

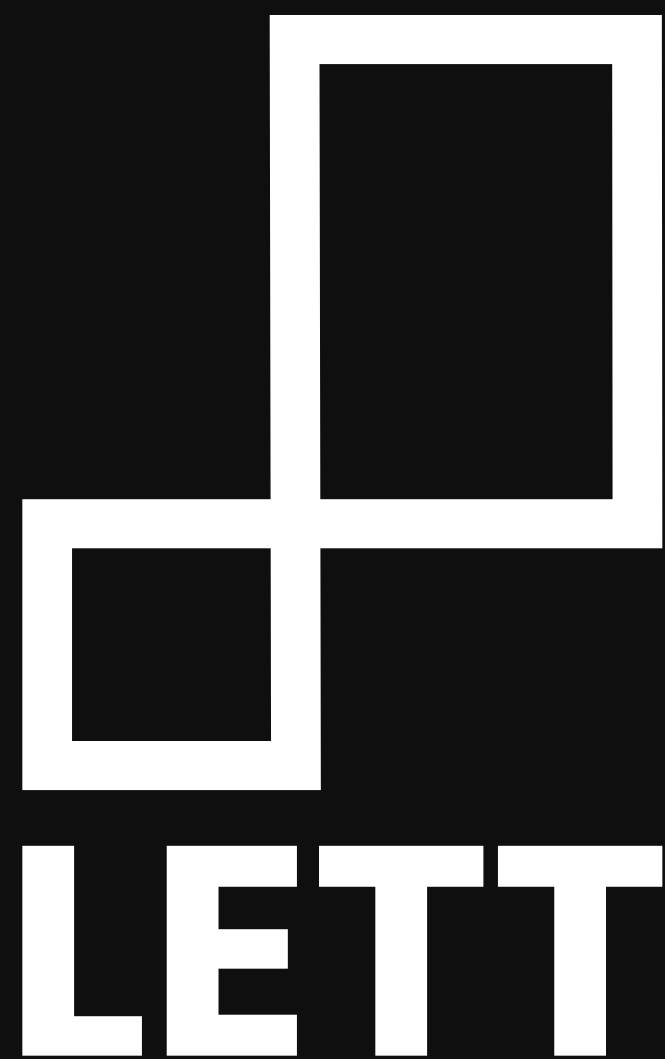


**E-COMMERCE
QUALITY
INDEX**

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.

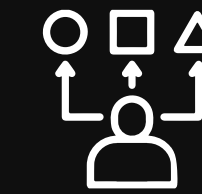
Obtén más información en:

lett.digital

dcx.lett.digital

neogrid.com/br

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



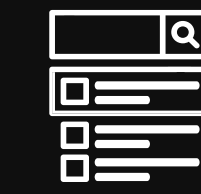
Surtido



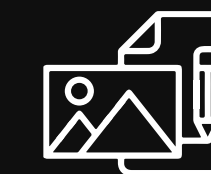
Evaluaciones y comentarios



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 México	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.

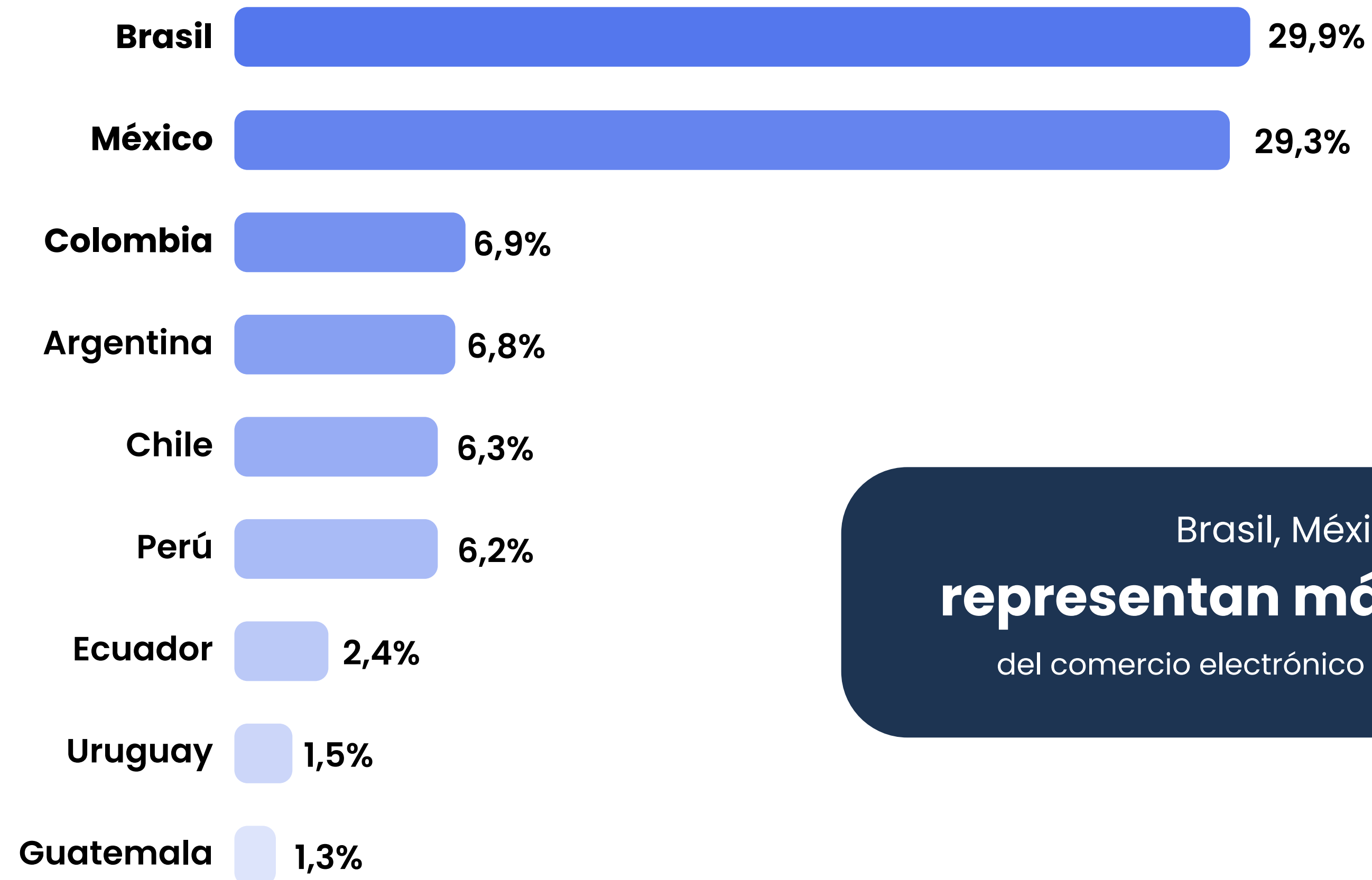
La tercera edición del estudio EQI Salud, Higiene y Belleza presenta el desempeño de las principales marcas y retailers del segmento en relación a la experiencia de compra cuando se trata de contenidos digitales.



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.

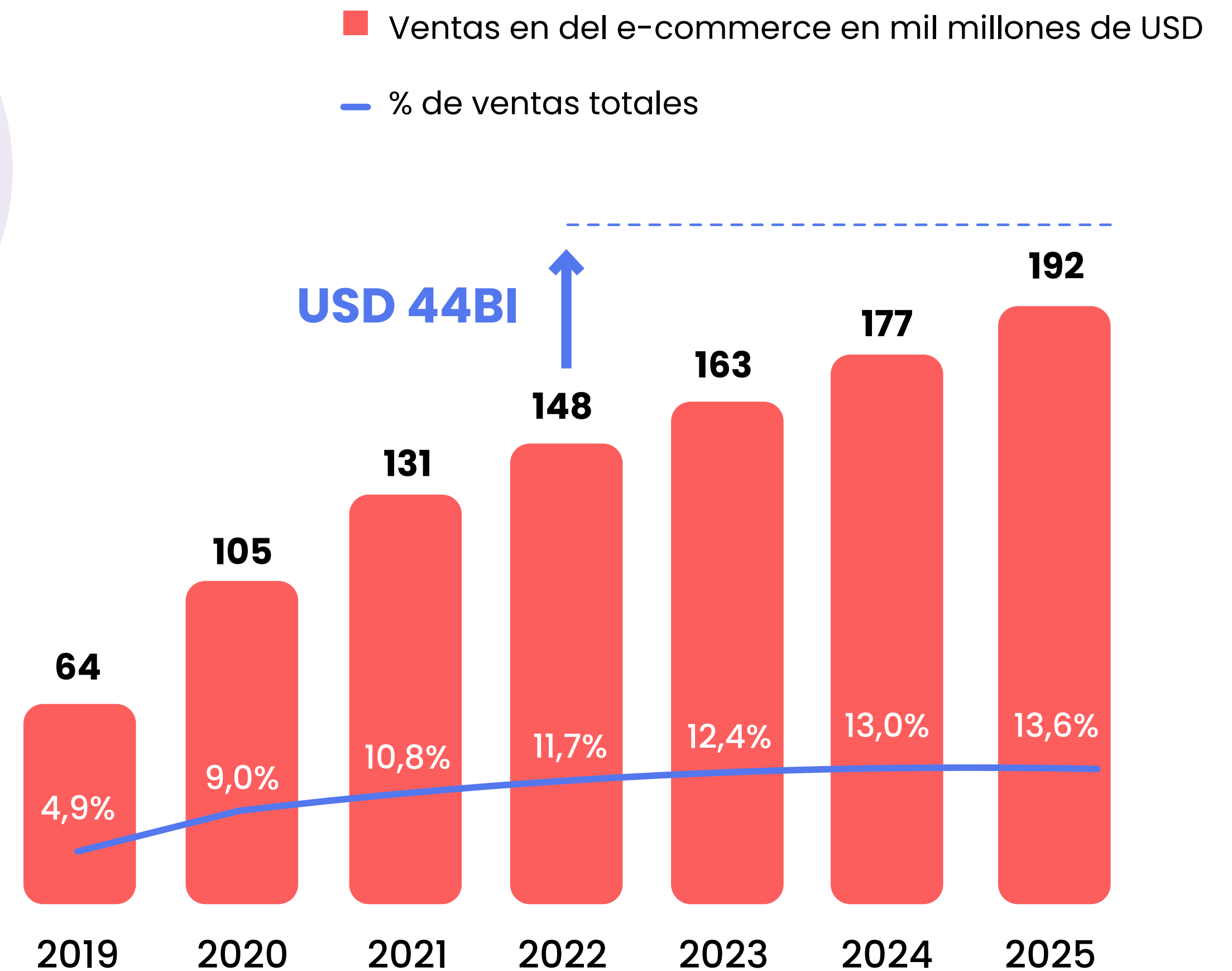


Fuente: Statista



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: 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:



