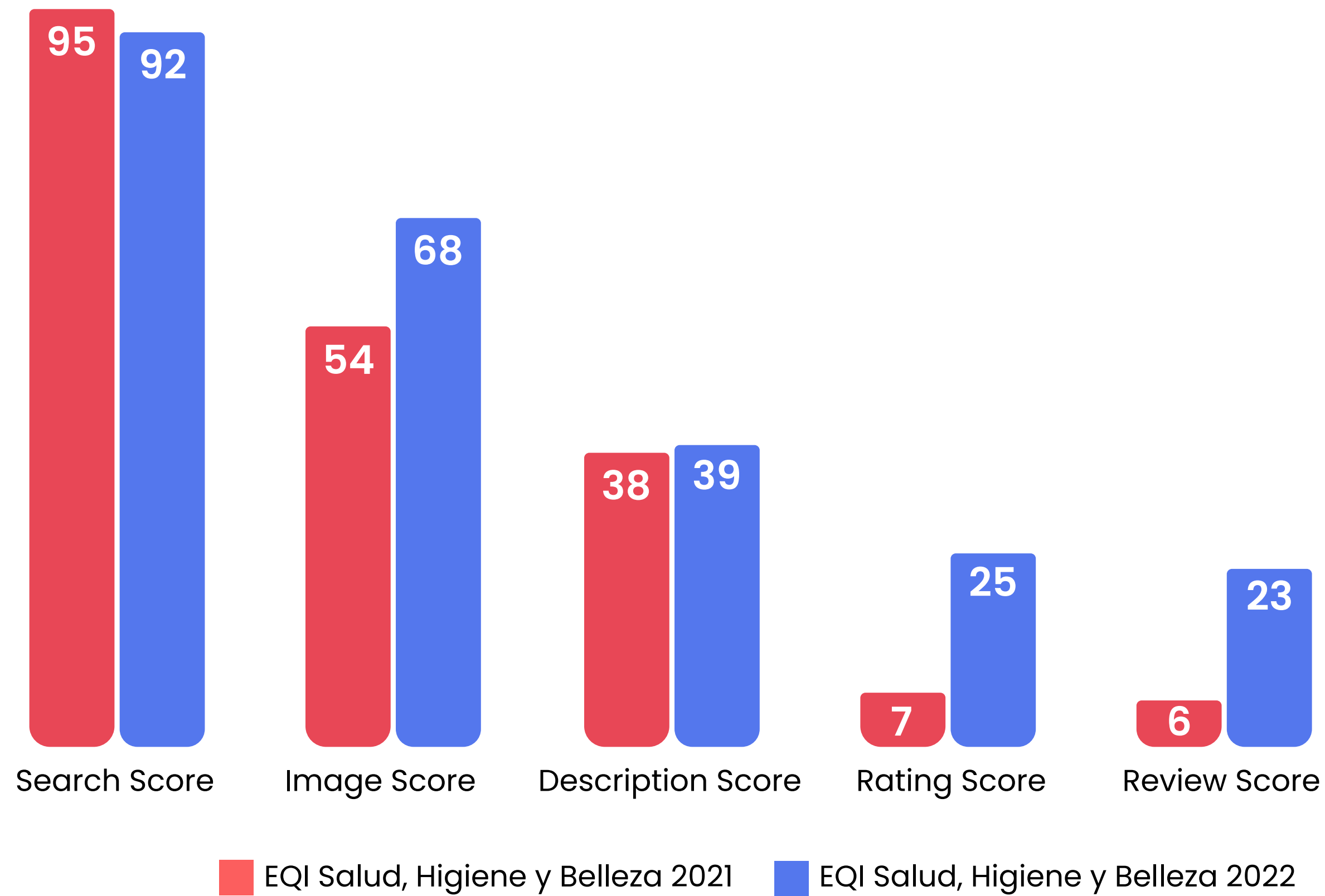
El puntaje EQI en la categoría Salud **estuvo 10% por debajo del puntaje promedio** en el segmento Salud, Higiene y Belleza.





