

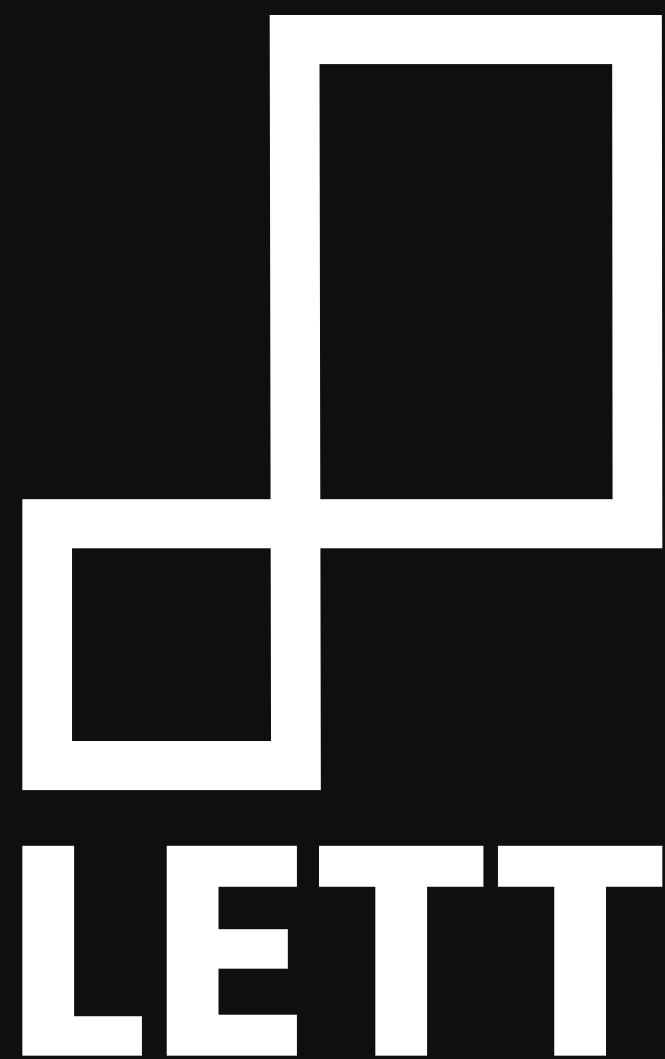


E-COMMERCE
QUALITY
INDEX

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.

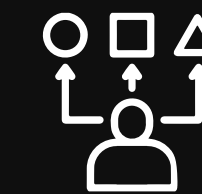
Obtén más información en:

lett.digital

dcx.lett.digital

neogrid.com/br

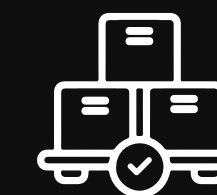
En la plataforma de Lett las marcas cuentan con datos de:



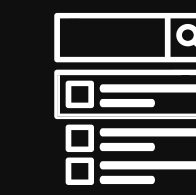
Surtido



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 Colombia	26 >
Comportamiento del consumidor	27 >
Nota del EQI de Salud, Higiene y Belleza	31 >
Resultado por criterio	36 >
Resultado por canal de venta	47 >
Ranking	63 >
Principales insights	68 >



¿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.

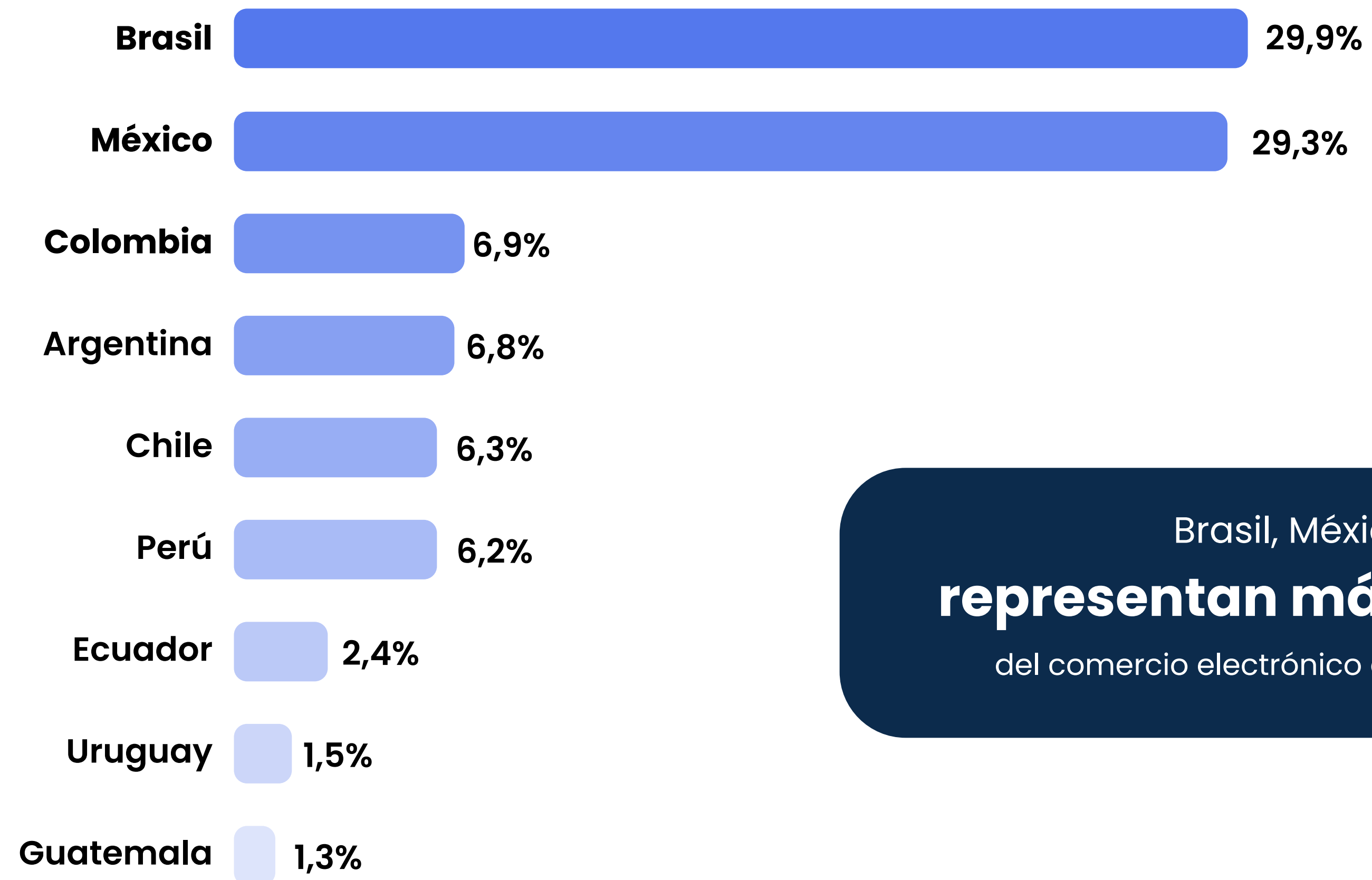
La tercera edición del estudio EQI Salud, Higiene y Belleza presenta el desempeño de las principales marcas y retailers del segmento en relación a la experiencia de compra cuando se trata de contenidos digitales.



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.

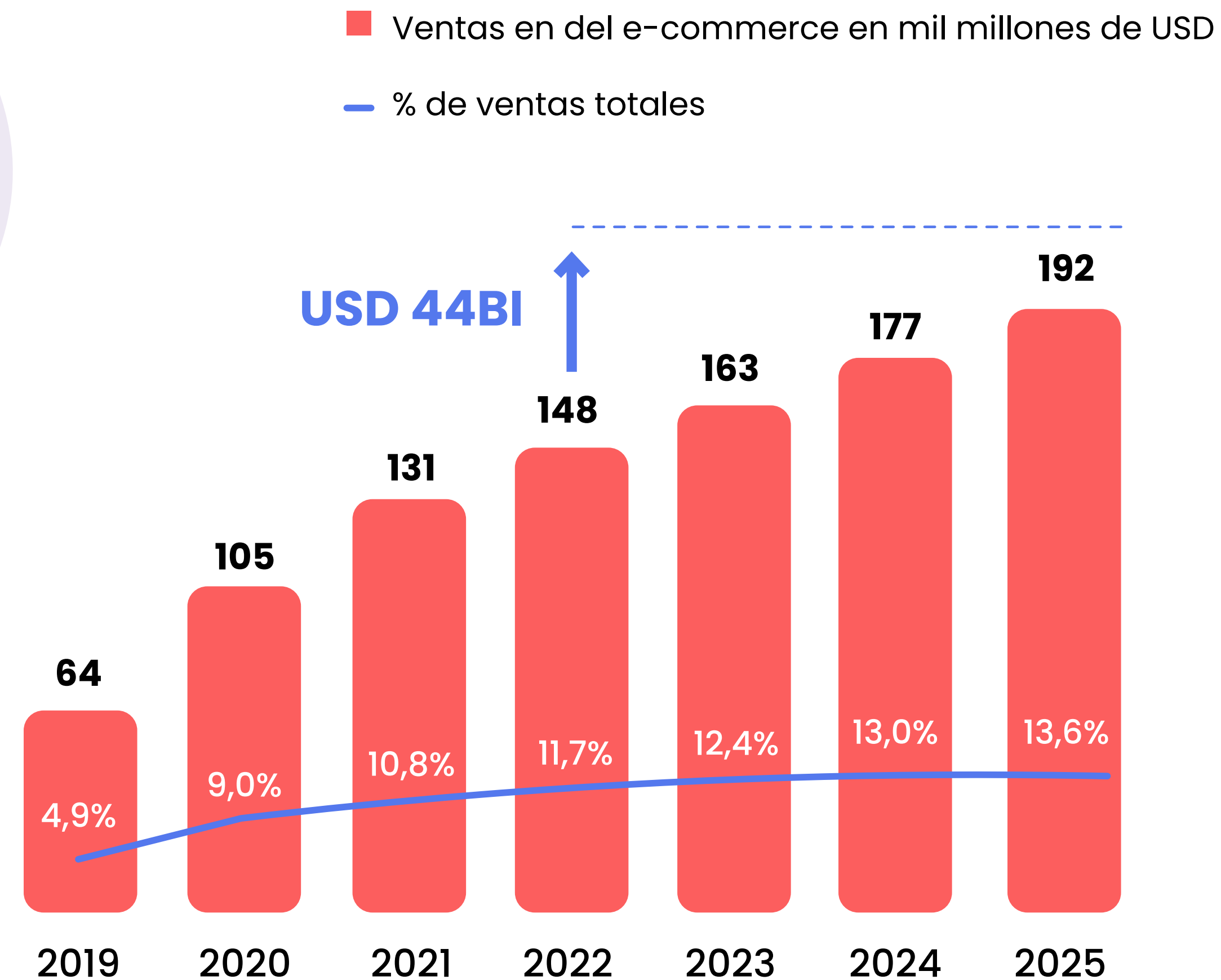


Fuente: Statista



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)

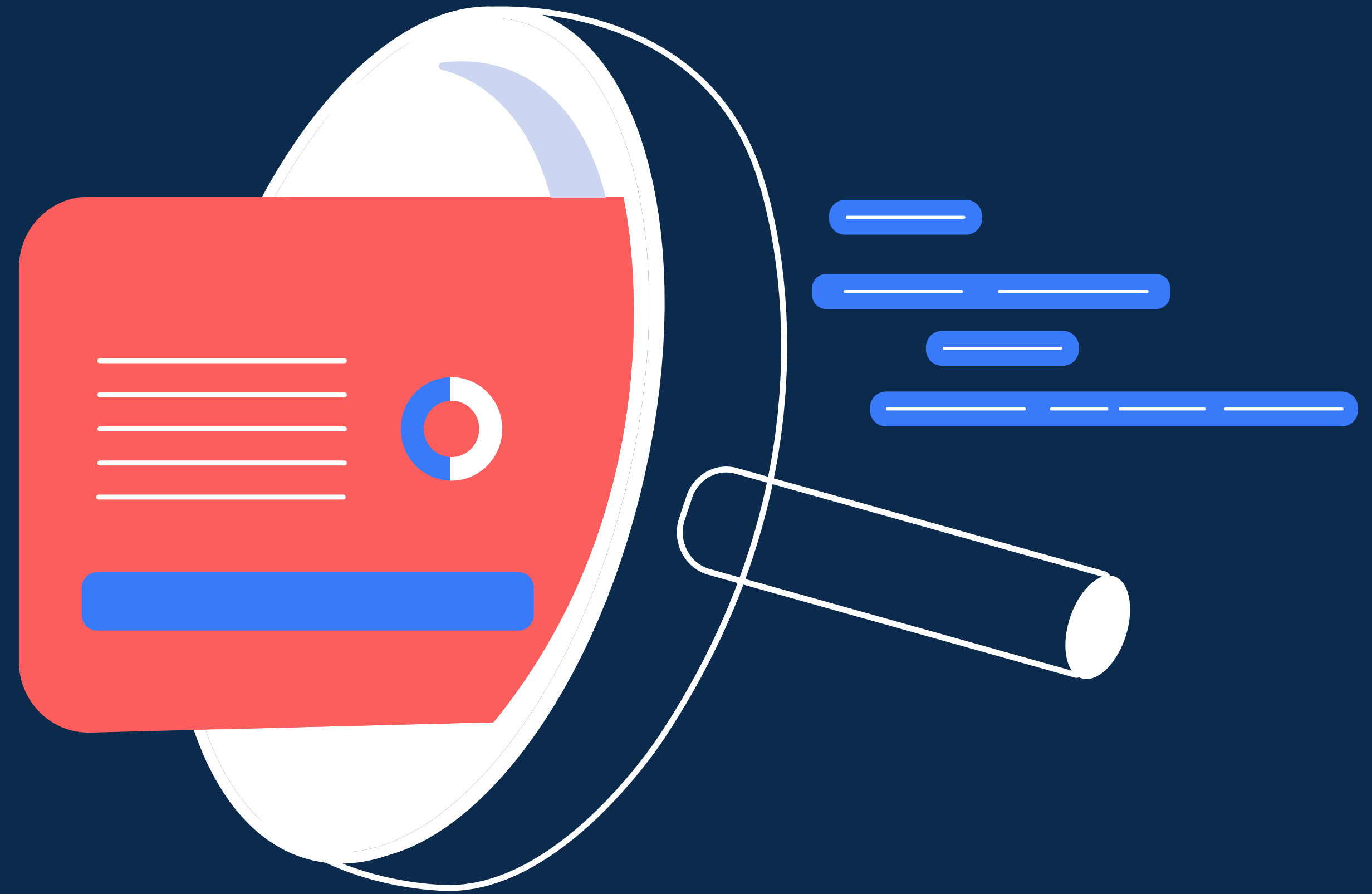


4,6 millones de colombianos realizan compras por internet, y se proyecta que a finales de 2022 las ventas **online crezcan 19% respecto al año anterior.**

(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:

cadena 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:



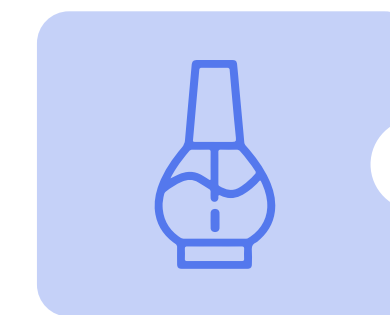
Capilar



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.