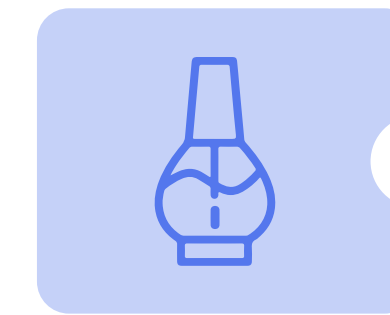
Capilar



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.

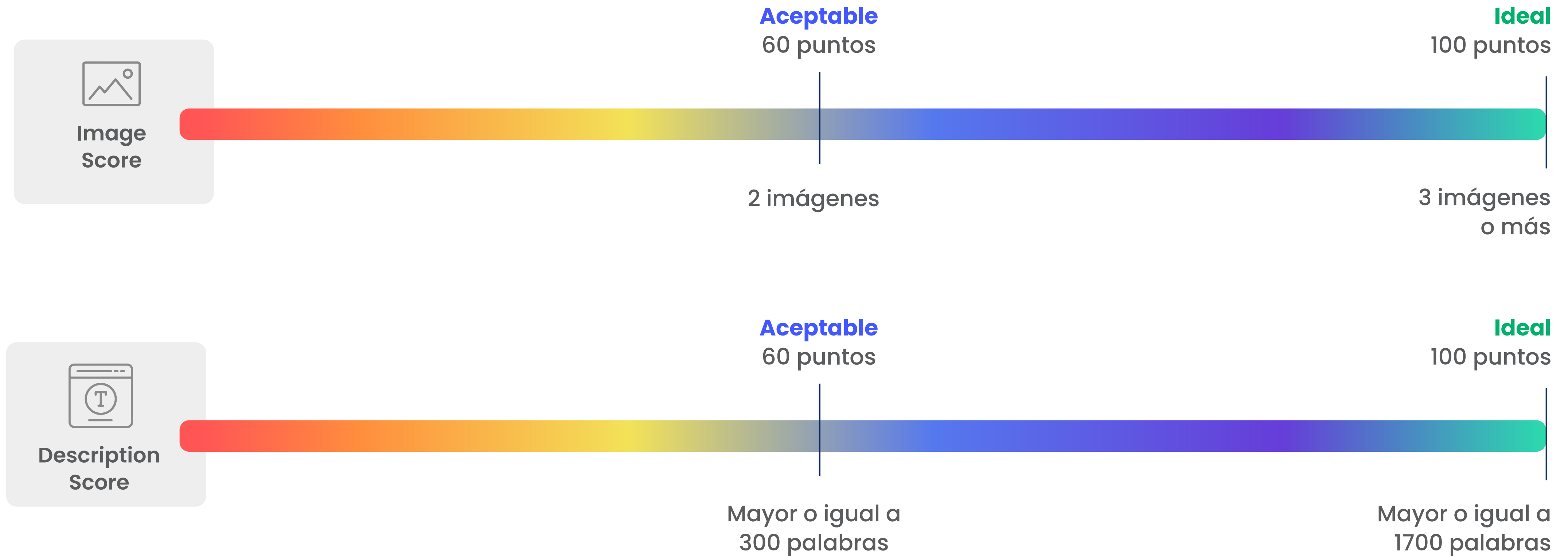



Review Score

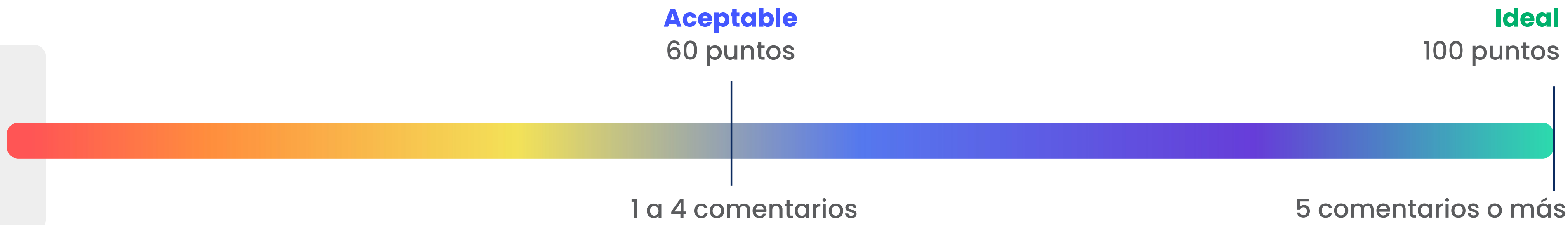
Número de comentarios sobre el producto en la página.




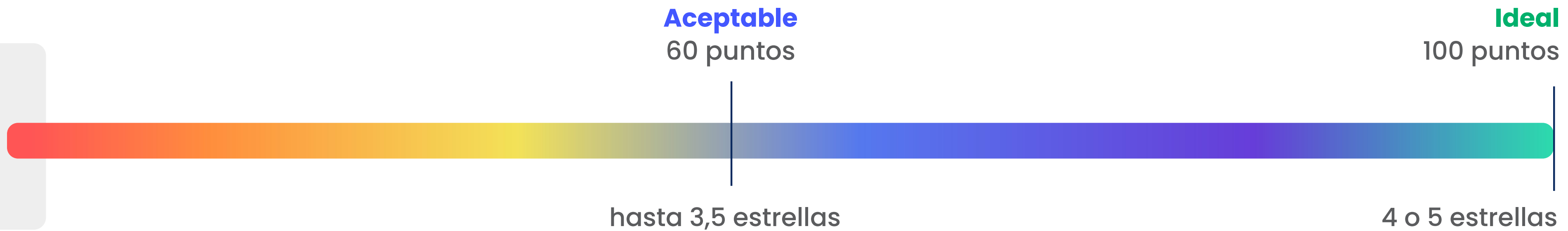
Para cada uno de estos criterios, la recomendación es:





Review Score




Rating Score




Search Score



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

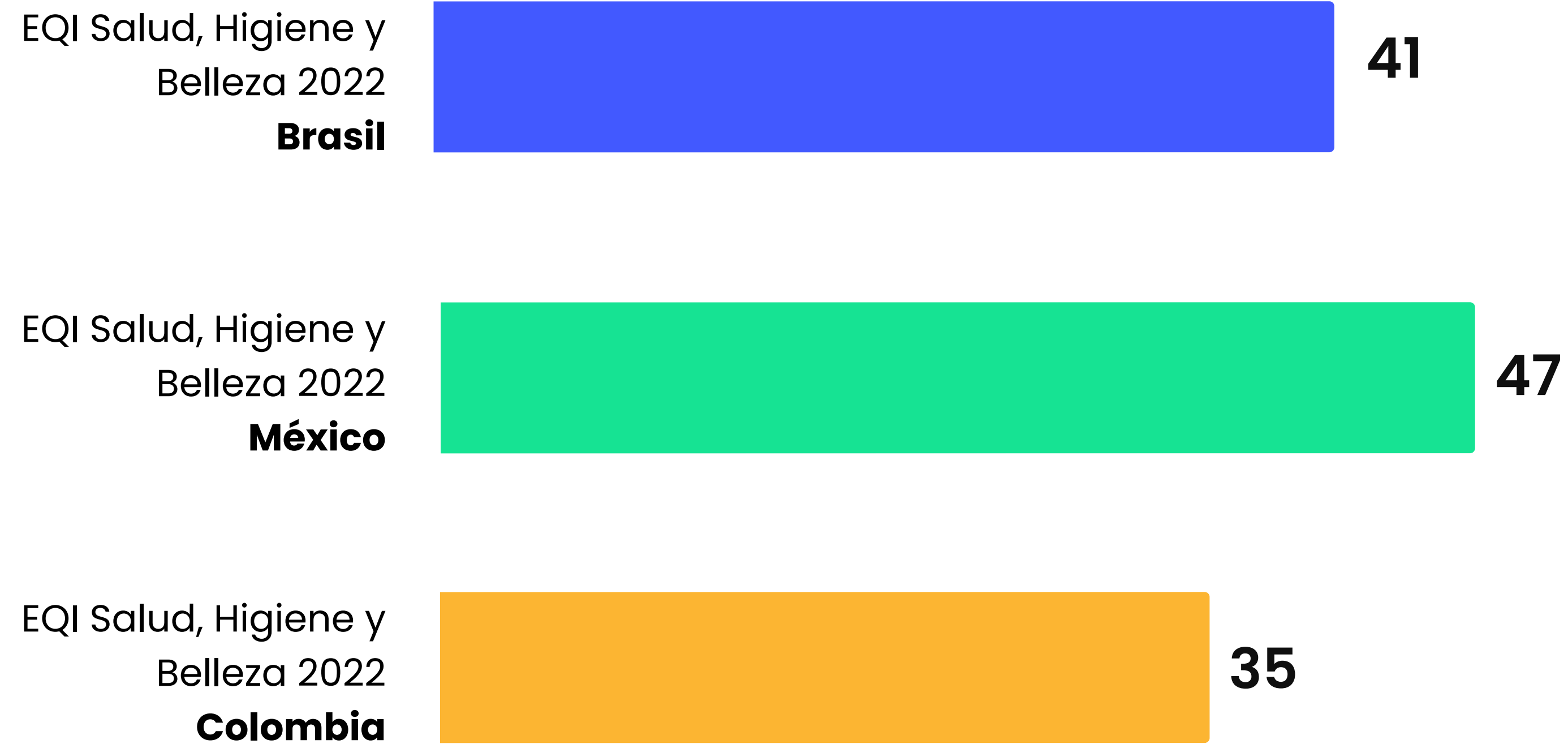
5. Search Score



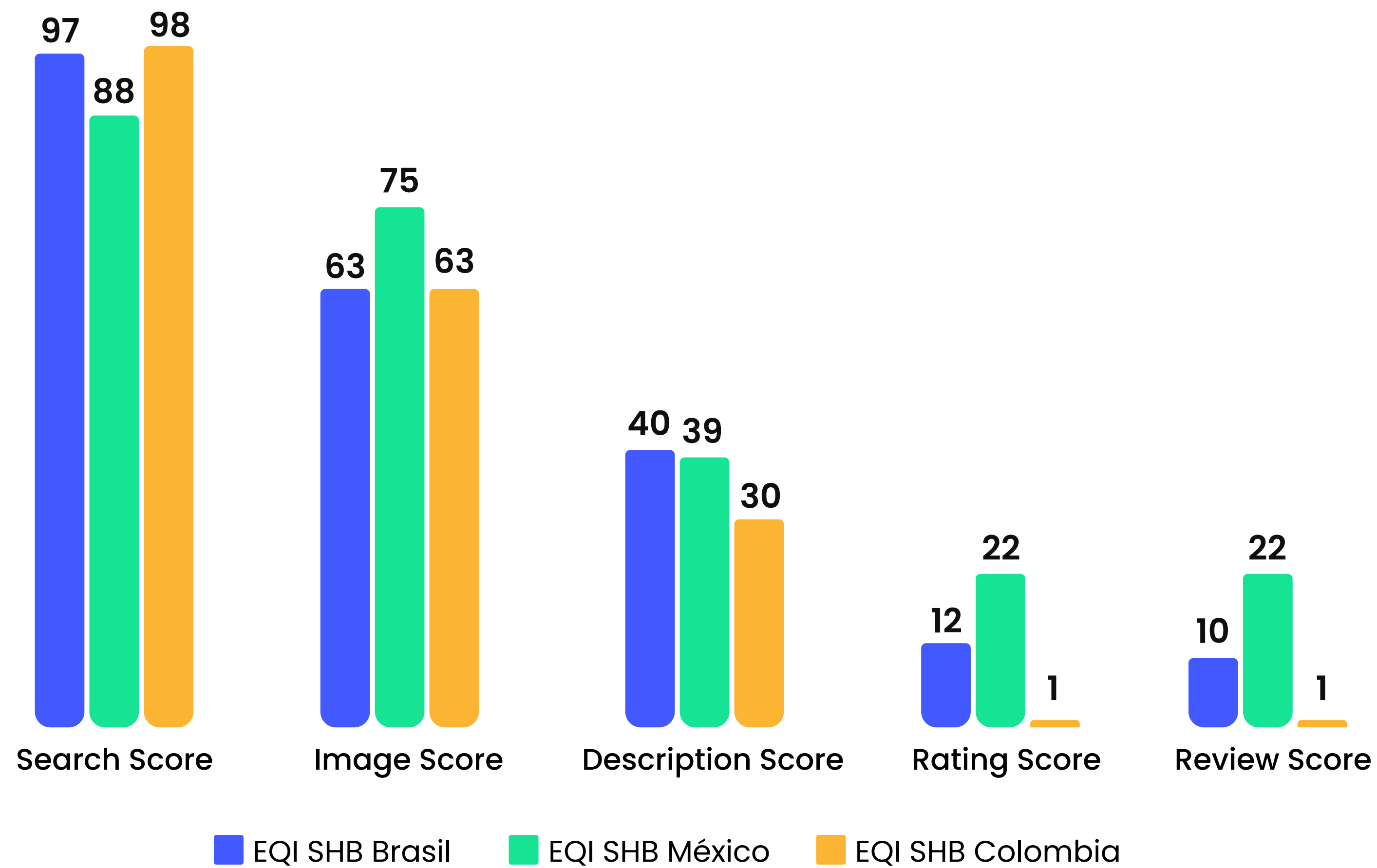
Comparativo EQI Brasil, México y Colombia



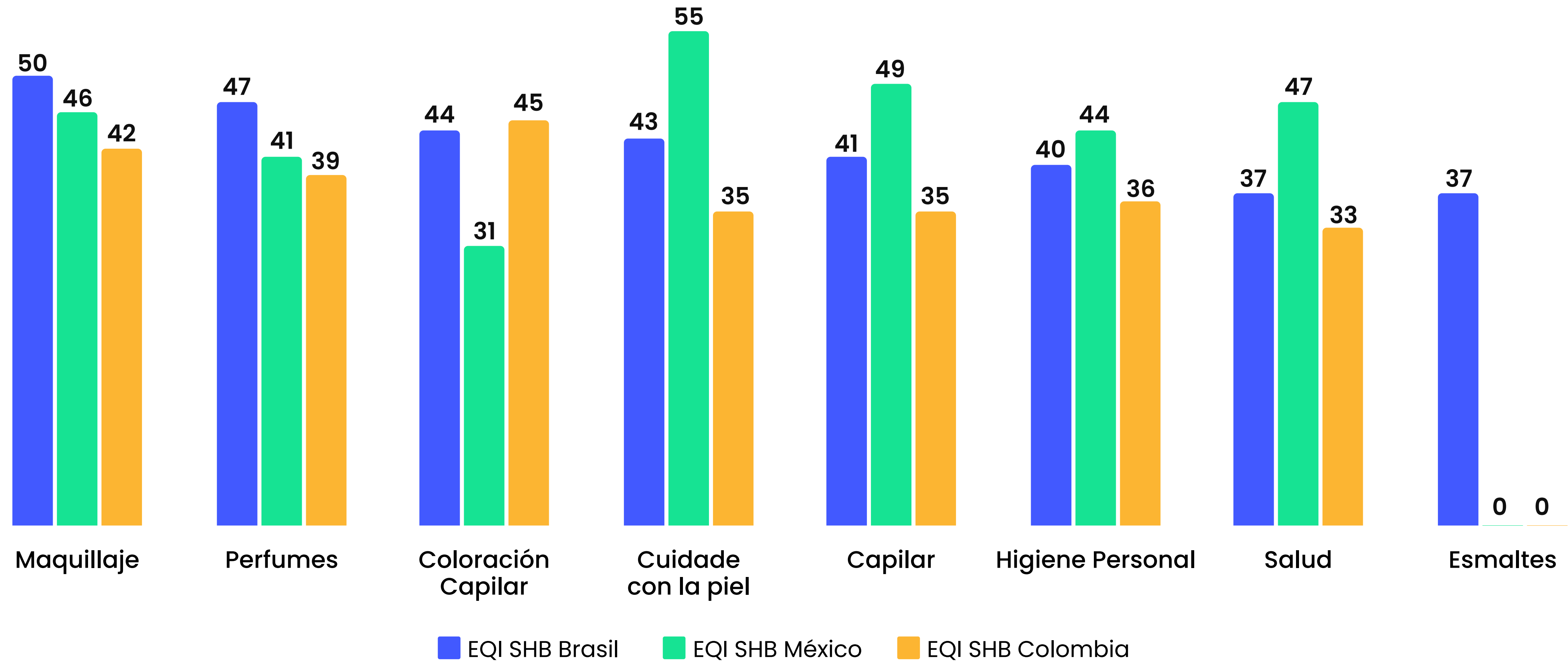
Nota do EQI **Brasil vs México vs Colombia**