Salud

Resultado por criterio



Caída del 72%
en el criterio Rating Score



Caída del 74%
en el criterio Review Score



Caída del 21%
en el criterio Image Score





Esmaltes

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021

39

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

37

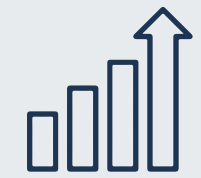
Promedio del mercado

41

Esmaltes es la categoría **con la calificación más baja en el EQI 2022**



La categoría Esmaltes tuvo una **caída del 5% en el puntaje EQI** respecto a la edición 2021, **alcanzando los 37 puntos.**



El puntaje EQI de la categoría Esmaltes **estuvo 10% por debajo del puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Esmaltes

Resultado por criterio



■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2021 ■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022



Caída del 29%
en el criterio Rating Score



Caída del 55%
en el criterio Review Score



Caída del 5%
en el criterio Image Score



Ranking sitios web
**EQI Salud, Higiene
y Belleza Brasil**





RANKING
TOP 10
SITIOS WEBS EQI

☆	SITIO WEB	NOTA EQI
1	Beleza na Web	66
2	Amazon	62
3	Sephora	62
4	Beautybox	51
5	eFácil	50
6	Zattini	50
7	Drogaria Pague Menos	48
8	Drogaria Minas Brasil	48
9	Araujo	48
10	Mercado Livre	47





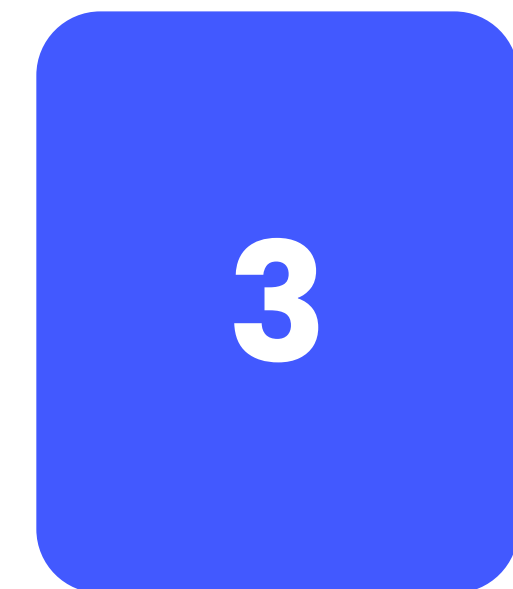
RANKING
TOP 3
SITIOS WEB EQI
POR CANAL DE
VENTAS



Brick & Clicks

SEPHORA

BEAUTYBOX





Marketplace



Pure Player





**RANKING
TOP 50
MARCAS EQI**

☆	MARCA	PUNTAJE EQI
1	Estée Lauder	71,5
2	Sephora	60,4
3	Giorgio Armani	59,5
4	Givenchy	57,3
5	Elseve	56,4
6	Shiseido	55,9
7	Carolina Herrera	55,9
8	Dior	55,0
9	Casting Creme Gloss	54,3
10	Garnier	54,0



☆	MARCA	PUNTAJE EQI
11	Kérastase	53,6
12	L'Óreal Paris	53,4
13	Ruby Rose	53,2
14	Láncome	53,0
15	Paco Rabanne	52,3
16	Azzaro	51,8
17	Bvlgari	51,7
18	Clinique	50,9
19	Dolce Gabanna	50,8
20	Isdin	50,6

☆	MARCA	PUNTAJE EQI
21	Ralph Lauren	50,6
22	Max Love	49,8
23	Elmex	49,4
24	Dermacyd	49,0
25	OGX	48,8
26	Minesol	48,7
27	Bioderma	48,5
28	Pampers	47,8
29	Eucerin	47,7
30	Neutrogena	47,5



☆	MARCA	PUNTAJE EQI
31	Nivea	47,4
32	Koleston	47,4
33	Neostrata	47,4
34	Phytoderm	47,3
35	Johnson's Baby	46,8
36	Cicatricure	46,6
37	Maybelline	45,7
38	La Roche Posay	45,5
39	Dove Baby	45,0
40	Pompom	44,9

☆	MARCA	PUNTAJE EQI
41	Tresemmé	44,3
42	Close-up	43,7
43	Lux	43,6
44	Oral-B	43,5
45	Veet	42,6
46	Sorriso	42,3
47	Gillette	42,1
48	Jontex	41,8
49	Rexona	41,7
50	Olla	41,4



Principales Insights



Escenario económico del segmento: Perfumería y Cosméticos (Belleza e Higiene Personal) tiene un crecimiento del 14% en relación al número de pedidos online en 2021 en Brasil. (Fuente: 45th Ebit/Nielsen Webshoppers).



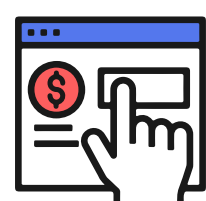
Peores experiencias de los consumidores: el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022 bajó un 11 % en su puntuación desde 2021.



Principales atributos: Search Score y Image Score fueron los criterios más altos en el EQI 2022.



Peores atributos: Rating y Reviews Scores han disminuido en el puntaje EQI 2022, lo que indica que los sitios web deben continuar invirtiendo en estas características.



Las mejores categorías: Maquillaje, Perfumes, Coloración Capilar y Cuidados de la Piel obtuvieron un puntaje EQI superior al promedio del mercado.