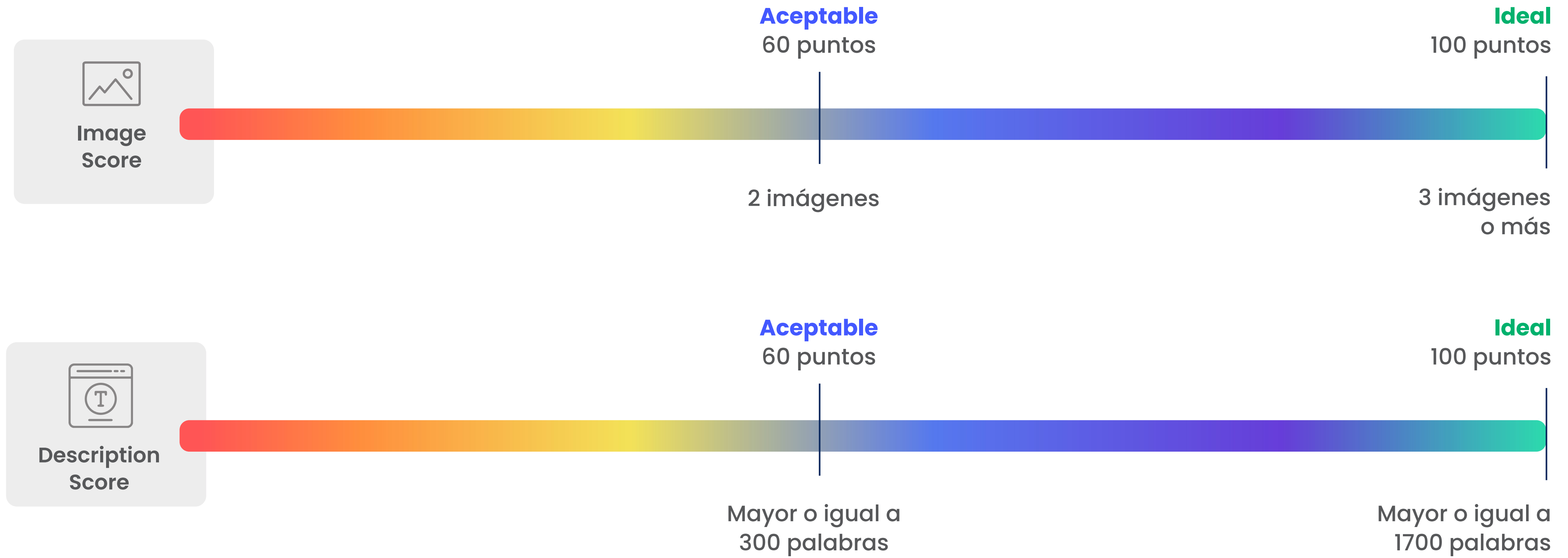



Review Score

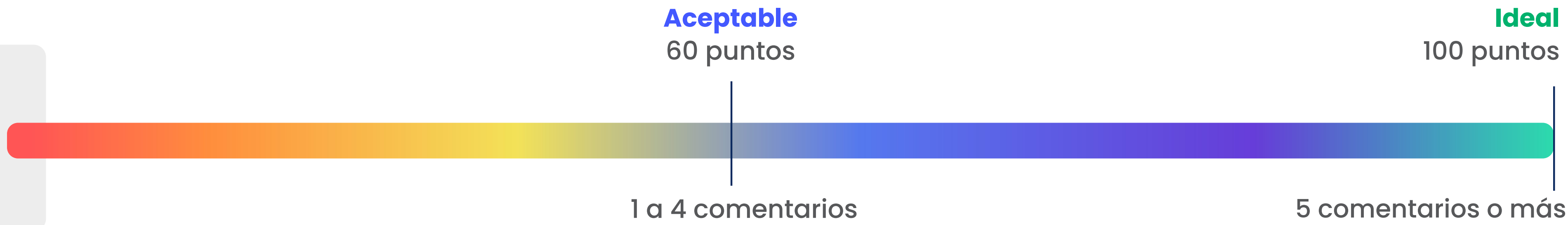
Número de comentarios sobre el producto en la página.




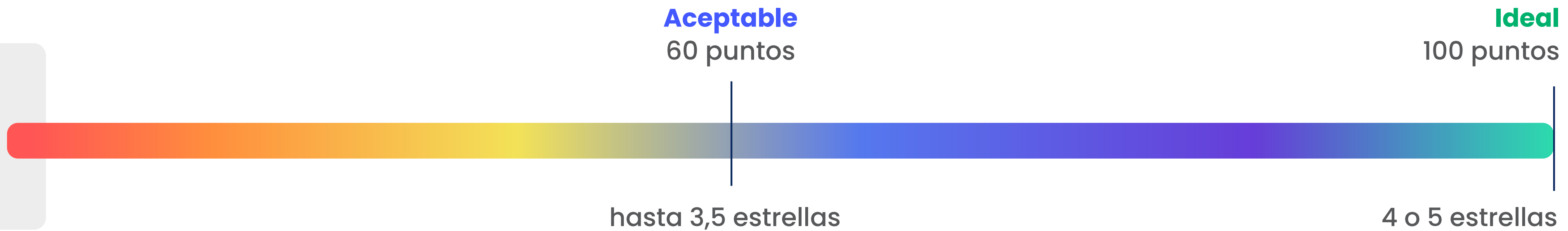
Para cada uno de estos criterios, la recomendación es:





Review Score




Rating Score




Search Score



Título: de 20 a 100 caracteres
Categoría: producto registrado en por lo menos una categoría



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

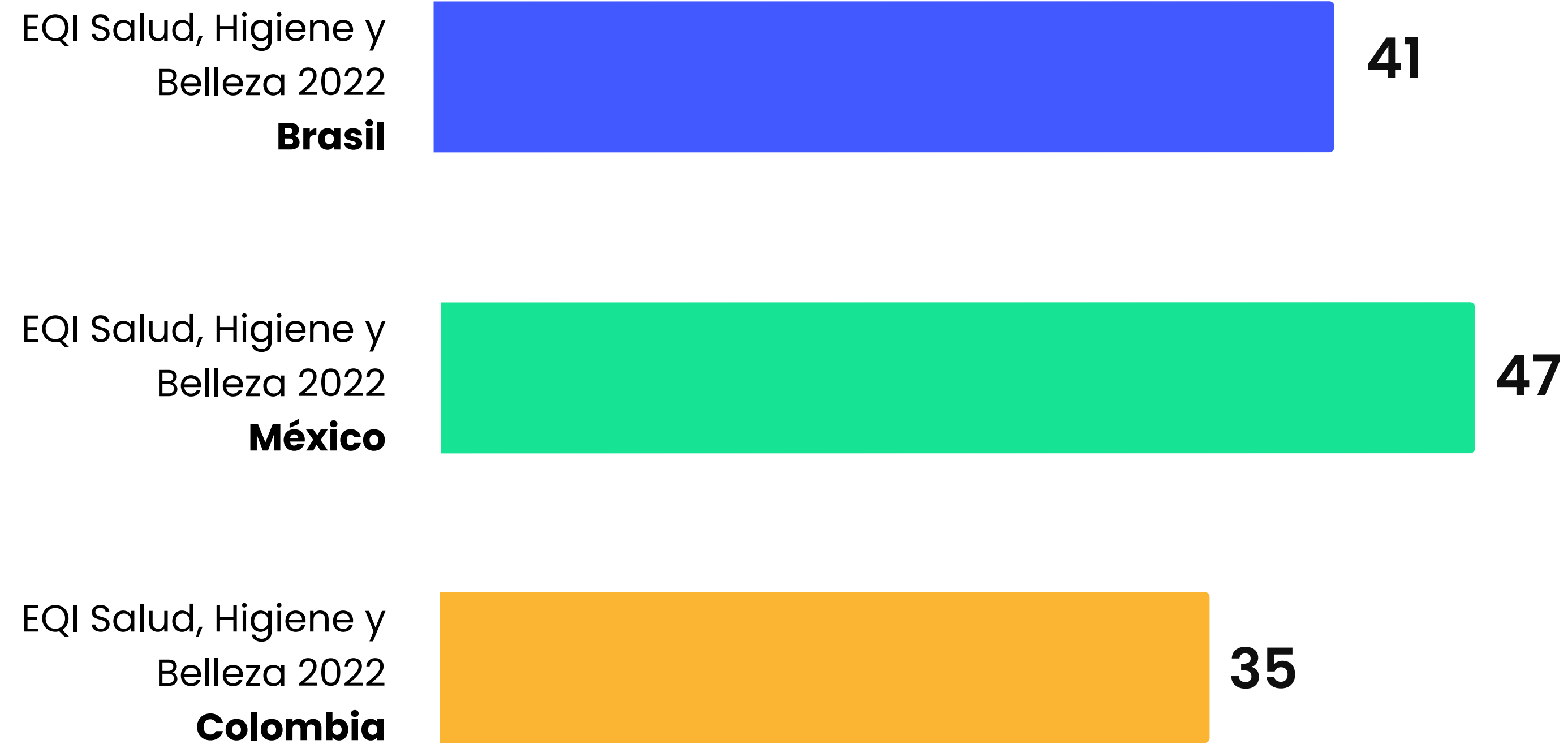
5. Search Score



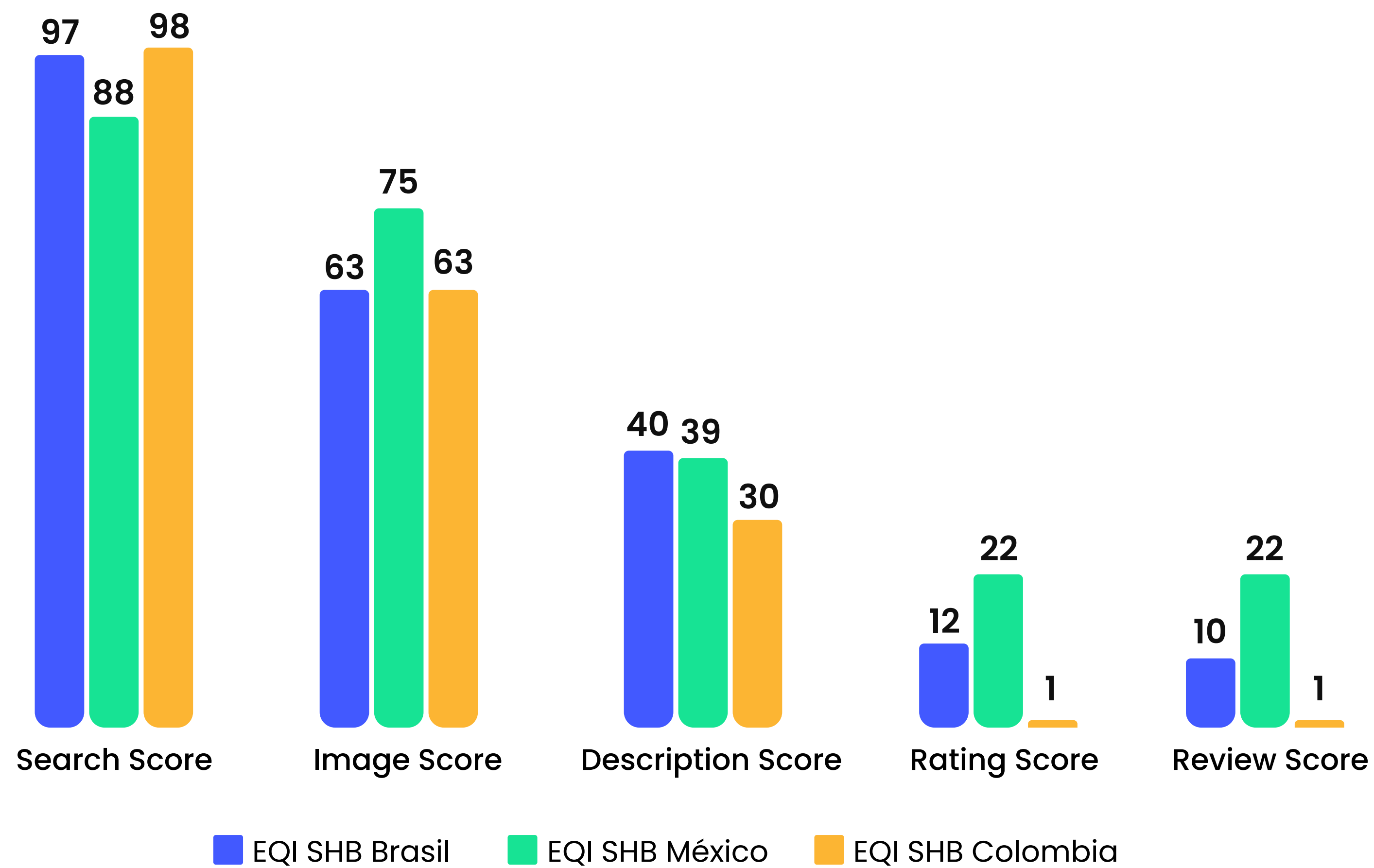
Comparativo EQI Brasil, México y Colombia



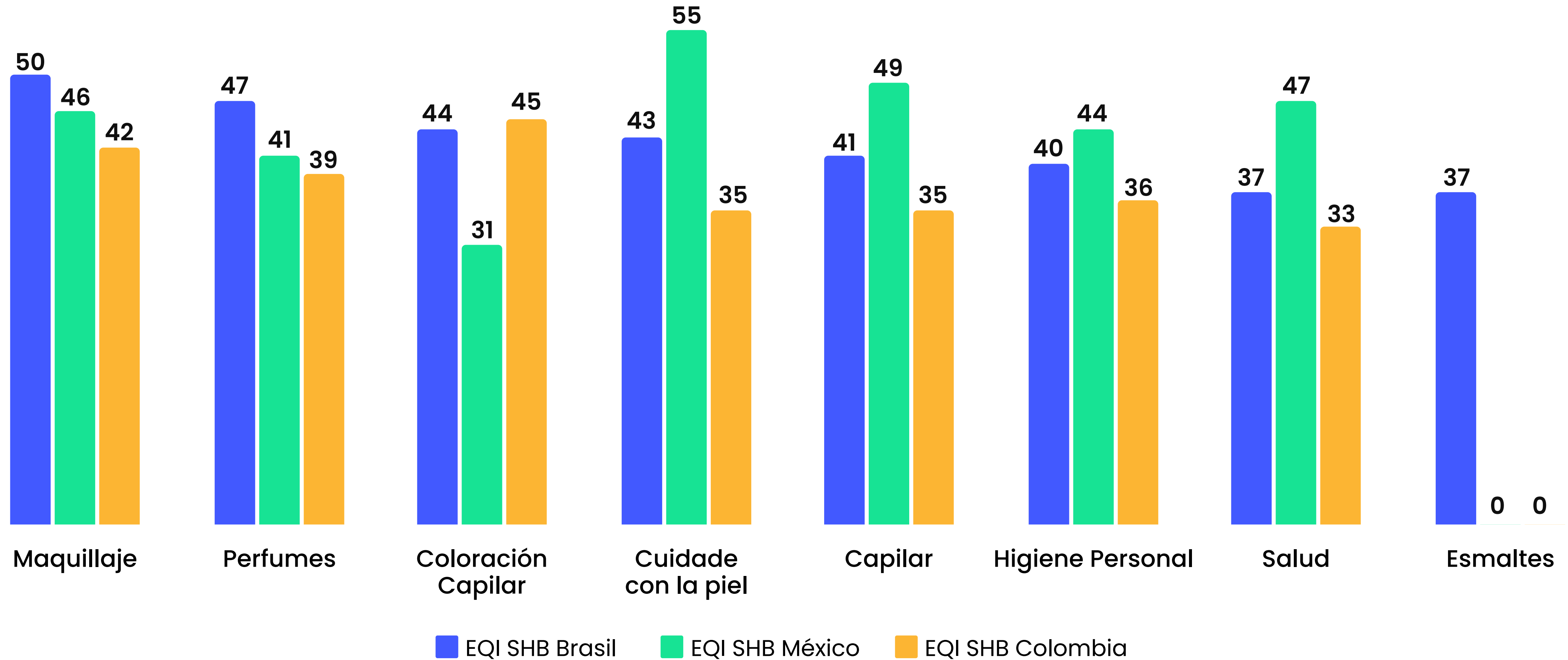
Nota do EQI **Brasil vs México vs Colombia**