Critérios EQI **Brasil vs México vs Colombia**



Categorías EQI **Brasil vs México vs Colombia**



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

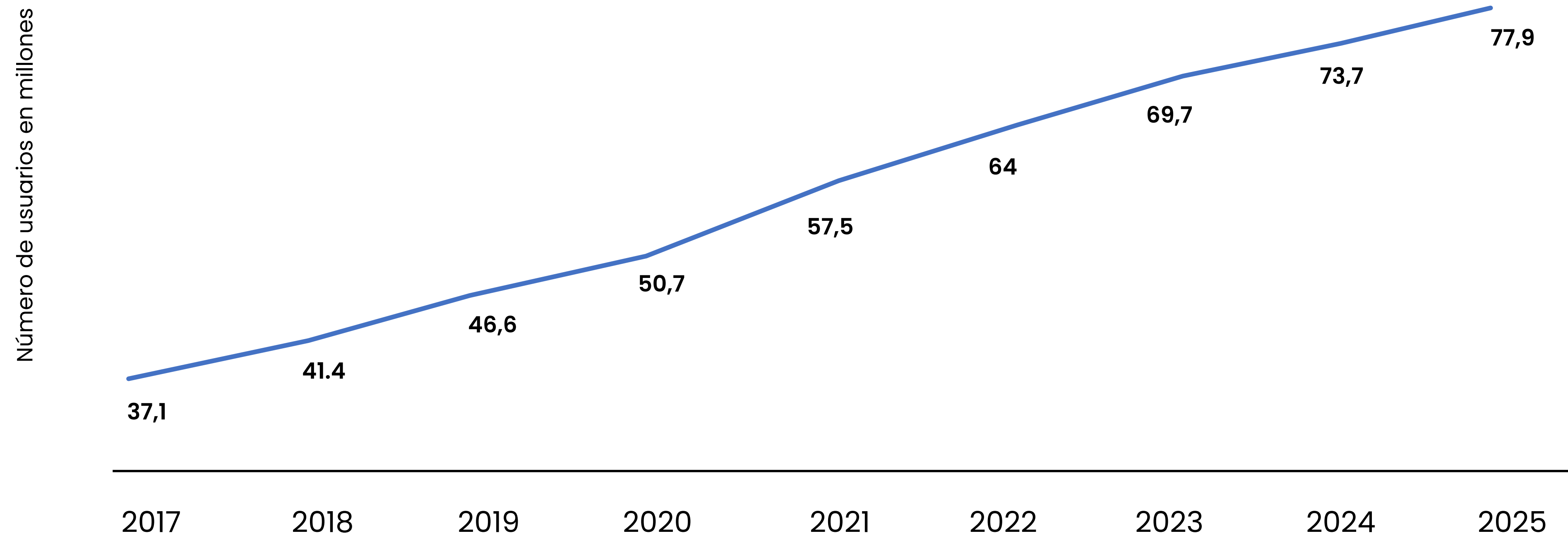


EQI Salud,
Higiene y Belleza
México



Comportamiento del consumidor mexicano

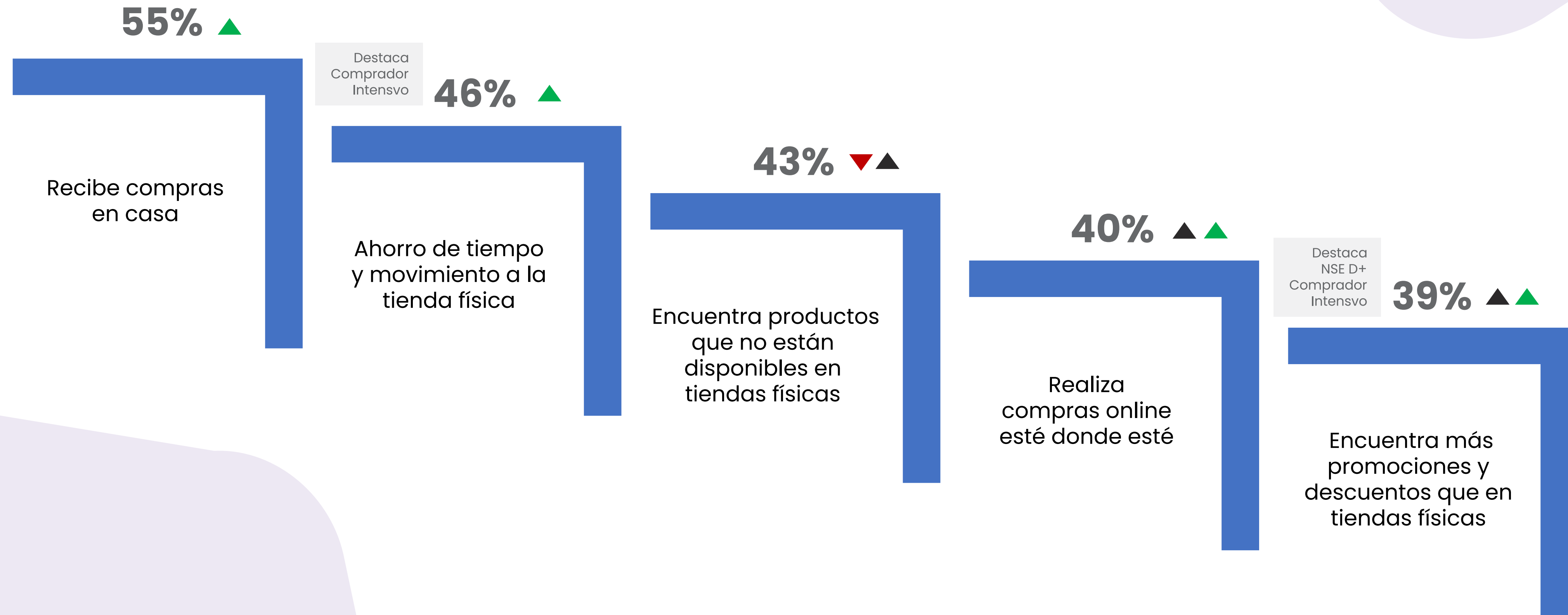
Número de usuarios de e-commerce en México de 2017 a 2025 (en millones):



Fuente: E-commerce in Mexico - Statista



Top 5 razones de compra online para os consumidores mexicanos



(Fuente: Estudio Venta Online 2022 - AMVO).



Comportamiento omnicanal



97% Webrooming:

búsqueda en línea de productos y compra en línea



90% Showrooming:

investiga el producto en una tienda física y realiza la compra online



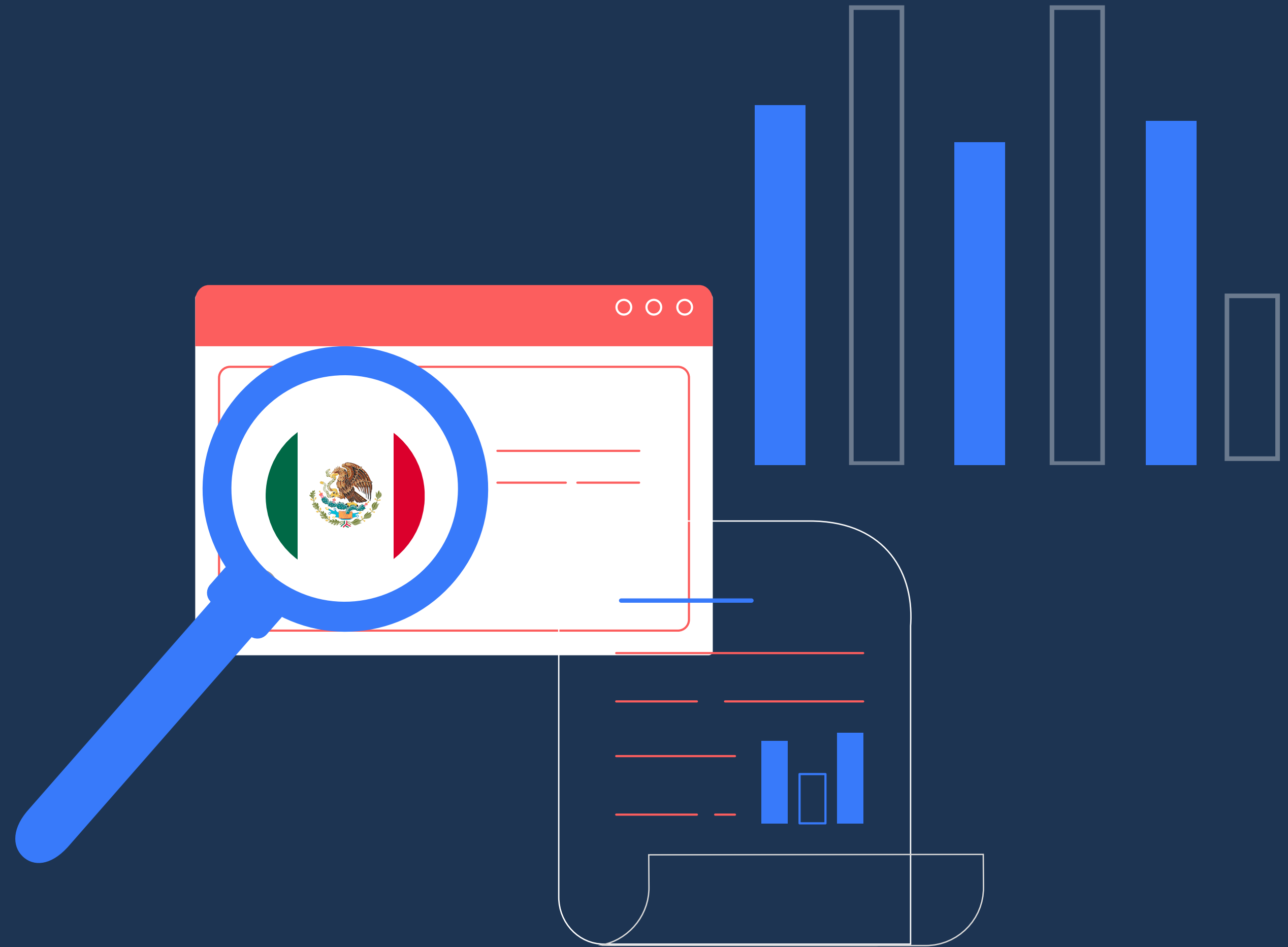
88% Bommerooming:

busca productos en línea, revisa los detalles en una tienda física y compra en línea

(Fuente: Estudio Venta Online 2022 - AMVO)