Peores categorías: Salud y Esmaltes fueron las categorías con peor puntaje en el EQI 2022, con 37 puntos.



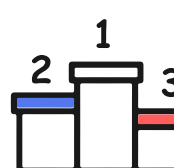
Mejor canal de venta: Pure Players es el tipo de retail con las mejores puntuaciones en el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022, por encima de la media del segmento.



El peor canal de ventas: Brick & Clicks es el tipo de canal con peor desempeño entre los demás.



Sitio web campeón: Beleza na Web fue el sitio web que obtuvo la mayor puntuación en el ranking EQI 2022.



TOP 3 marcas globales: Estée Lauder, Sephora y Giorgio Armani.





¿Quieres mejorar la ejecución de tu marca en e-commerce?

¡Descubre cómo trabajan las principales industrias de bienes de consumo para mejorar la ejecución en el e-commerce!

Descarga ahora el ebook "Cómo mejorar los KPIs de ejecución en e-commerce" y adelántate a tus competidores.

[Descarga ahora](#)



Listaje de retailers analizados

Brick & Clicks

Sephora
The Beauty Box
Drogaria Pague Menos
Araujo
Drogaria Minas Brasil
Drogaria Onofre
Lojas Rede
Droga Raia
Panvel
Drogasil
Drogaria Nova Esperança
DrogariaNet
Ultrafarma
Drogaria Pacheco
Drogaria São Paulo
Bifarma
Drogal
Farmacia Nissei

Ikesaki

Drogaria Venâncio
FarmagoraTG
Farmacia Indiana
Princesa do Norte
A Nossa Drogaria
Drogaria Soares
Drogão Super

Marketplace

Amazon
Zattini
eFácil
Mercado livre
Dafiti
Submarino
Americanas

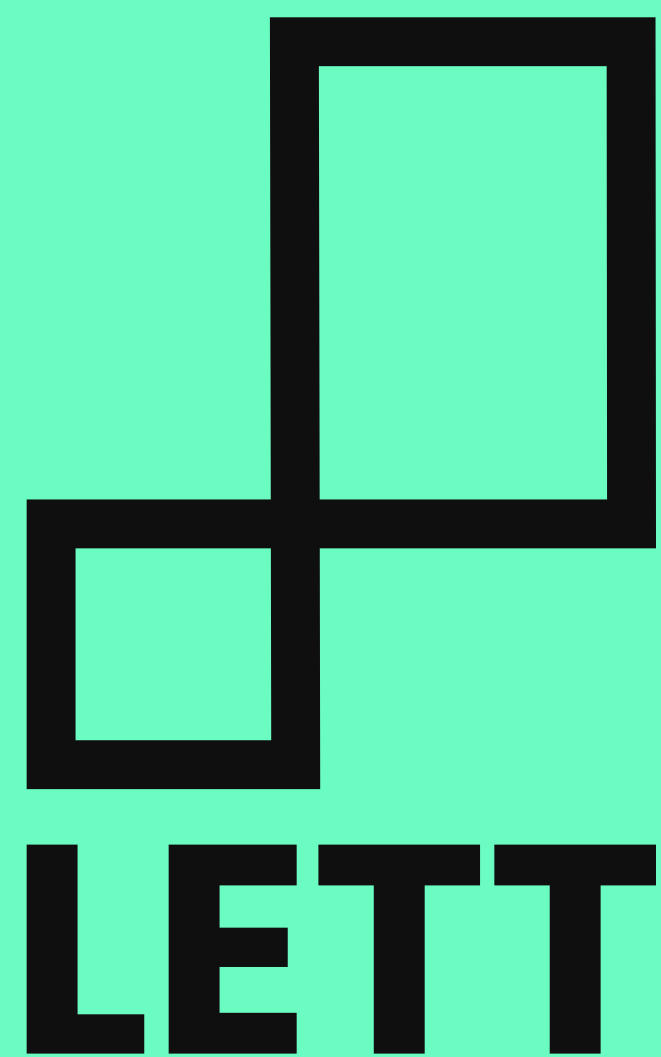
Pure Players

Beleza na Web
Farma Delivery
Época cosméticos
Qualidoc

Outros

Magazine Luiza
Extra
Casas Bahia
Carrefour
Ponto Frio





Lett es una solución que simplifica la gestión de los canales digitales con tecnología e información que maximizan los resultados de nuestros clientes.

A través de la inteligencia de datos para el e-commerce, el principal objetivo de Lett es transformar la experiencia de compra del e-shopper en una ventaja competitiva para que las marcas aumenten sus ventas en línea.

¿Quieres saber más? ¡Contáctenos ahora mismo!

lett.digital