Critérios EQI **Brasil vs México vs Colombia**



Categorías EQI **Brasil vs México vs Colombia**



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

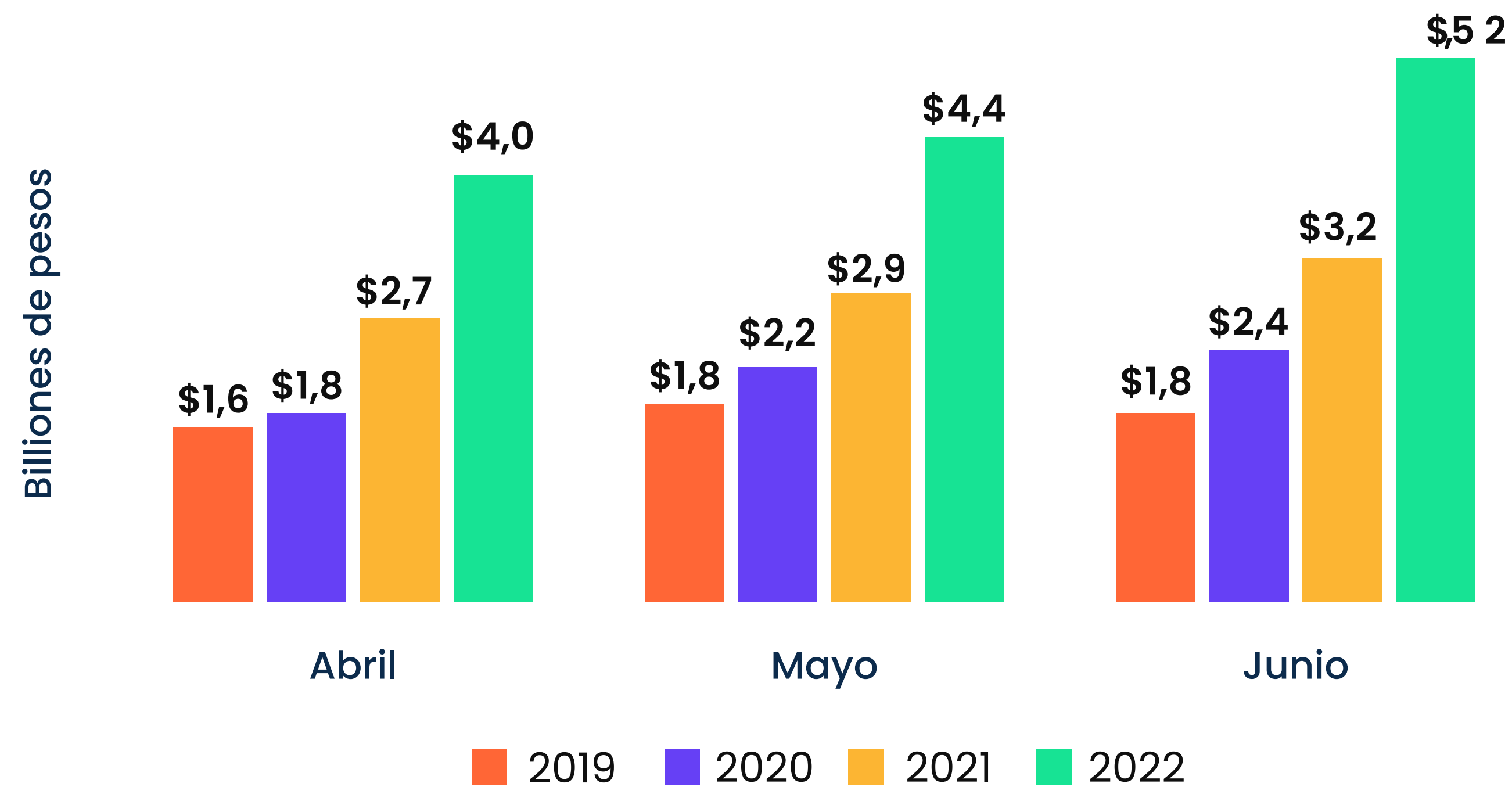


EQI de Salud,
Higiene y Belleza
Colombia



Comportamiento del consumidor colombiano

Valor de las ventas online en el segundo trimestre de 2019 a 2022

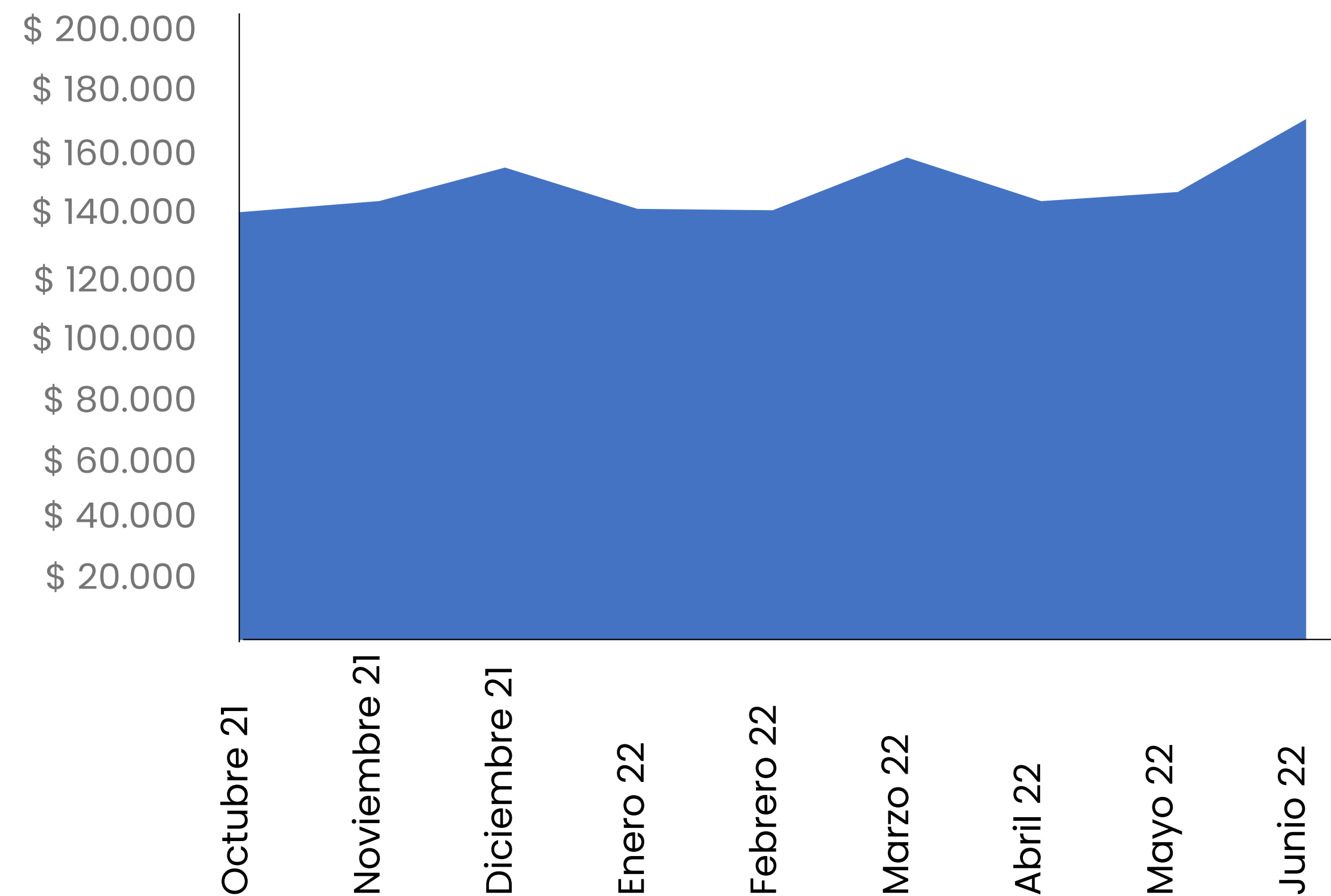


(Fuente: Informe Trimestral Agosto 2022 - Cámara Colombiana de Comercio Electrónico)



Ticket promedio de venta online

El ticket promedio trimestral por venta online fue de COP 164.123 (pesos colombianos) en el segundo trimestre de 2022, mostrando un aumento del 3,9% con respecto al primer trimestre de 2022 y un aumento del 21,1% con respecto al segundo trimestre de 2021.



*En pesos colombianos.

(Fuente: Informe Trimestral Agosto 2022 - Cámara Colombiana de Comercio Electrónico)



Omnicanalidad

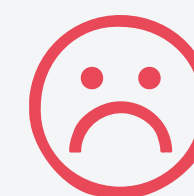


El consumidor omnicanal
representa
**1/3 de la población
colombiana**



**40% de las compras
online son de
consumo masivo**

Según el estudio de Kantar, el consumidor latinoamericano se segmenta en **3 grupos:**



Precaución:
compra en 1 a 4 canales



Dispuesto:
compra en 5 a 7 canales



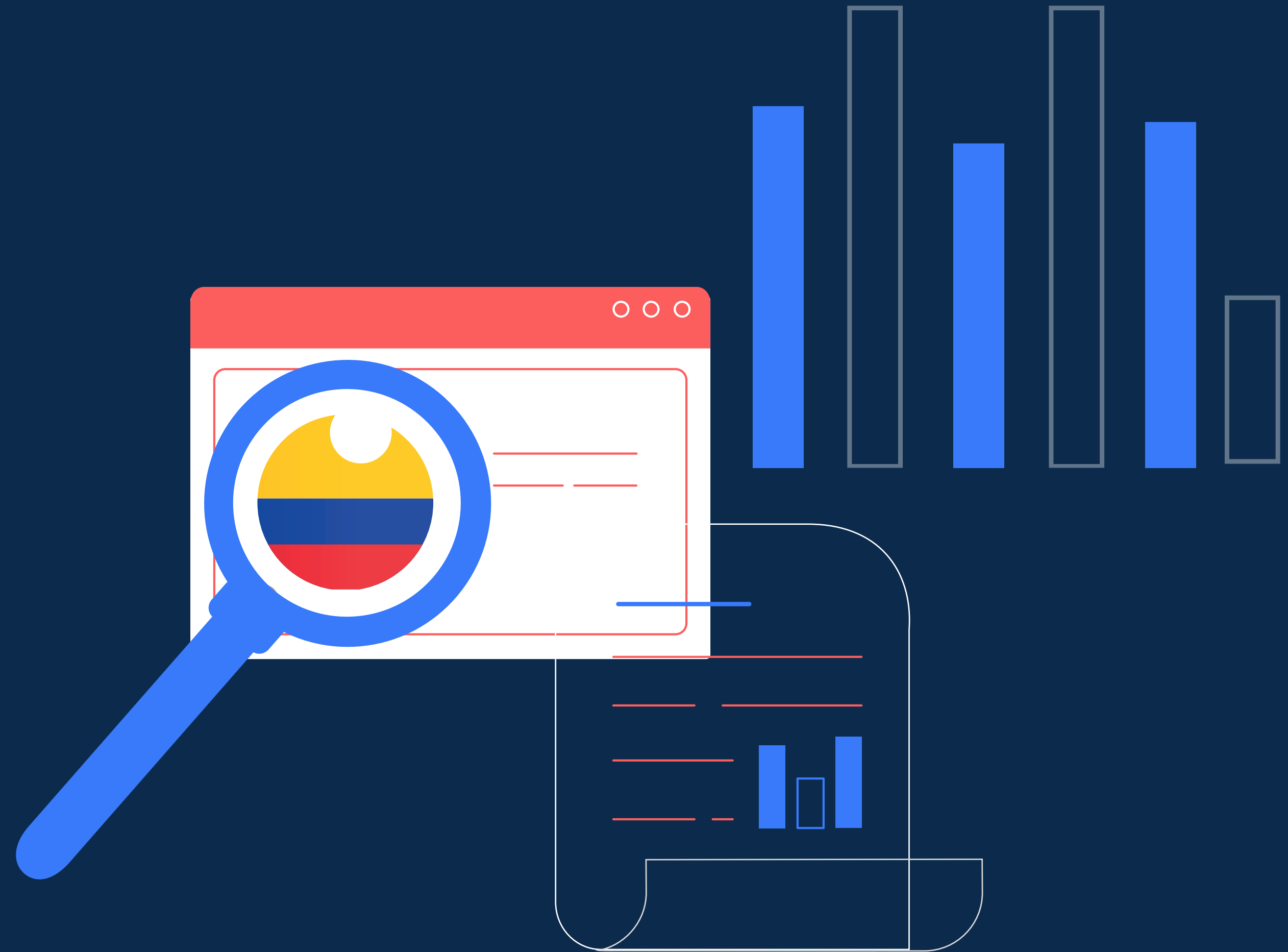
Con experiencia: comprando
en 8 o más canales

Con esta división, queda claro que el consumidor está empoderado e informado (sobre el contenido y los precios de los productos) y compra todo lo que necesita, pero no en un solo lugar.

(Fuente: Kantar - El consumidor evoluciona hacia la omnicanalidad)



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



35

La puntuación EQI Salud, Higiene y Belleza 2022
es de 35 en una escala de 0 a 100.