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



0

47

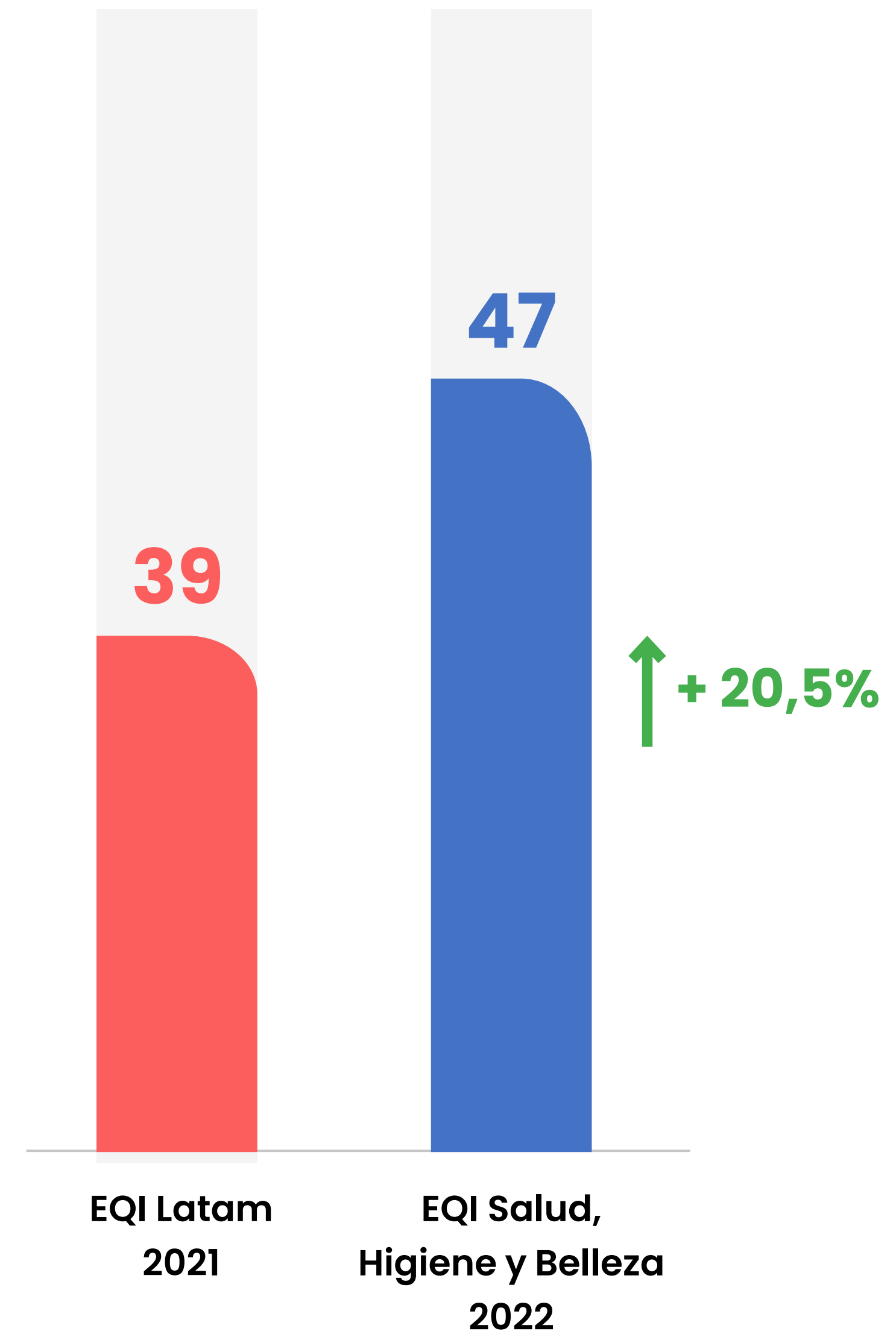
La nota EQI Salud, Higiene y Belleza 2022
es de 47 en una escala de 0 a 100.

*El mínimo recomendado por EQI es **grado 60**.
Hubo un aumento significativo en relación al 2021.

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.

Al comparar con la nota de los e-commerces en México en el [EQI Latam 2021](#), tenemos un aumento significativo de 20% en la nota. Esto significa que en el entorno digital, el e-commerce dirigido al segmento de Salud, Higiene y Belleza le ofrece una mejor experiencia de compra al consumidor, en comparación con otros segmentos en su conjunto.

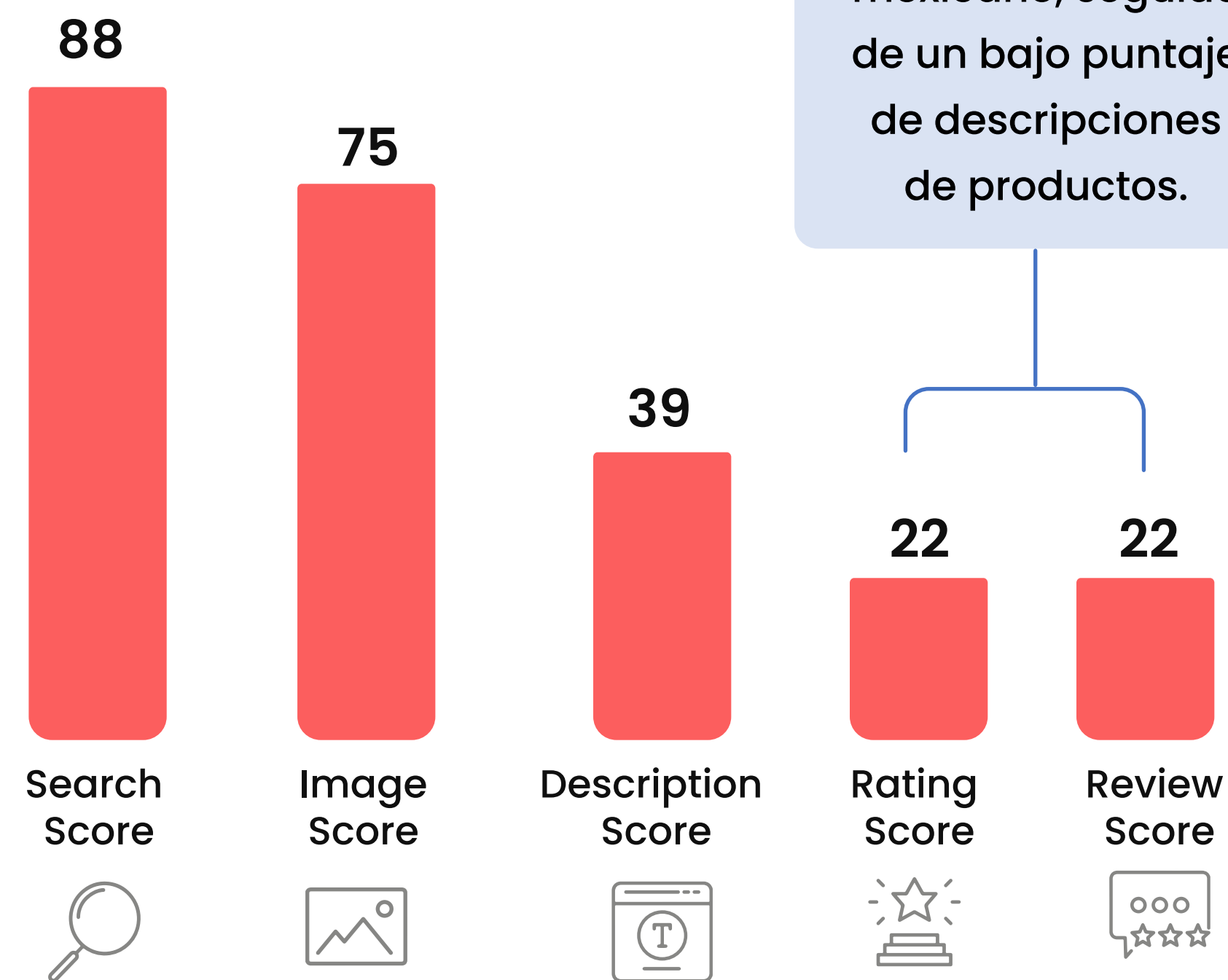


Resultado por criterio

Para entender por qué el EQI de Salud, Higiene y Belleza obtuvo una puntuación de 47, 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)



Mejor criterio



Image Score
75 puntos.

**25% por encima del criterio
recomendado (60 puntos)**

Peores criterios



Search Score
88 puntos.

**12% por debajo del criterio
recomendado (100 puntos).**



Description Score
39 puntos.

**35% por debajo del criterio
recomendado (60 puntos).**



Rating Score
22 puntos.

**63% por debajo del criterio
recomendado (60 puntos).**



Review Score
22 puntos.