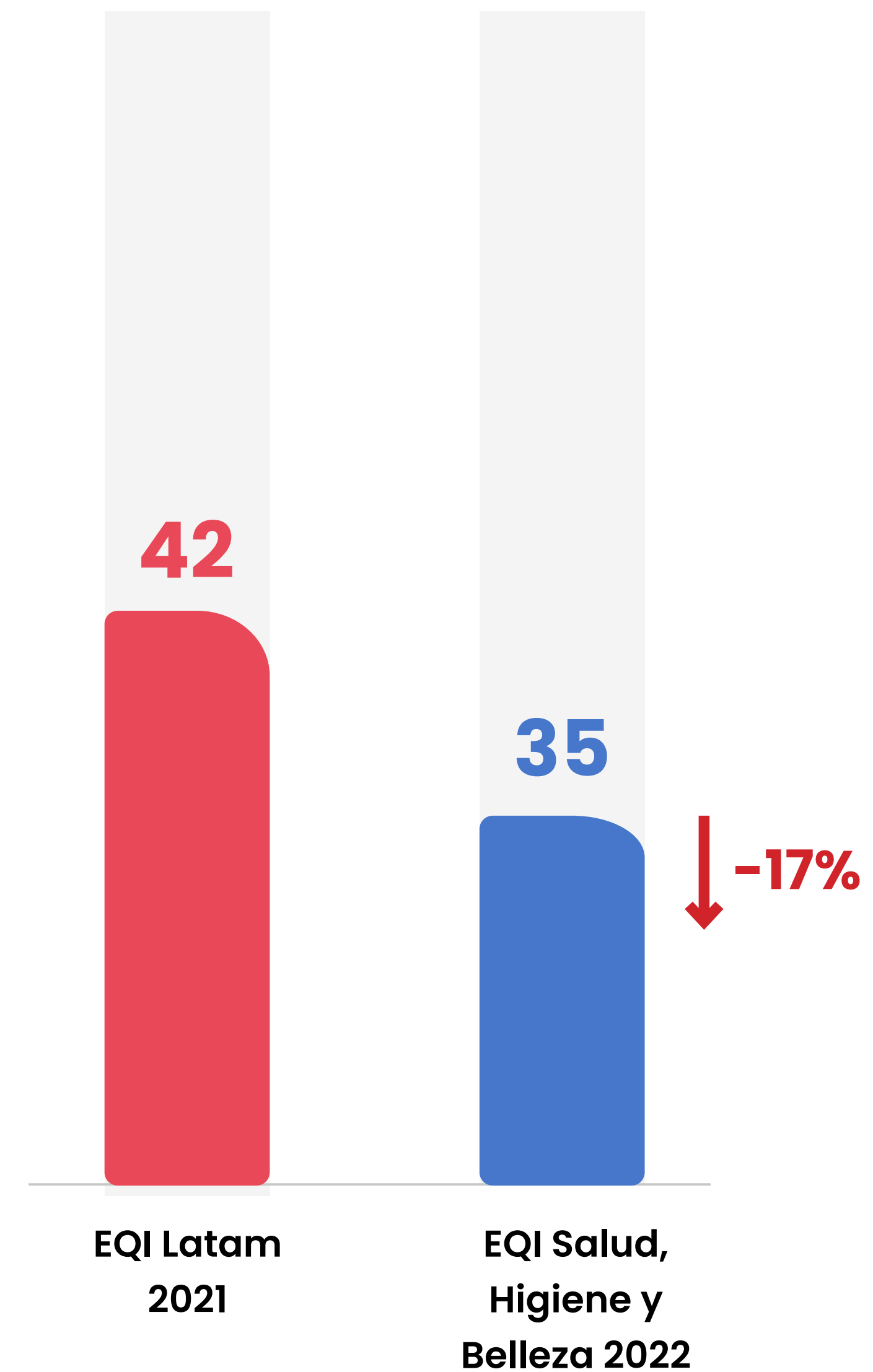
*El mínimo recomendado por EQI es grado 60.
Caída significativa en comparación con 2021.

0

100

El índice considera que lo recomendado es una puntuación mínima de 60, **por lo que aún queda mucho por evolucionar para que los consumidores tengan todos los datos que necesitan para realizar una compra con tranquilidad** y no arrepentirse después.

Cuando se compara con el puntaje de los e-commerces en Colombia en el [EQI Latam 2021](#), tenemos una reducción significativa del 16%. Esto significa que, en el entorno digital, el e-commerce dirigido al segmento de Salud, Higiene y Belleza ofrece una peor experiencia de compra al consumidor en comparación con otros segmentos en su conjunto.

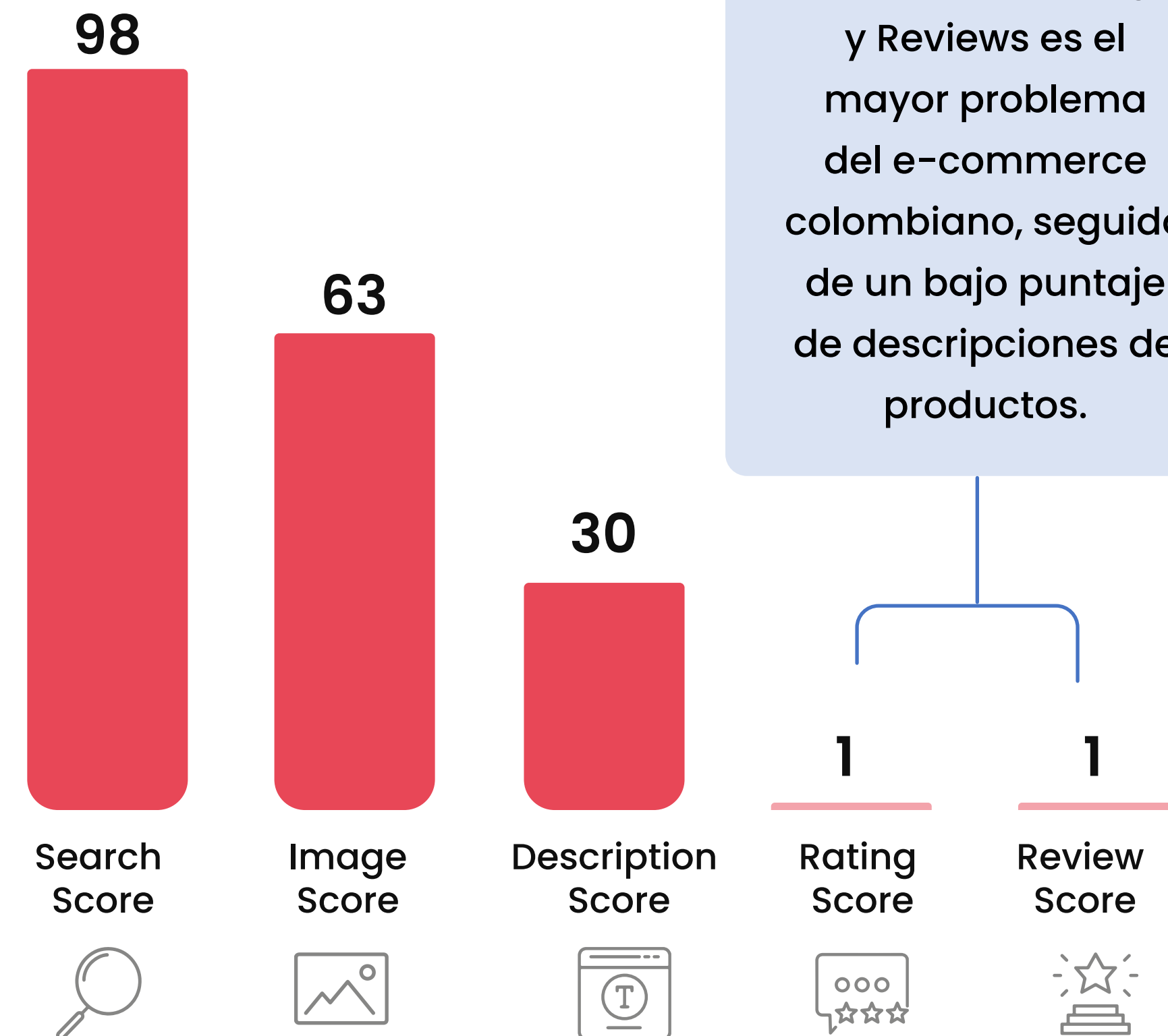


Resultado por criterio

Para entender por qué el EQI de Salud, Higiene y Belleza obtuvo una nota de 35, 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).
- La **descripción del producto es el atributo más importante** para completar una compra, seguida de imágenes de productos de alta calidad. (Fuente: Estudio de Venta Online 2022 - AMVO)



Mejores criterios



Image Score

63 puntos.

5% por encima del criterio recomendado (60 puntos)



Search Score

98 puntos.

2% por debajo de los criterios recomendados (100 puntos).

Peores criterios



Description Score

30 puntos.

50% por debajo del criterio recomendado (60 puntos)



Rating Score

1 punto.

98% por debajo de los criterios recomendados (60 puntos)



Review Score

1 punto.

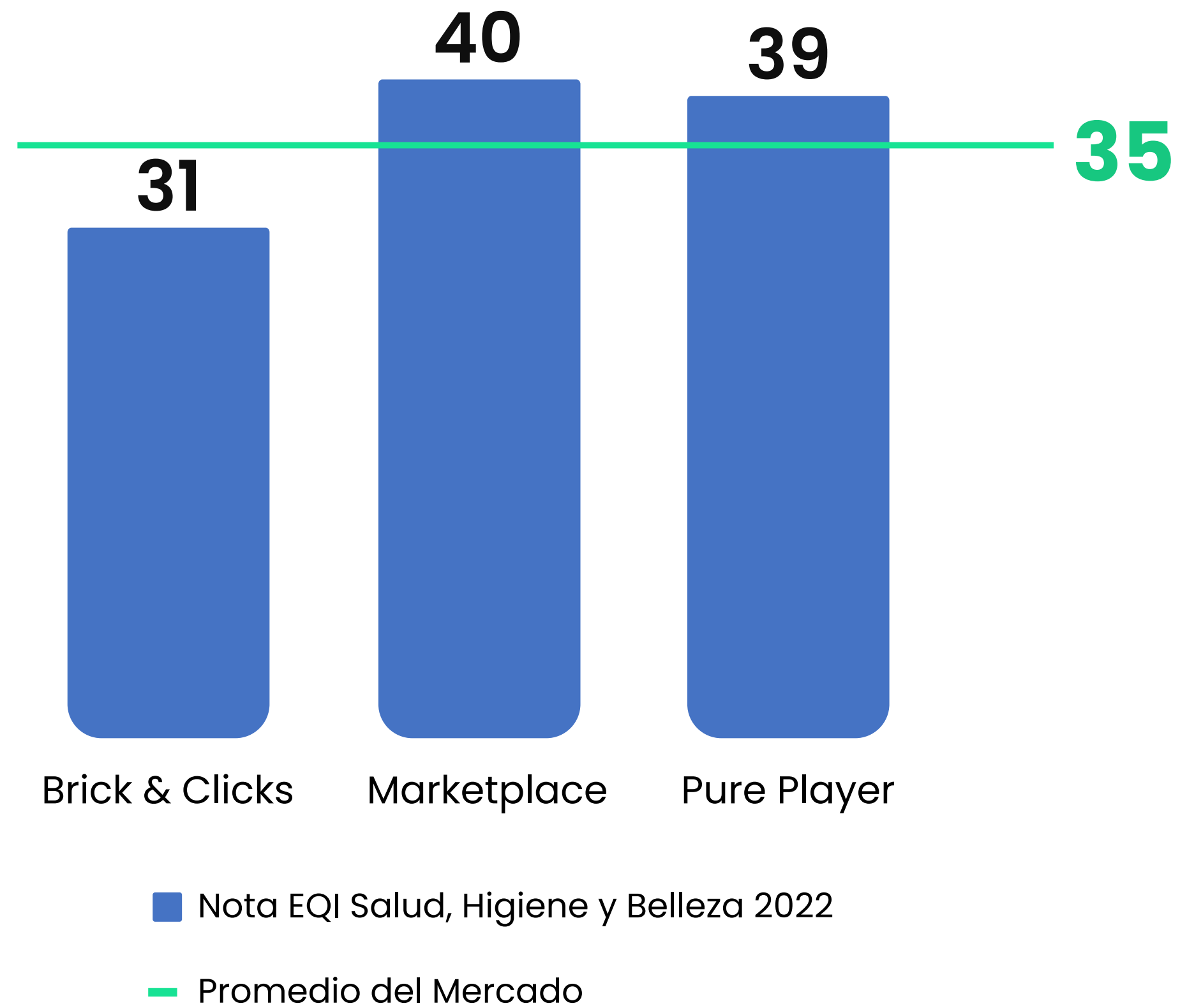
98 % por debajo de los criterios recomendados (60 puntos)

Estos resultados nos muestran que los retailers especializados en el segmento de Salud, Higiene y Belleza se **preocupan por ofrecer un número adecuado de imágenes de productos (Image Score)**, así como un título con un número adecuado de caracteres y productos registrados en una categoría en el sitio web (Search Score).

Por otro lado, se destaca que el **Description, Rating y Review Score** tienen aún un margen de mejora, ya que los e-commerces obtuvieron una nota muy por debajo del nivel recomendado para garantizar una buena experiencia de compra online al consumidor.



Resultado por canal de venta



Marketplace

fue el canal de venta que mejor resultado obtuvo, alcanzando **los 40 puntos**.

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 31 puntos**.

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



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

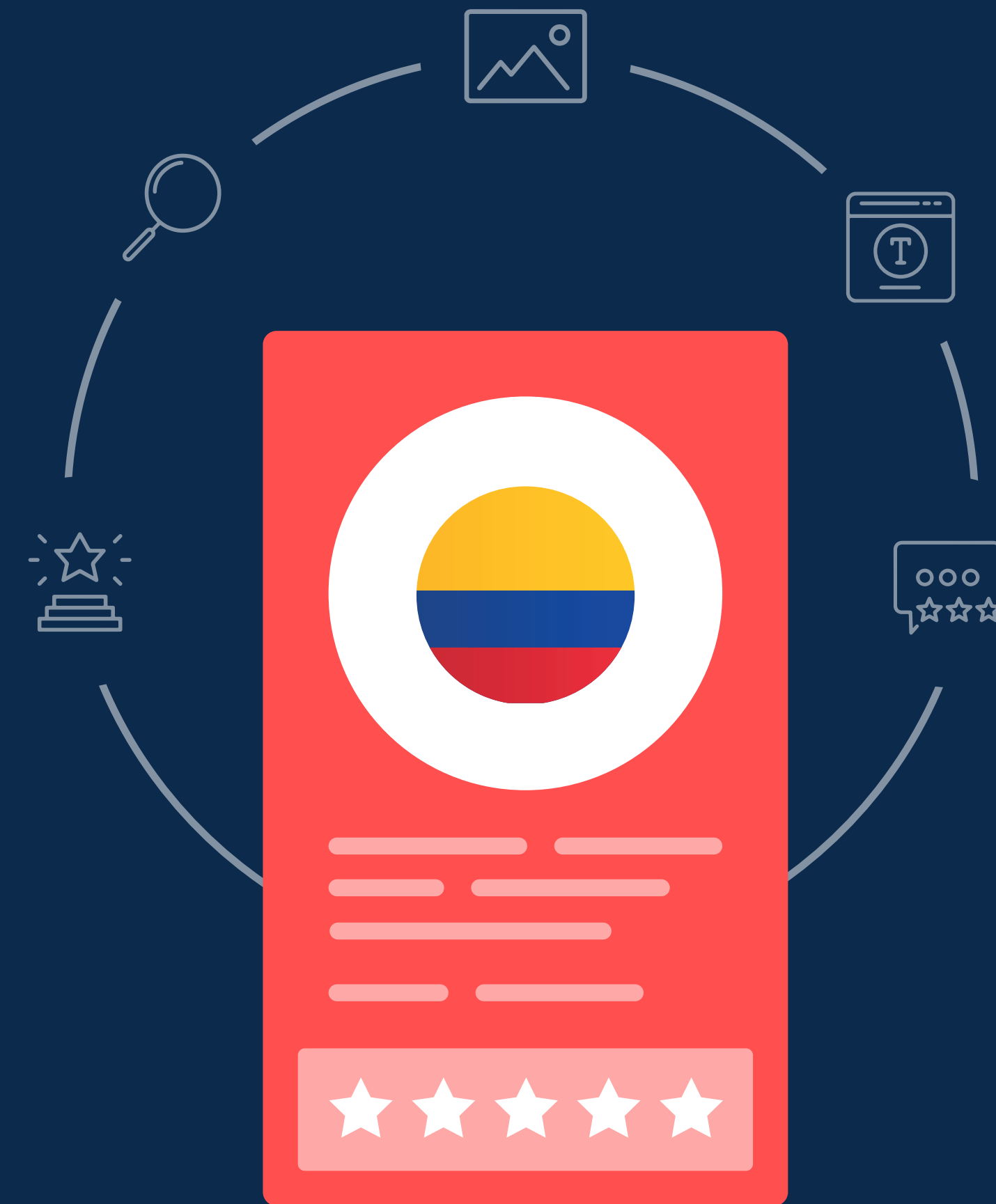




Image Score

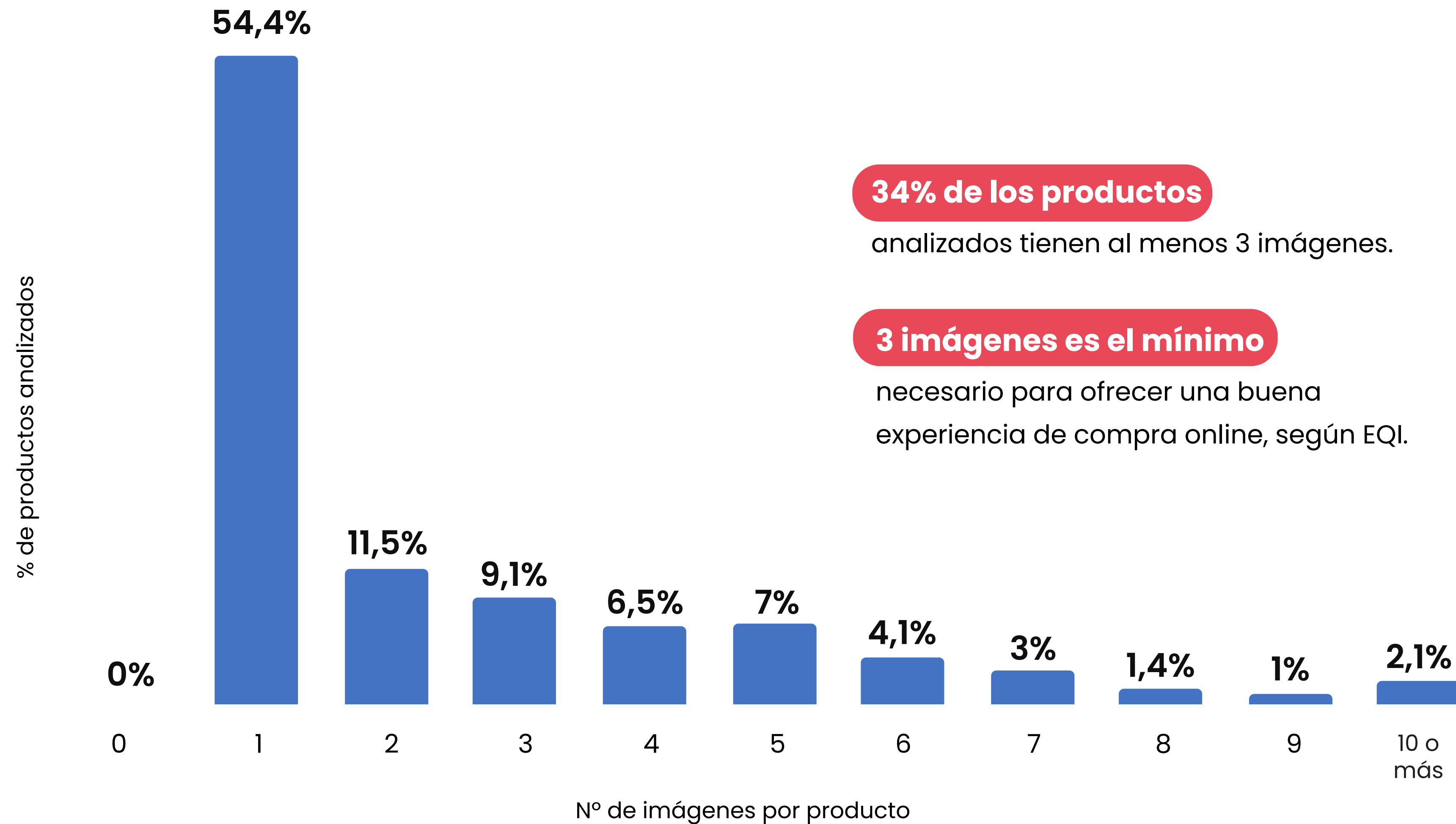
El Image Score se calcula según el número de imágenes en la página del producto. De esa forma, la puntuación es 100 cuando el producto tiene 3 imágenes o más.

Image Score	63
Promedio de imágenes por producto	2
Promedio de imágenes por producto	34%





Promedio de imágenes por producto

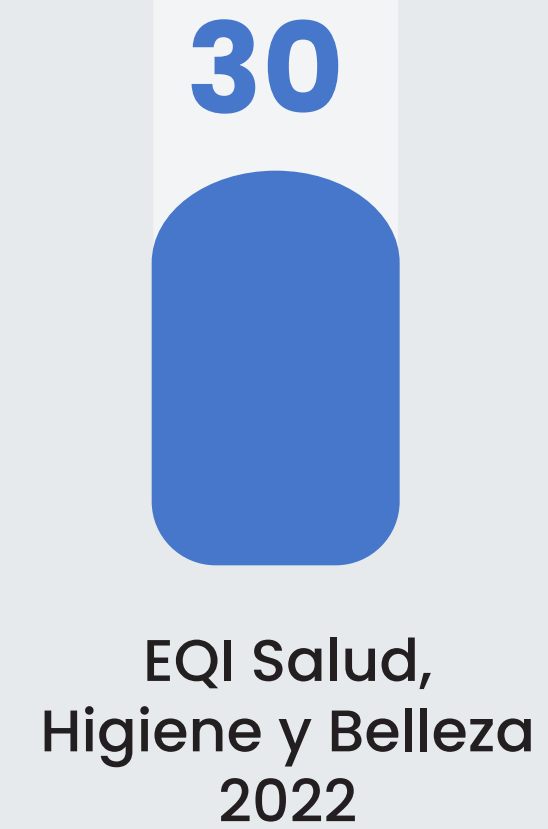




Description Score

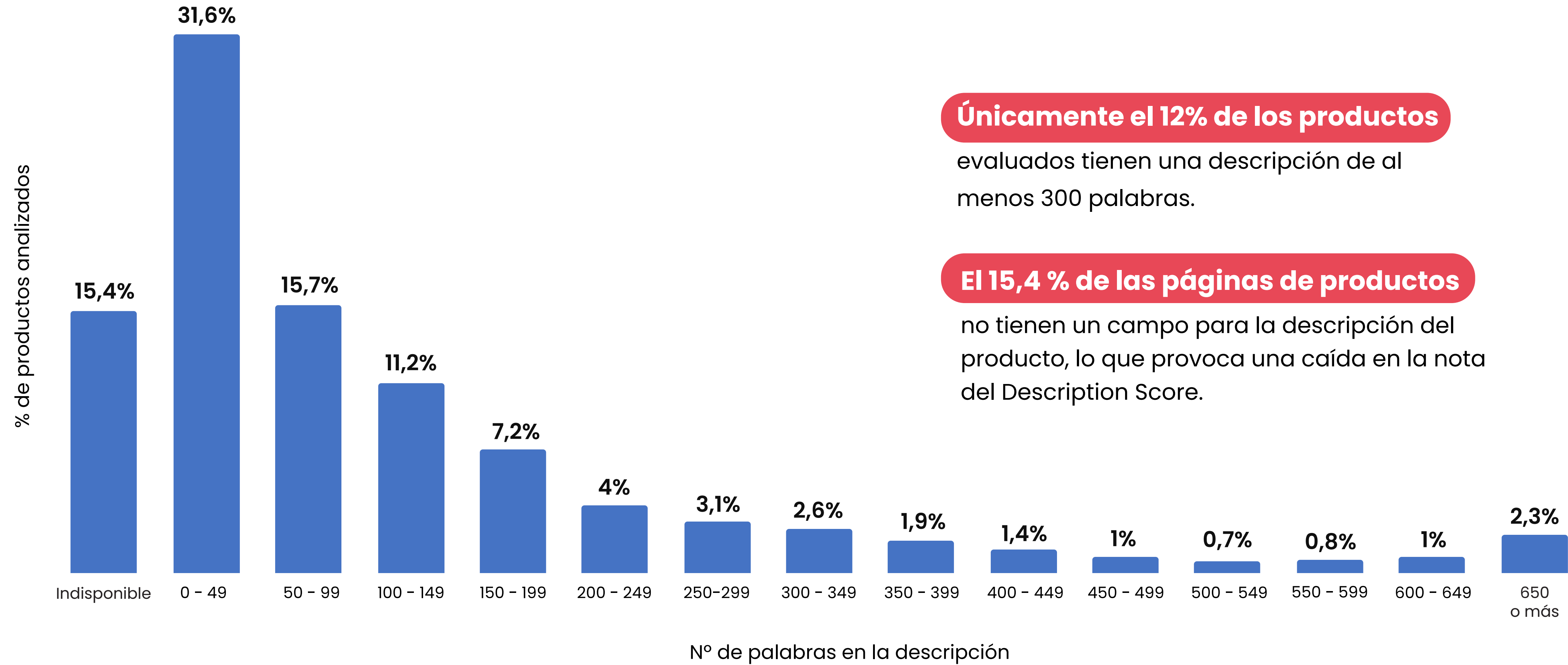
El Description Score se calcula según el número de palabras de la descripción. Por lo tanto, si la descripción es de 300 palabras o más, el resultado será 60. Si la descripción es mayor o igual a 1700 palabras, la puntuación será de 100.

Description Score	30
Promedio de palabras en la descripción	144
% de productos con 300 palabras o más en la descripción	12%





Promedio de palabras en la descripción por producto



Únicamente el 12% de los productos

evaluados tienen una descripción de al menos 300 palabras.

El 15,4 % de las páginas de productos

no tienen un campo para la descripción del producto, lo que provoca una caída en la nota del Description Score.





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	1
% de productos que tienen un promedio de 5 estrellas	0.4%
% de productos que tienen un promedio de 1 estrella	0%

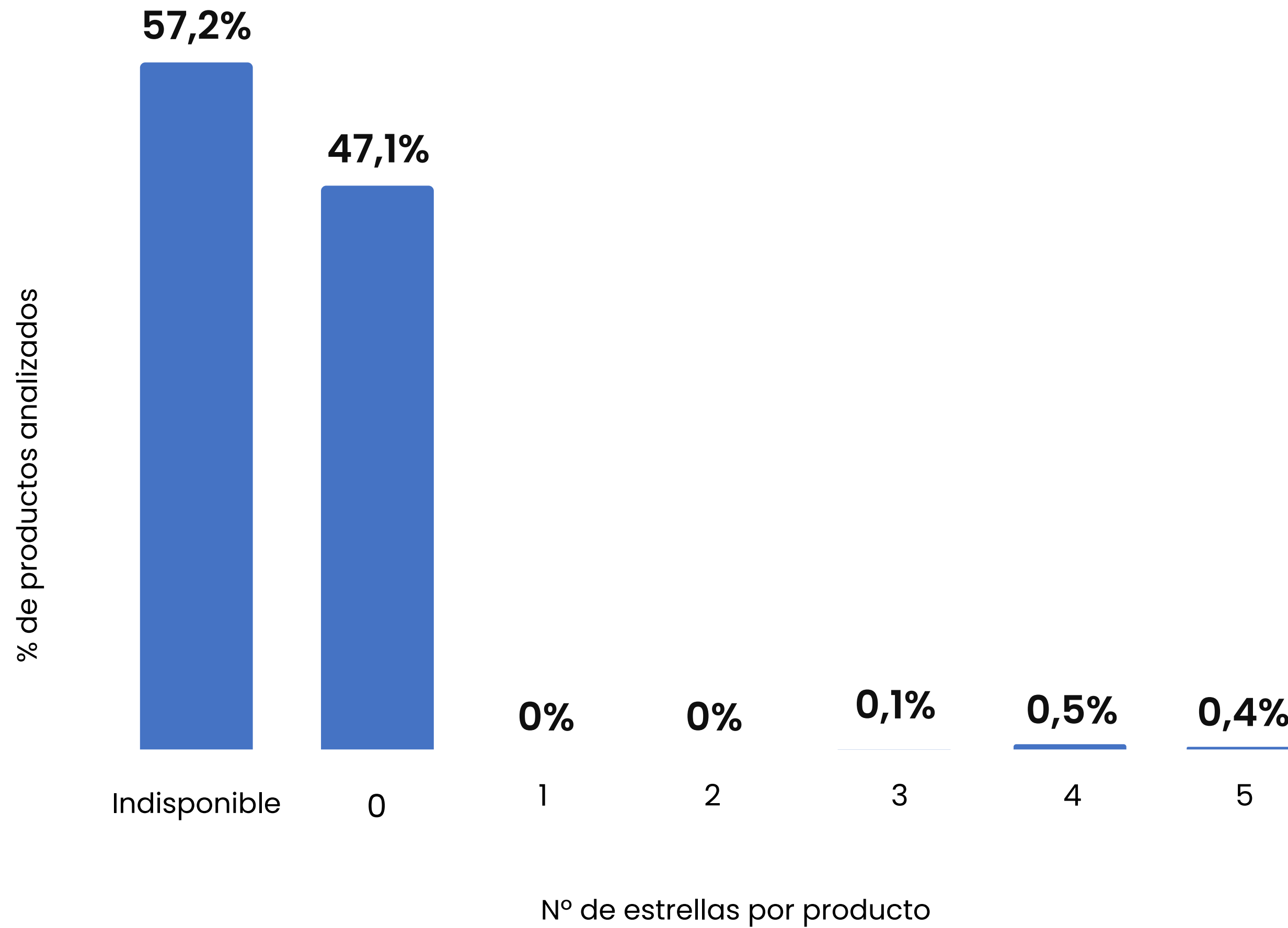
1

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022





Promedio de evaluaciones por producto



De las páginas de productos analizadas en Colombia:

El 57,2% no tienen

un campo para evaluación del consumidor.

El 47,1% tiene

una evaluación de 0 estrellas.

Solo el 1% de los productos

tienen de 1 a 5 estrellas.

Solo el 0,9% de los productos

tienen entre 4 y 5 estrellas.