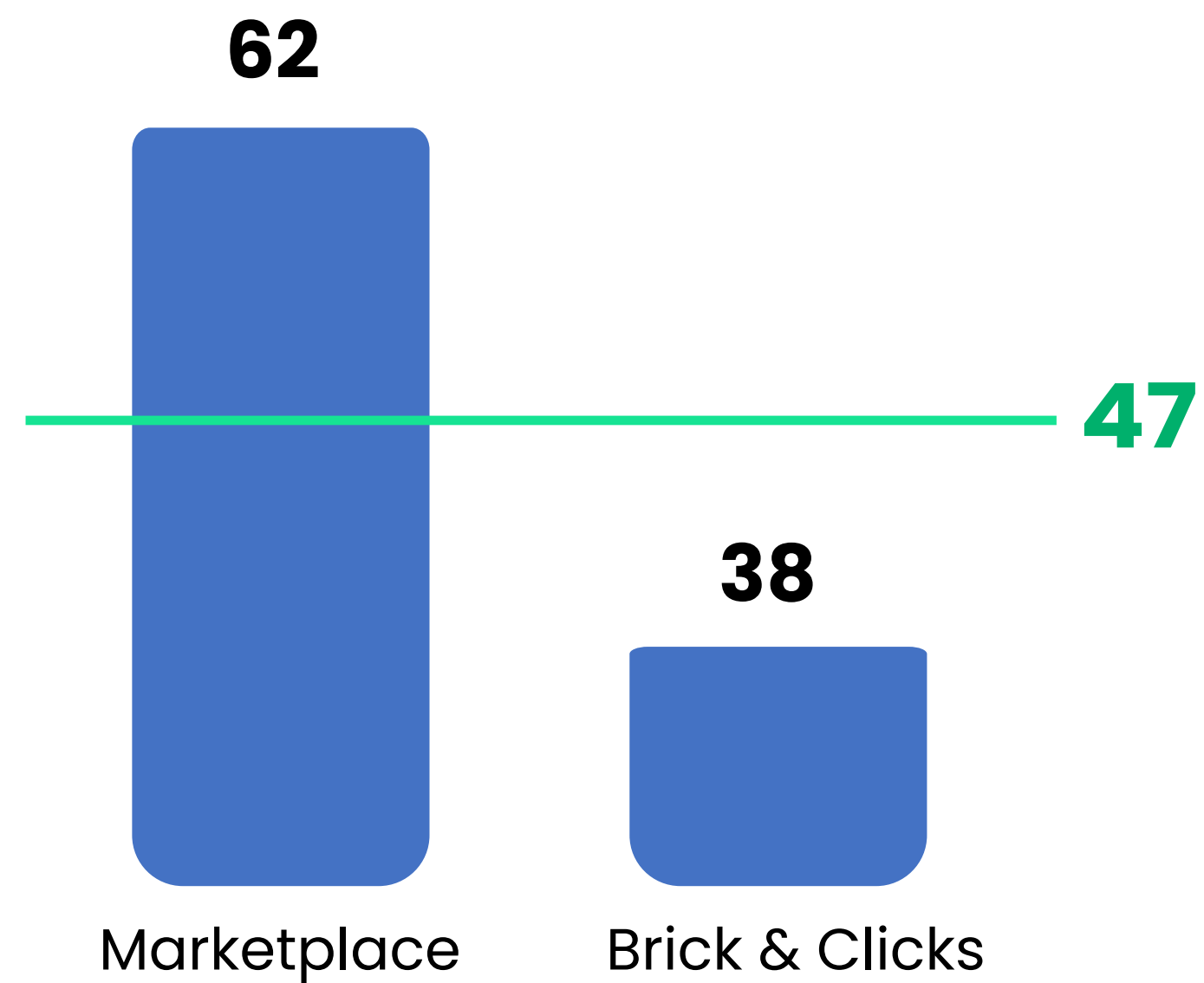
**63 % por debajo del criterio
recomendado (60 puntos).**

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 del producto (Image Score).

Por otro lado, se destaca que el resto de las puntuaciones **Search, Description, Rating y Review Score** aún tienen margen de mejora, ya que los e-commerces obtuvieron una puntuación muy por debajo de la recomendada para garantizar una buena experiencia de compra online al consumidor.



Resultado por canal de venta



■ Nota EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

— Promedio del Mercado

* Para México, en el segmento de Salud, Higiene y Belleza, no se analizaron los canales de venta de Pure Players.

Marketplace

fue el canal de venta que mejor resultado obtuvo, alcanzando los **62 puntos**.

Brick & Clicks

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. Así, la puntuación es 100 cuando el producto tiene 3 imágenes o más.

Image Score	75
Promedio de imágenes por producto	4
Productos con por lo menos 3 imágenes	54%

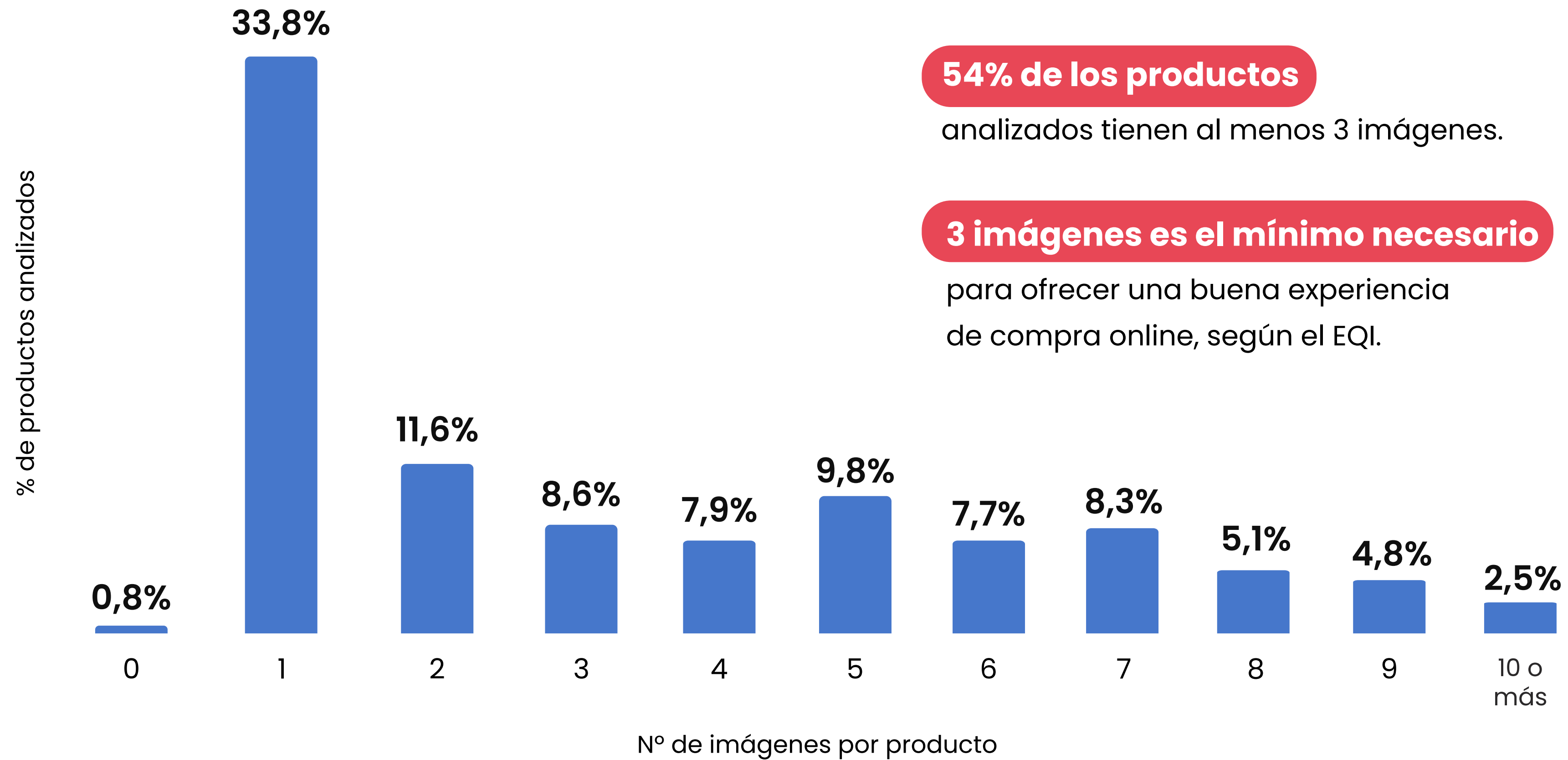
75

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022





Promedio de imágenes por producto





Description Score

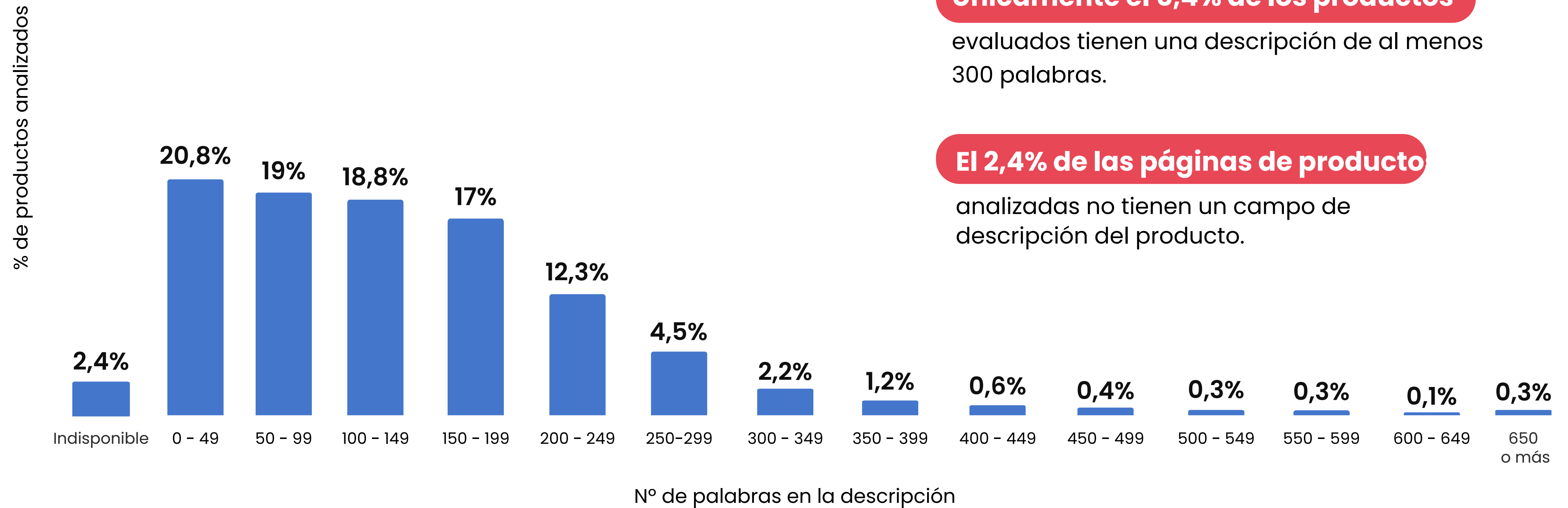
Esta nota se calcula según el número de palabras de la descripción del producto. Por lo tanto, si la descripción es de 300 palabras o más, el resultado será 60. Si la descripción es mayor o igual a 1700 palabras, la puntuación será de 100.

Description Score	39
Promedio de palabras en la descripción	136
% de productos con 300 palabras o más en la descripción	5,4%





Promedio de palabras en la descripción por producto



Únicamente el 5,4% de los productos

evaluados tienen una descripción de al menos 300 palabras.

El 2,4% de las páginas de producto

analizadas no tienen un campo de descripción del producto.





Rating Score

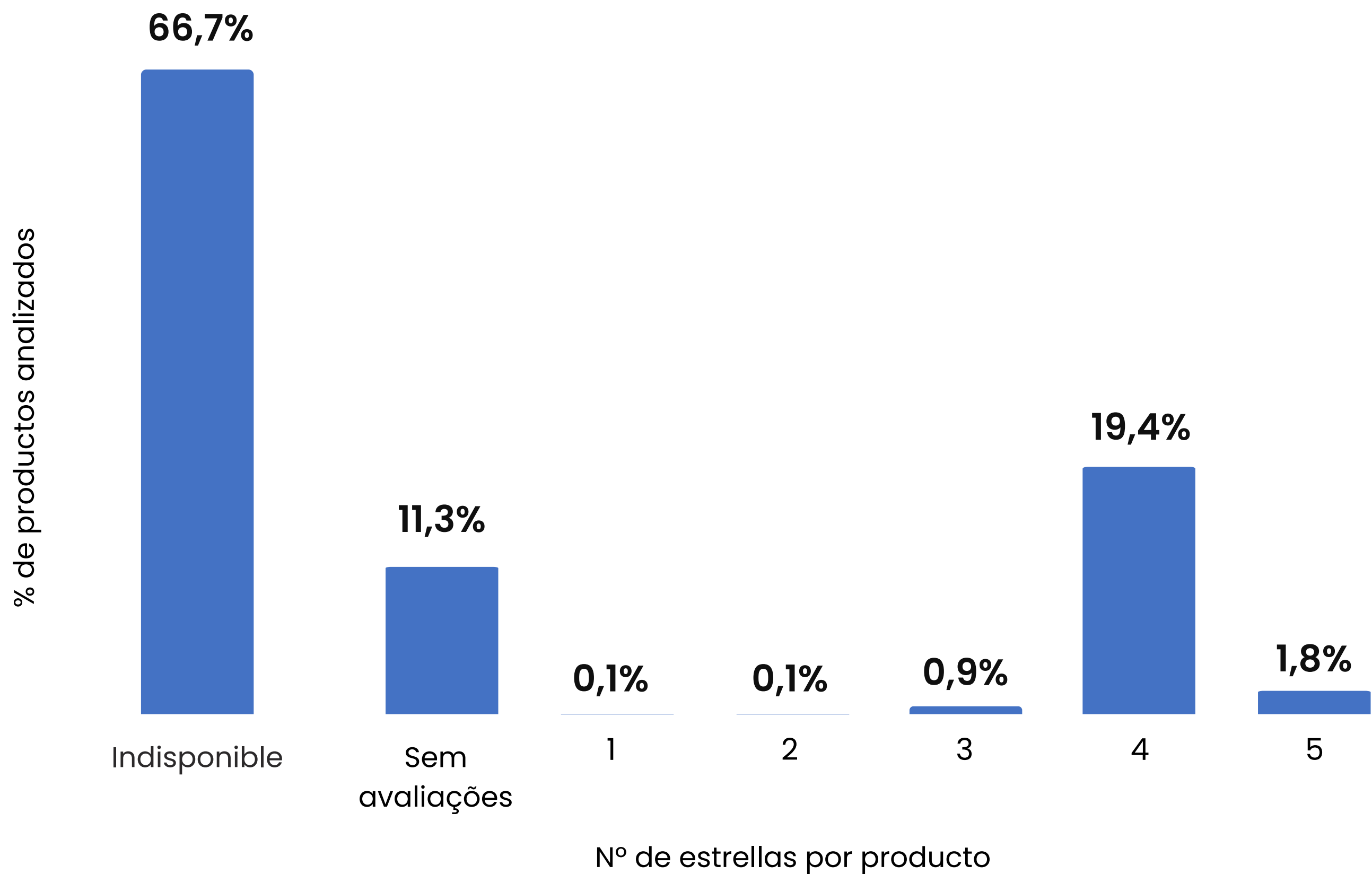
El Rating Score se calcula según el número de evaluaciones por producto. Las páginas de productos con hasta 3,5 estrellas reciben una puntuación de 60, entre 4 y 5 estrellas, la puntuación es de 100.

Rating Score	22
% de productos que tienen un promedio de 5 estrellas	1,8%
% de productos que tienen un promedio de 1 estrella	0,1%





Promedio de evaluaciones por producto



El 66,7% no tienen

un campo para la calificación del consumidor.

El 11,4% de los productos no tienen

ninguna calificación del consumidor.

El 21,2% de los productos

tienen entre 4 y 5 estrellas.

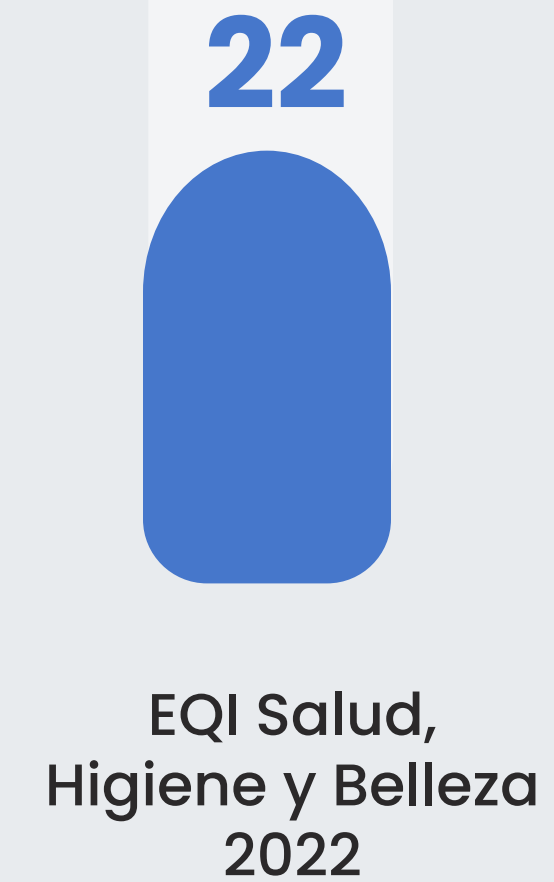




Review Score

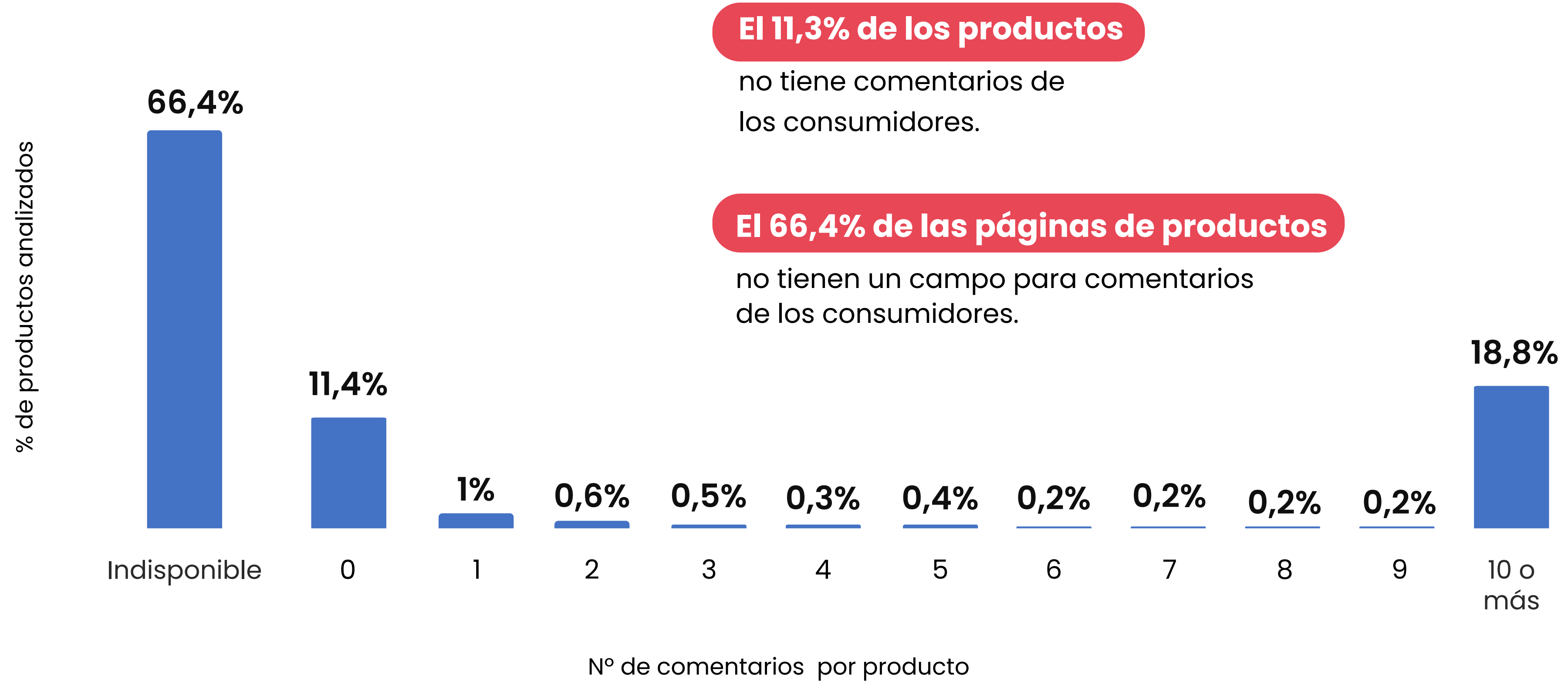
El Review Score se basa en la cantidad de reseñas de los consumidores en la página del producto. Para obtener el mínimo recomendado de 60, el índice debe tener entre 1 y 4 comentarios, por encima de 5 comentarios la puntuación es 100.