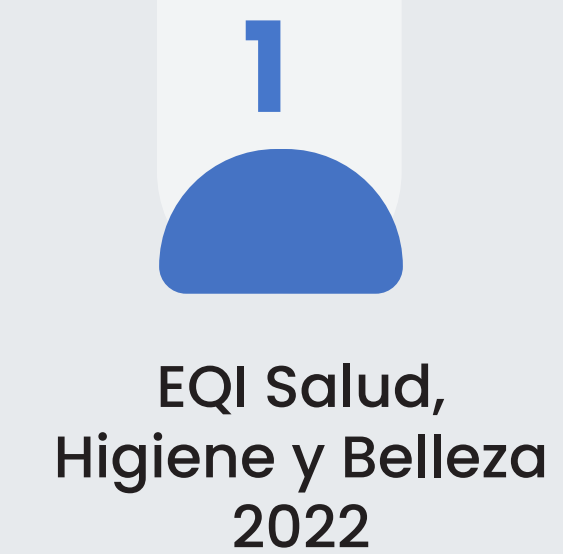




Review Score

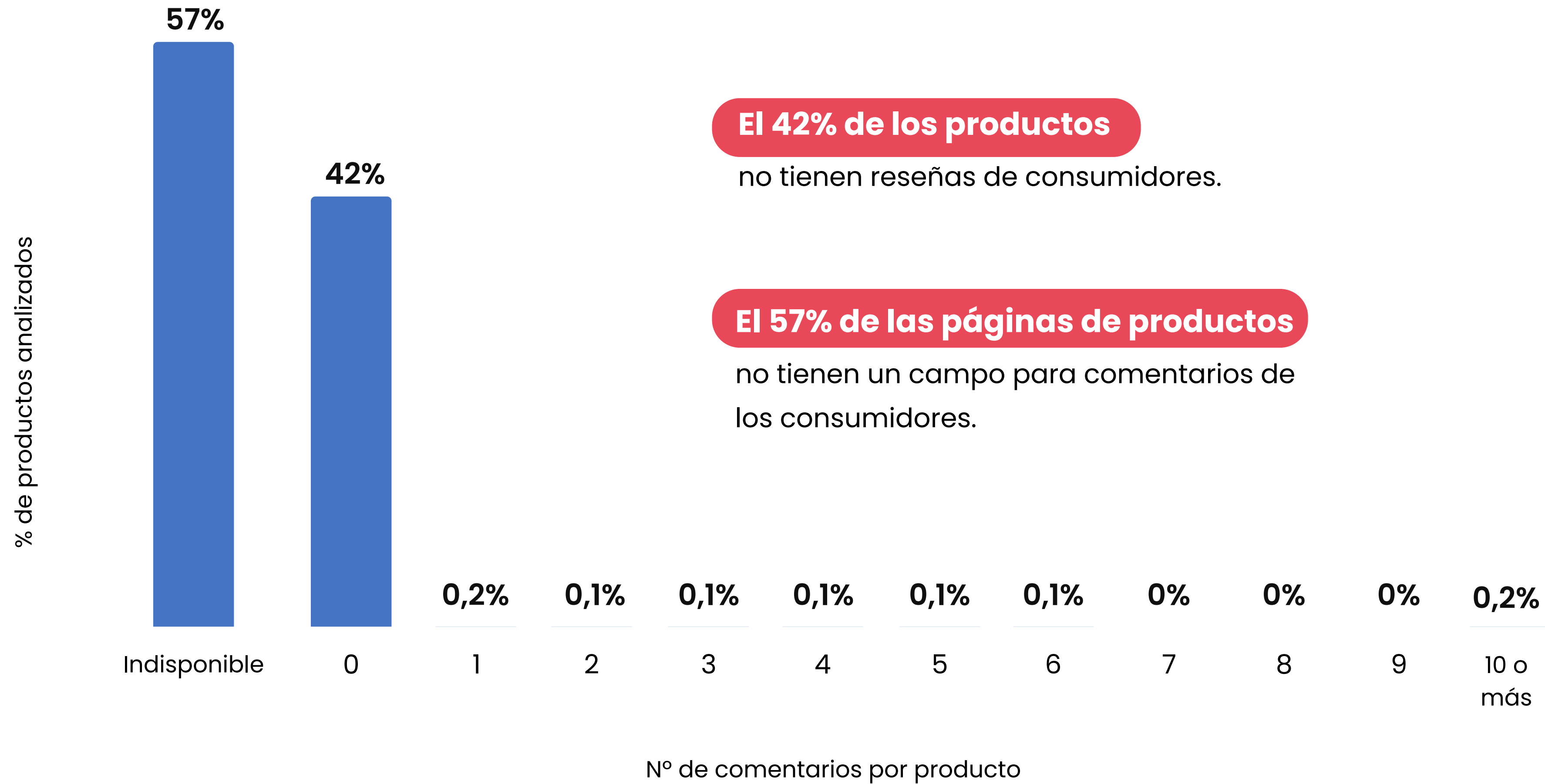
El Review Score se basa en la cantidad de comentarios de los consumidores en la página del producto. Para obtener el mínimo recomendado de 60, el índice debe tener entre 1 y 4 comentarios, por encima de 5 comentarios la puntuación es 100.

Review Score	1
% de productos con 10 o más comentarios	0,2%
% de productos que no tienen ningún comentario	57%





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	48
% de productos con títulos optimizados para búsqueda	83%
% de productos que están por lo menos en una categoría en el sitio	98%

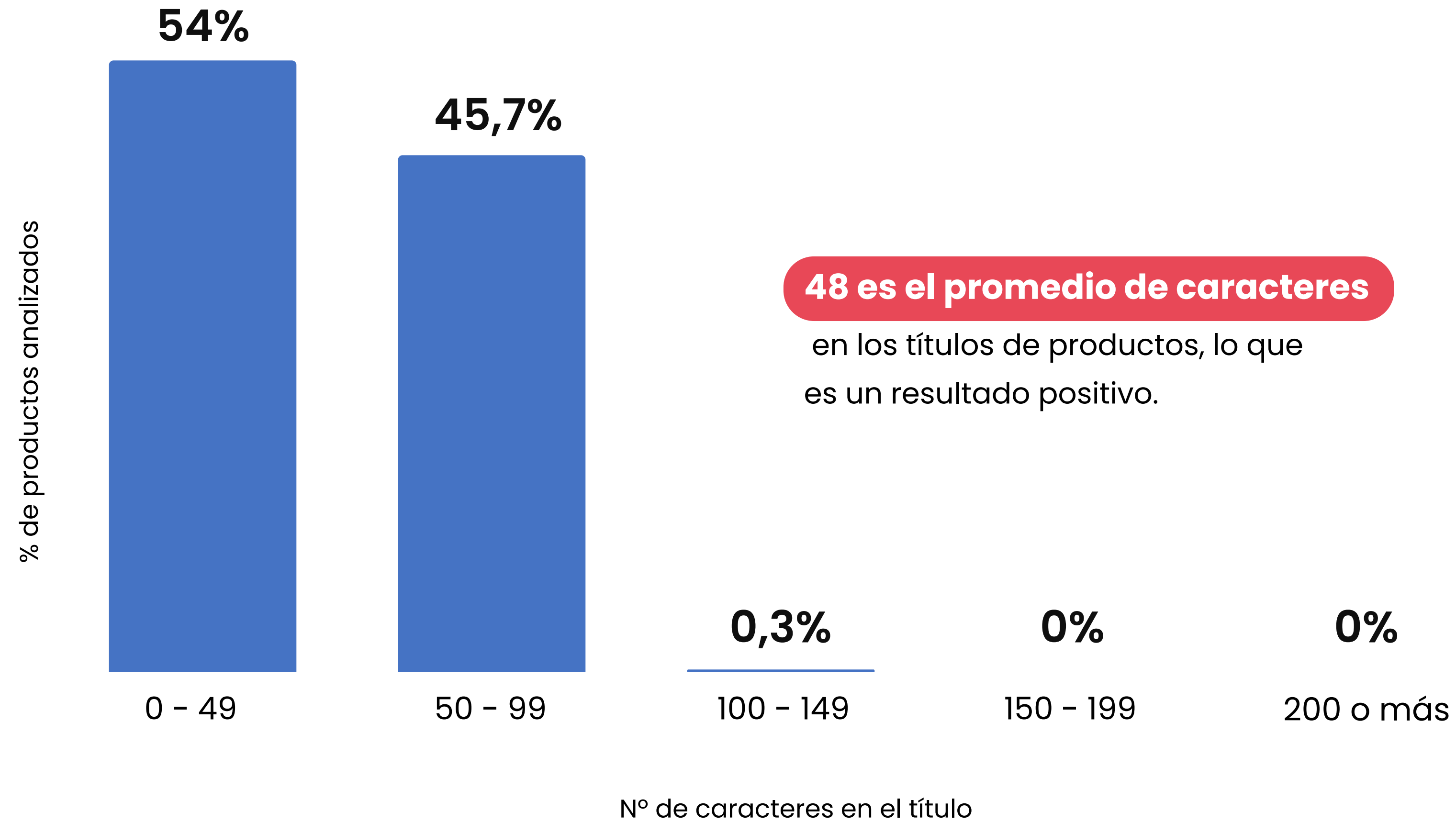
98

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022





Promedio de caracteres en el título por producto



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



Resultado por categoría

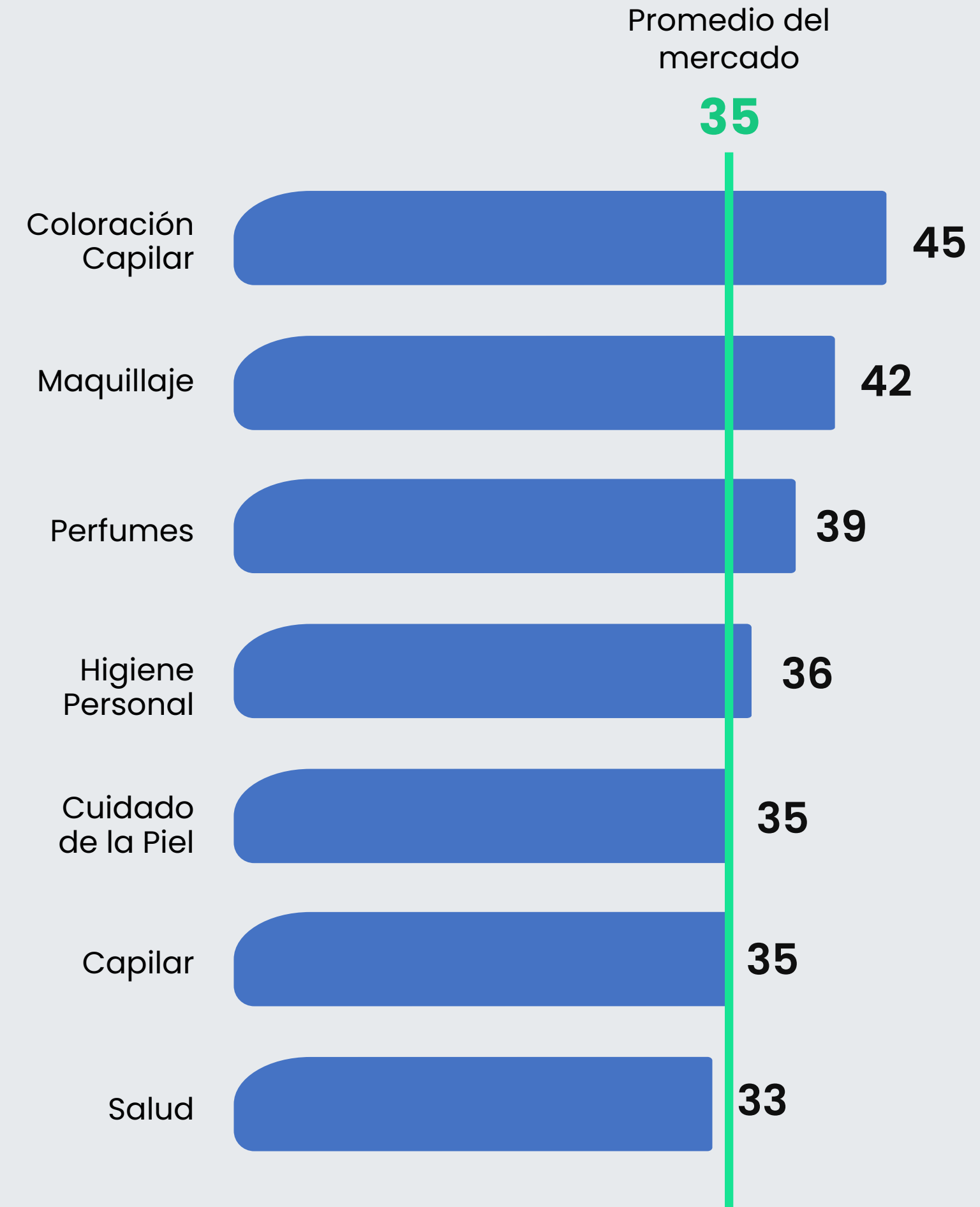
Las categorías de **Coloración Capilar**, **Maquillaje**, **Perfumes e Higiene Personal** tuvieron un puntaje EQI por encima del promedio del mercado

Las categorías **Cuidado de la Piel**, **Capilar y Salud** tuvieron un puntaje EQI por debajo del promedio del mercado.



El marketplace de Mercado Libre obtuvo **el primer lugar en la categoría Coloración Capilar.**

1°



**Para el mercado colombiano no se analizó el segmento Esmaltes.*





Coloración Capilar

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

45

Promedio del mercado

35

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



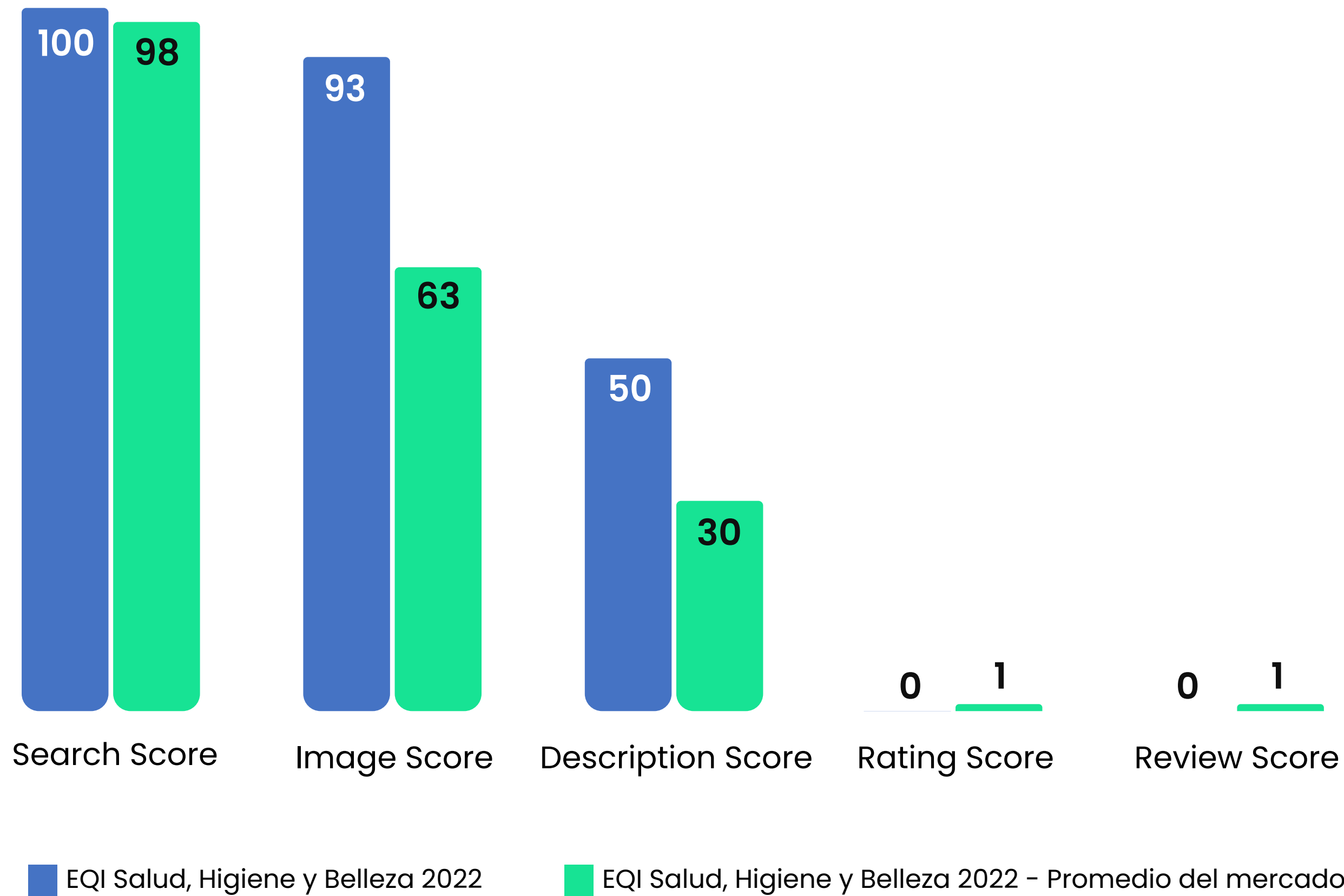
El puntaje EQI en la categoría de Coloración Capilar **fue 28% superior al puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Coloración Capilar

Resultado por criterio



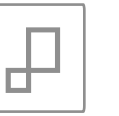
Search Score:
2% por encima del promedio del mercado, con un puntaje de 100



Image Score:
48% por encima del promedio del mercado



Description Score:
67% por encima de la media del mercado





Maquillaje

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

42

Promedio del mercado

35

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



El puntaje EQI de la categoría Maquillaje **fue 20% superior al puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Maquillaje

Resultado por criterio

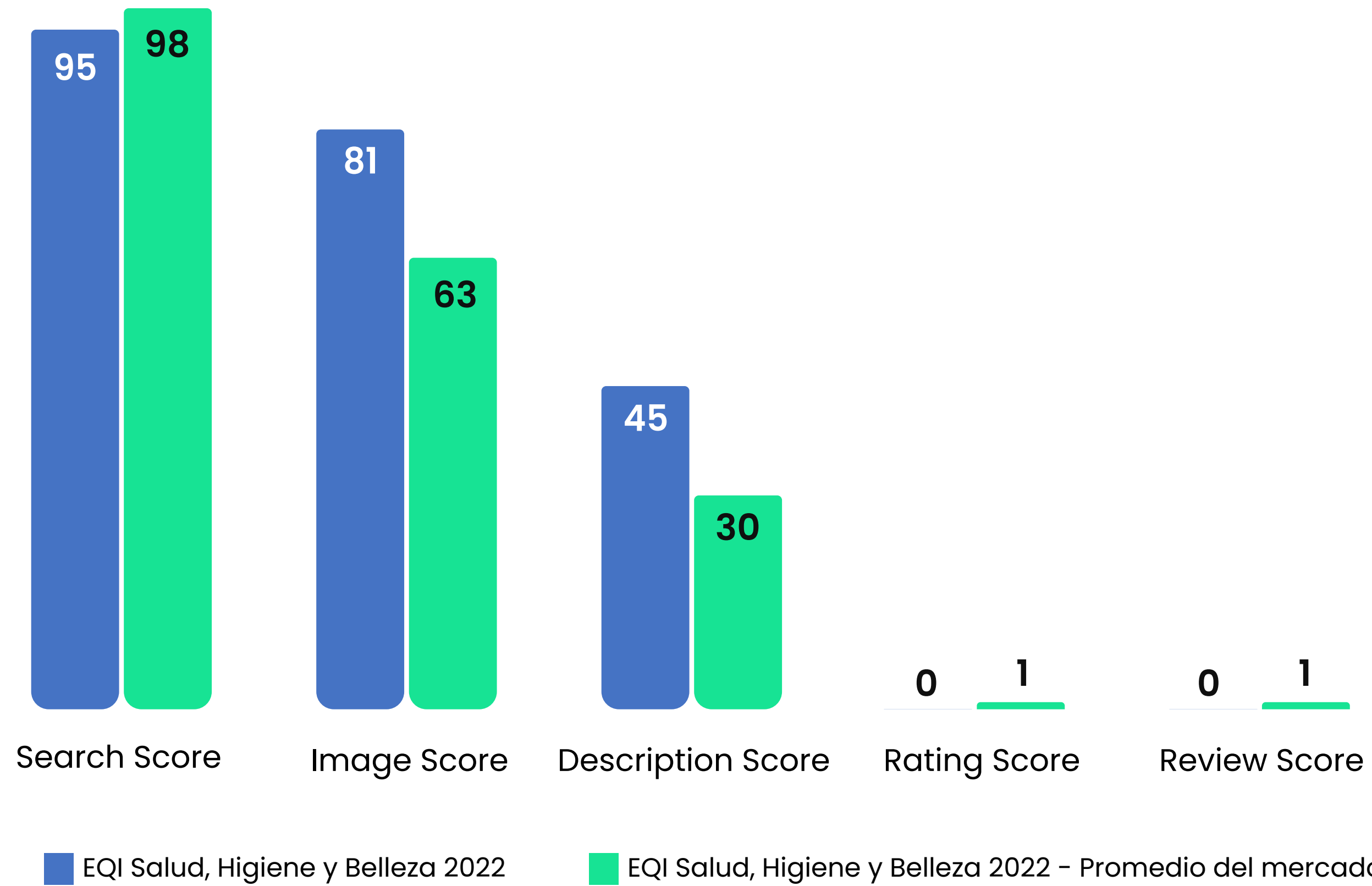
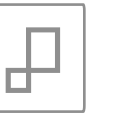


Image Score:
28% por encima del promedio del mercado



Description Score:
50% por encima de la media del mercado





Perfumes

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

39

Promedio del mercado

35

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



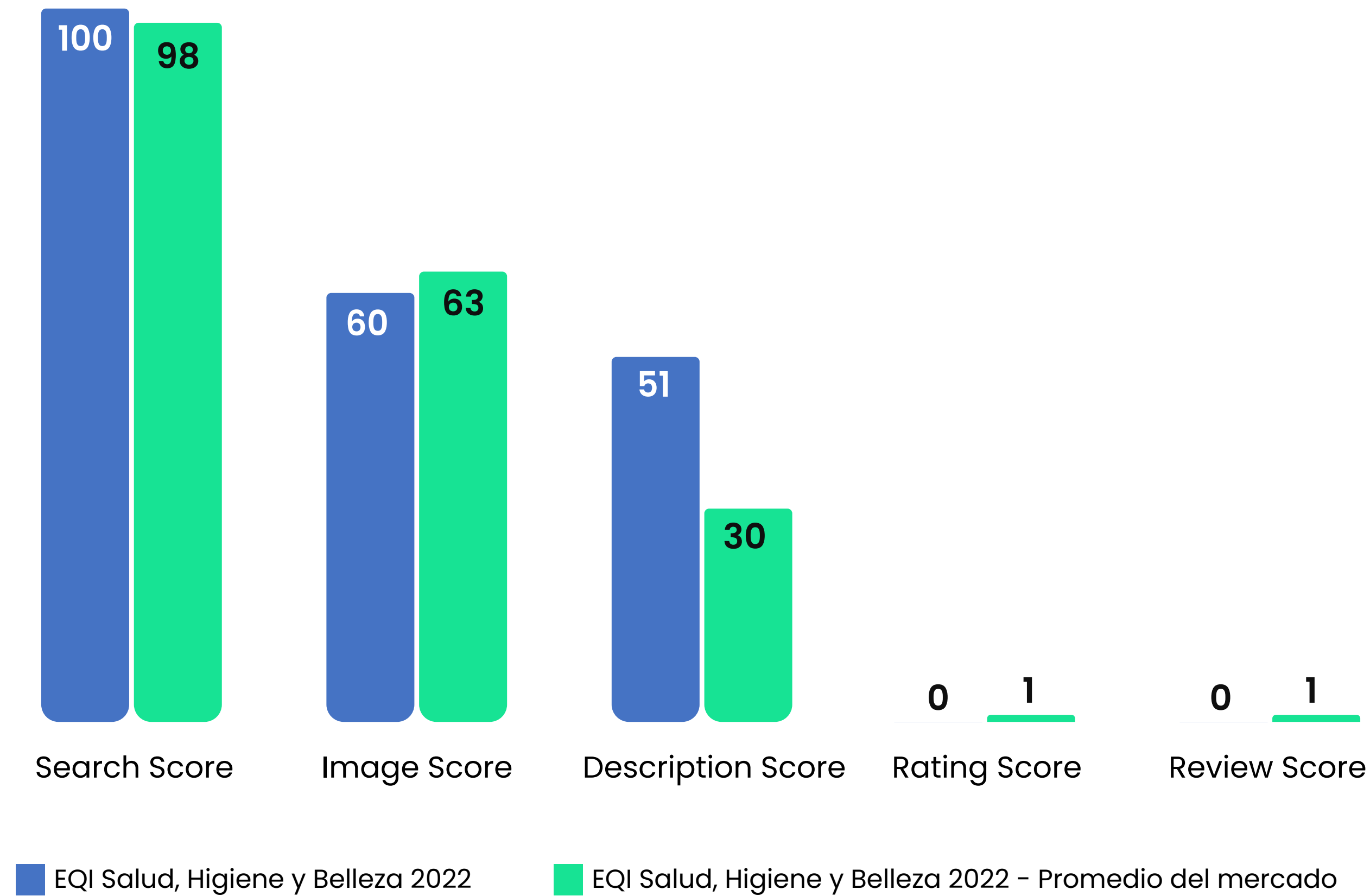
El puntaje EQI para la categoría Perfumes **estuvo un 11% por encima del puntaje promedio** del segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Perfumes

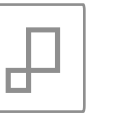
Resultado por criterio



Search Score:
2% por encima del promedio del mercado, con un puntaje de 100



Description Score:
70% por encima de la media del mercado





Higiene Personal

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

36

Promedio del mercado

35

Higiene Personal es la cuarta categoría **mejor calificada en el EQI 2022.**



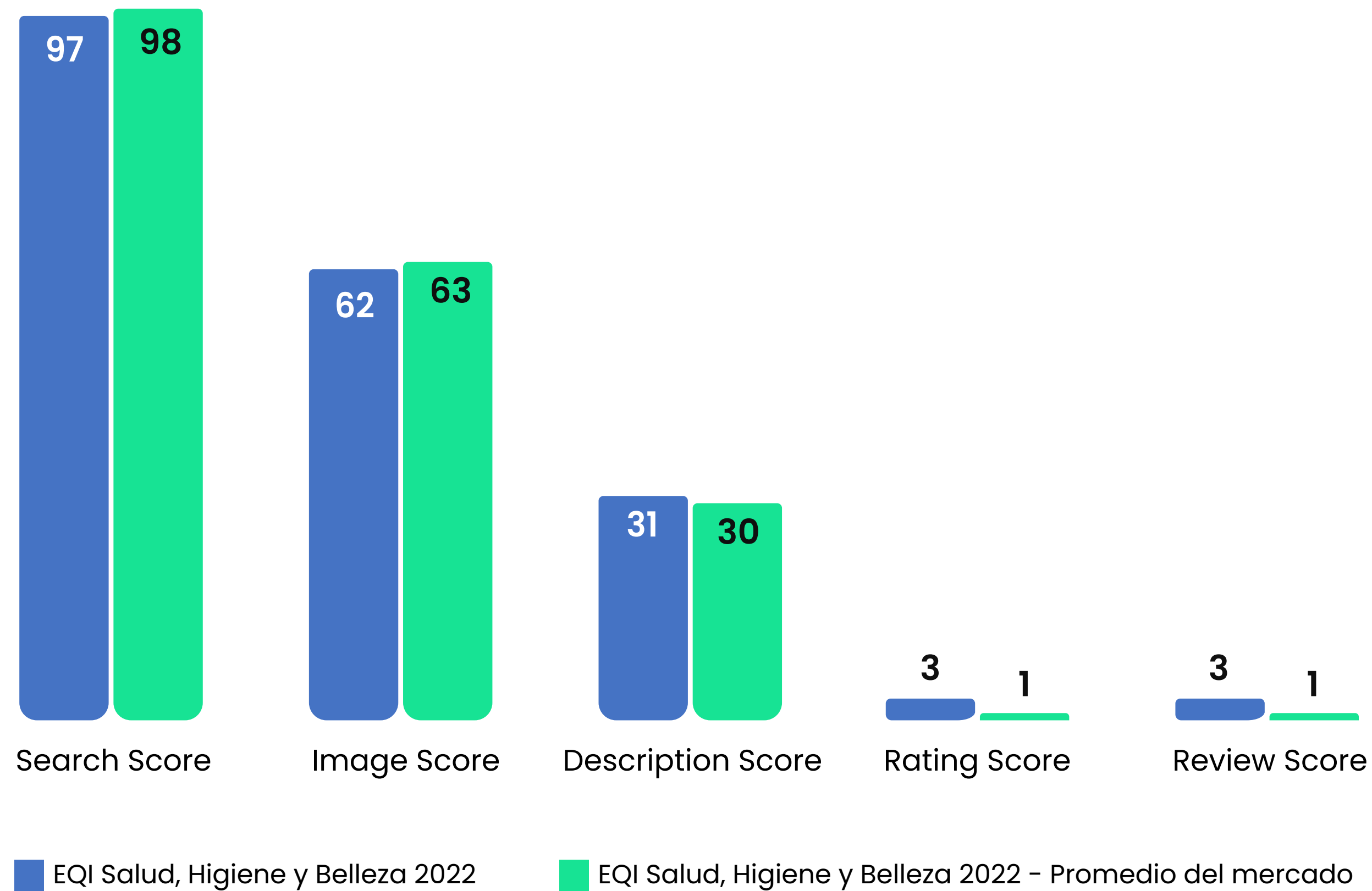
El puntaje EQI para la categoría Higiene Personal **estuvo un 3% por encima del puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Higiene Personal

Resultado por criterio



Description Score:
3% por encima de la media del mercado, con una puntuación de 100



Rating Score:
200% por encima del promedio del mercado, siendo la única categoría con un promedio por encima del rating del mercado





Cuidado de la Piel

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

35

Promedio del mercado

35

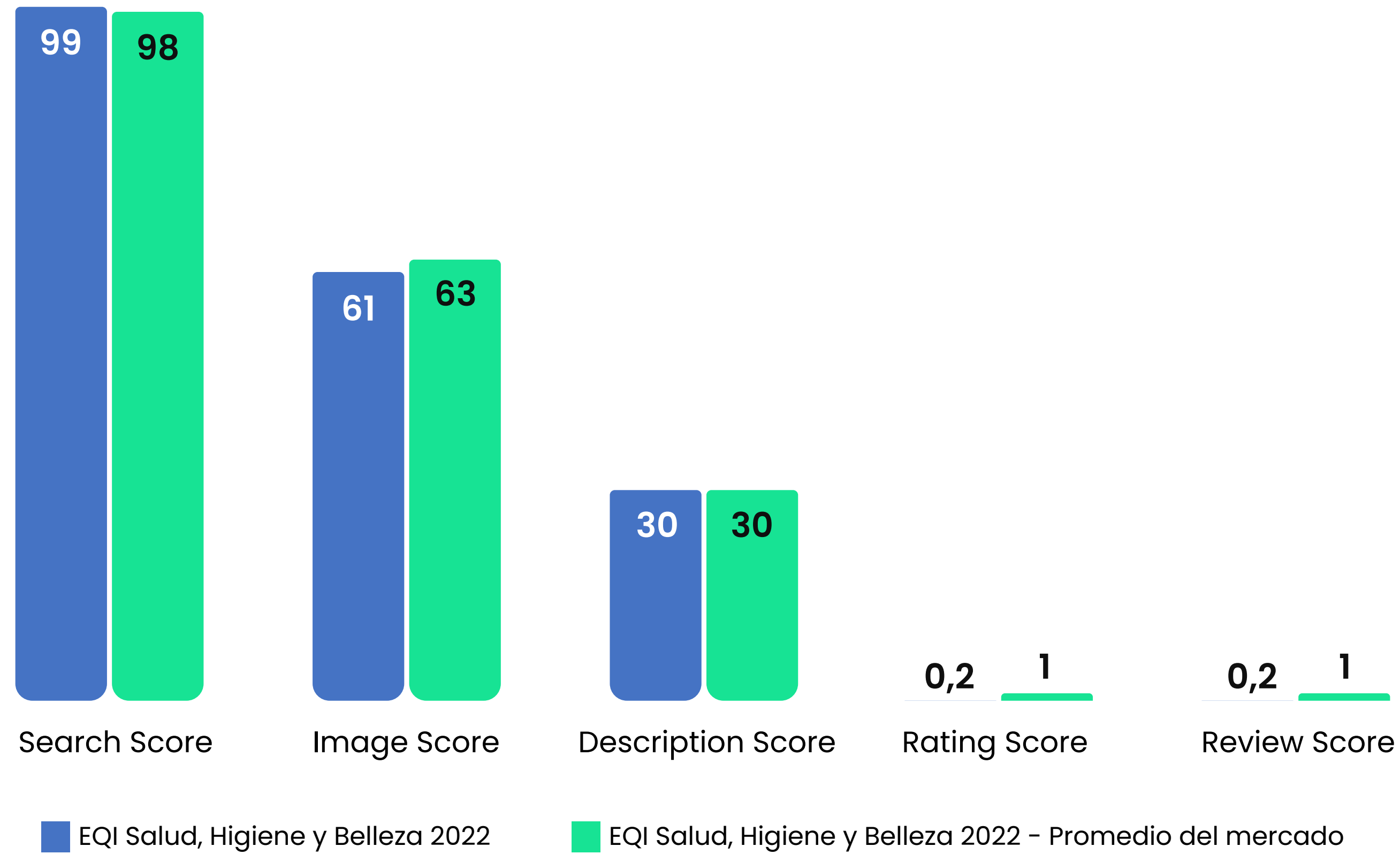
La nota EQI para la categoría de Cuidado de la Piel **fue igual al puntaje promedio** para el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Cuidado de la Piel

Resultado por criterio



Search Score:
1% por encima del promedio del mercado,
con un puntaje de 100





Capilar

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

35

Promedio del mercado

35

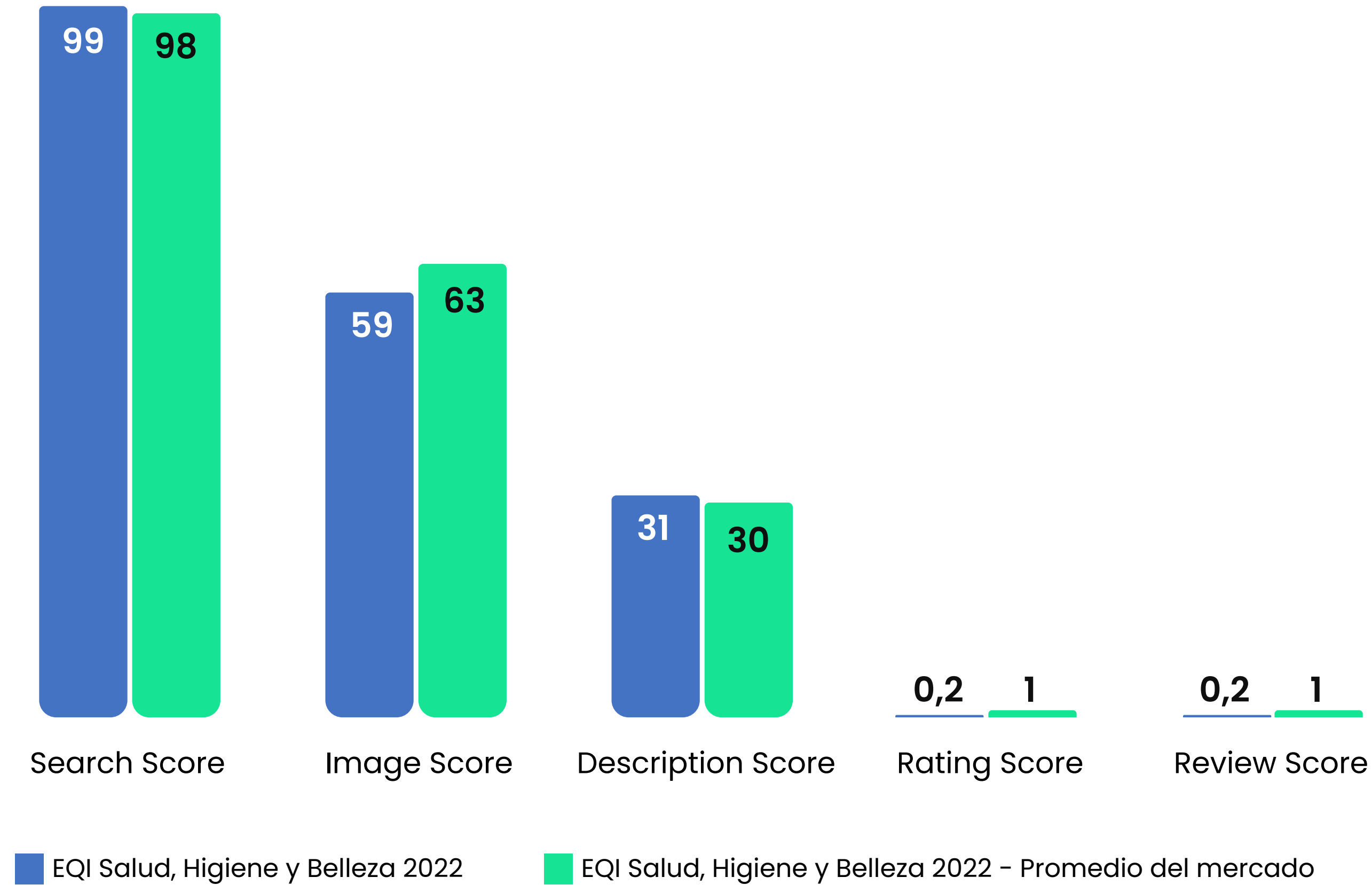
El puntaje EQI en la categoría Capilar fue **igual al puntaje promedio** en el segmento Salud, Higiene y Belleza.





Capilar

Resultado por criterio



Search Score:
1% por encima del promedio del mercado



Description Score:
3% por encima de la media del mercado





Salud

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

33

Promedio del mercado

35

Salud es la categoría con la **calificación más baja en el EQI de 2022.**



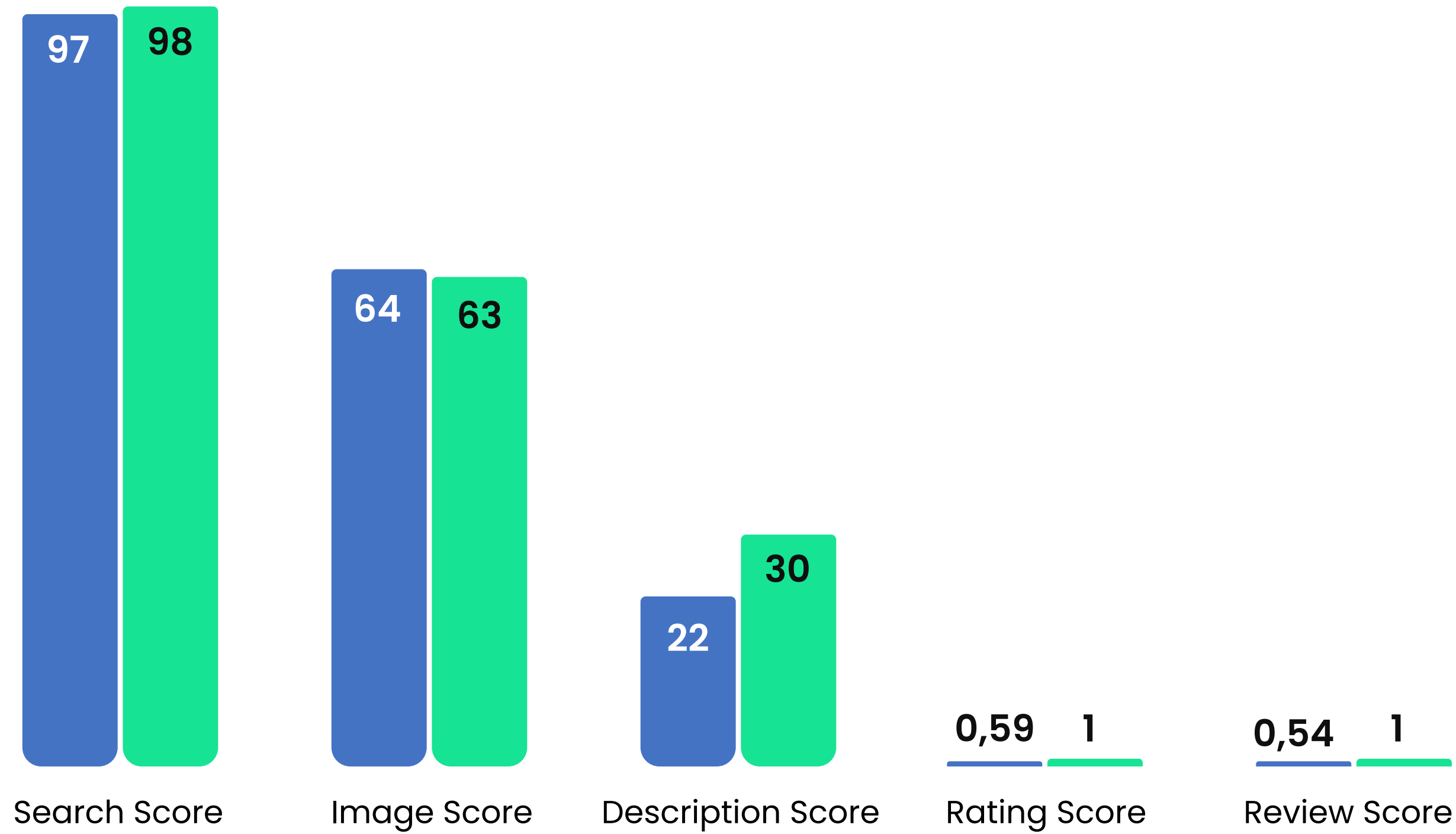
El puntaje EQI para la categoría Salud estuvo un **6% por debajo del puntaje promedio** del segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Salud

Resultado por criterio

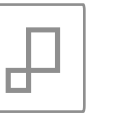


■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022 - Promedio del mercado



Image Score:
1% por encima del promedio del mercado



Ranking del EQI
Salud, Higiene y Belleza





**RANKING
TOP 09
SITIOS EQI**

☆	SITIO	NOTA EQI
1°	Alkosto	65
2°	Farma Todo	50
3°	Mercado Libre	41
4°	Éxito	34
5°	Olímpica	33
6°	Carulla	33
7°	Jumbo	30
8°	Merqueo	28
9°	La Rebaja	23





RANKING
TOP 3
SITIOS WEB EQI
POR CANAL DE
VENTAS



Brick & Clicks





Marketplace



mercado
libre

1



Pure Player



1



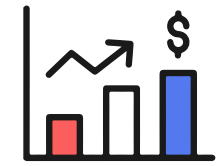


RANKING
TOP 14
MARCAS EQI

☆	MARCAS	NOTA EQI
1°	Gillette	41
2°	Head & Shoulders	40
3°	Oral B	53
4°	Colgate	53
5°	Nivea	52
6°	Pantene	50
7°	Dove	46
8°	Palmolive	46
9°	Rexona	46
10°	Maybelline	44
11°	L'Óreal Paris	44
12°	Axe	40
13°	Revlon	37
14°	L'Óreal	34



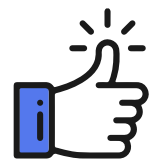
Principles insights



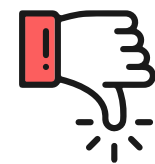
Escenario económico del segmento: En el segundo trimestre de 2022, las ventas online en la categoría Moda y Belleza aumentaron un 37,7% (Fuente: Cámara Colombiana de Comercio Electrónico).



Peores experiencias de consumo: En comparación con el puntaje colombiano [EQI Latam 2021](#), tenemos una reducción significativa del 17%.



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



Peores atributos: Rating Score y Review Score fueron los criterios de peor puntuación en el EQI de 2022, lo que indica que los e-commerces deben seguir invirtiendo en estos atributos.



Las mejores categorías: Coloración Capilar, Maquillaje, Perfumes e Higiene Personal obtuvieron un puntaje EQI superior al promedio del mercado (35).



Las peores categorías: Cuidado de la Piel, Capilar y Salud tuvieron un puntaje EQI por debajo del promedio del mercado (35).



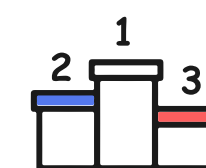
Mejor canal de venta: Marketplace es canal de venta con mejor puntuación en el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022, situándose por encima de la media del segmento.



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



Síto web campeón: Alkosto fue el e-commerce que obtuvo la mayor puntuación en el ranking EQI 2022.



TOP 3 marcas globales: Gillette, Head & Shoulders y Oral B.





¿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

Carulla

Éxito

Farma Todo

Jumbo

La Rebaja

Marketplace

Mercado Livre

Pure Players

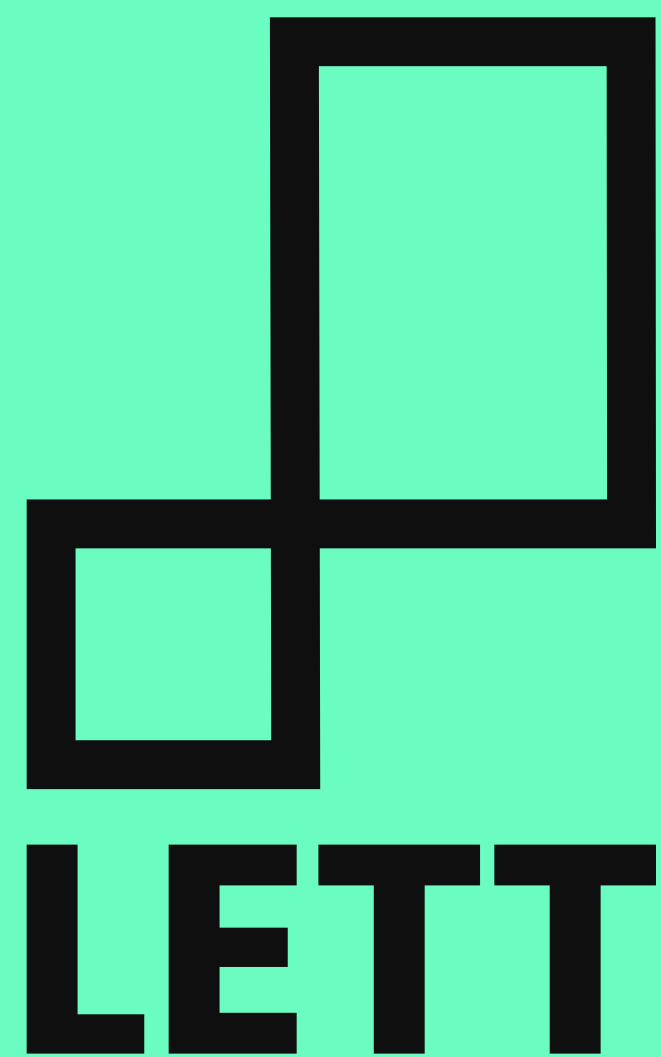
Merqueo

Multicanais

Alkosto

Olímpica





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