Review Score	22
% de productos con 10 o más comentarios	19%
% de productos que no tienen ningún comentario	11,3%





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.

Número medio de
caracteres no título

71

% de productos con títulos
optimizados para búsqueda

84%

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

96,6%

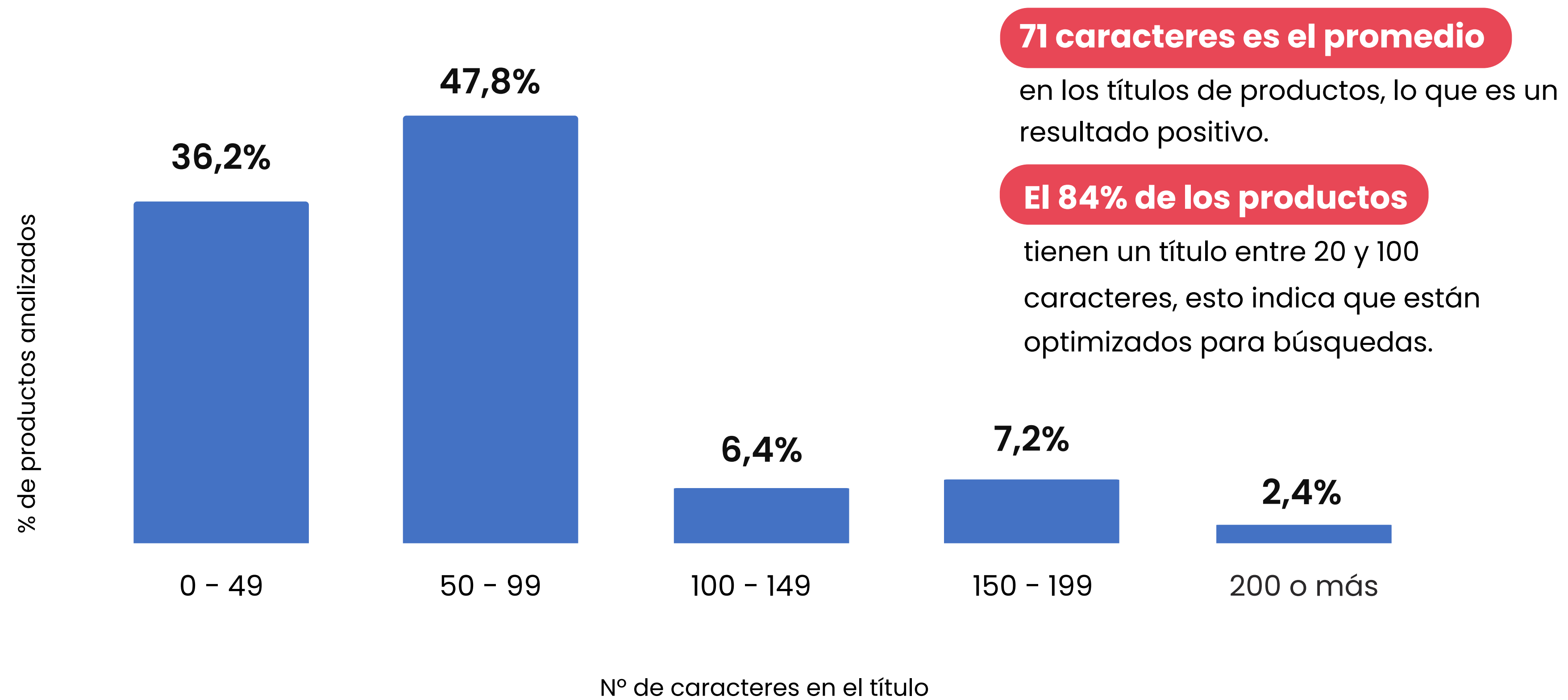
88

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022





Promedio de caracteres en el título por producto



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



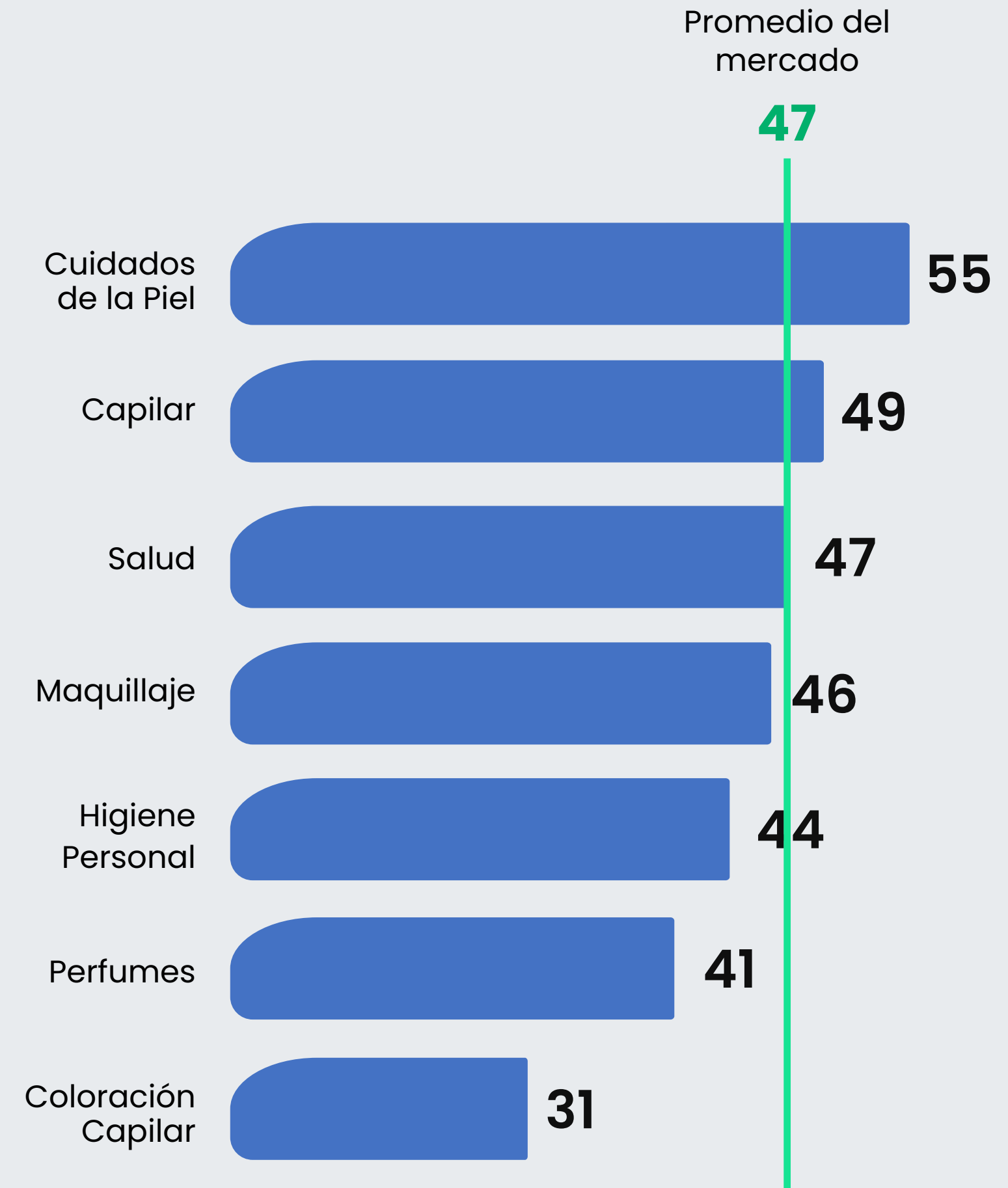
Resultado por categoría

Únicamente las categorías **Cuidado de la Piel** y **Capilar** tuvieron un puntaje EQI superior al promedio del mercado (47) y **Salud** tuvo exactamente el mismo puntaje que el promedio del mercado, 47.



El marketplace Amazon ocupó el **primer lugar en la categoría Cuidado de la Piel.**

1°



*Para el mercado mexicano no se analizó el segmento de Esmaltes.





Cuidado de la Piel

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

55

Promedio del mercado

47

Cuidado de la Piel es la categoría **mejor calificada en el EQI 2022.**



El puntaje EQI para la categoría Cuidado de la Piel **fue un 17 % superior a la nota promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Cuidado de la Piel

Resultado por criterio

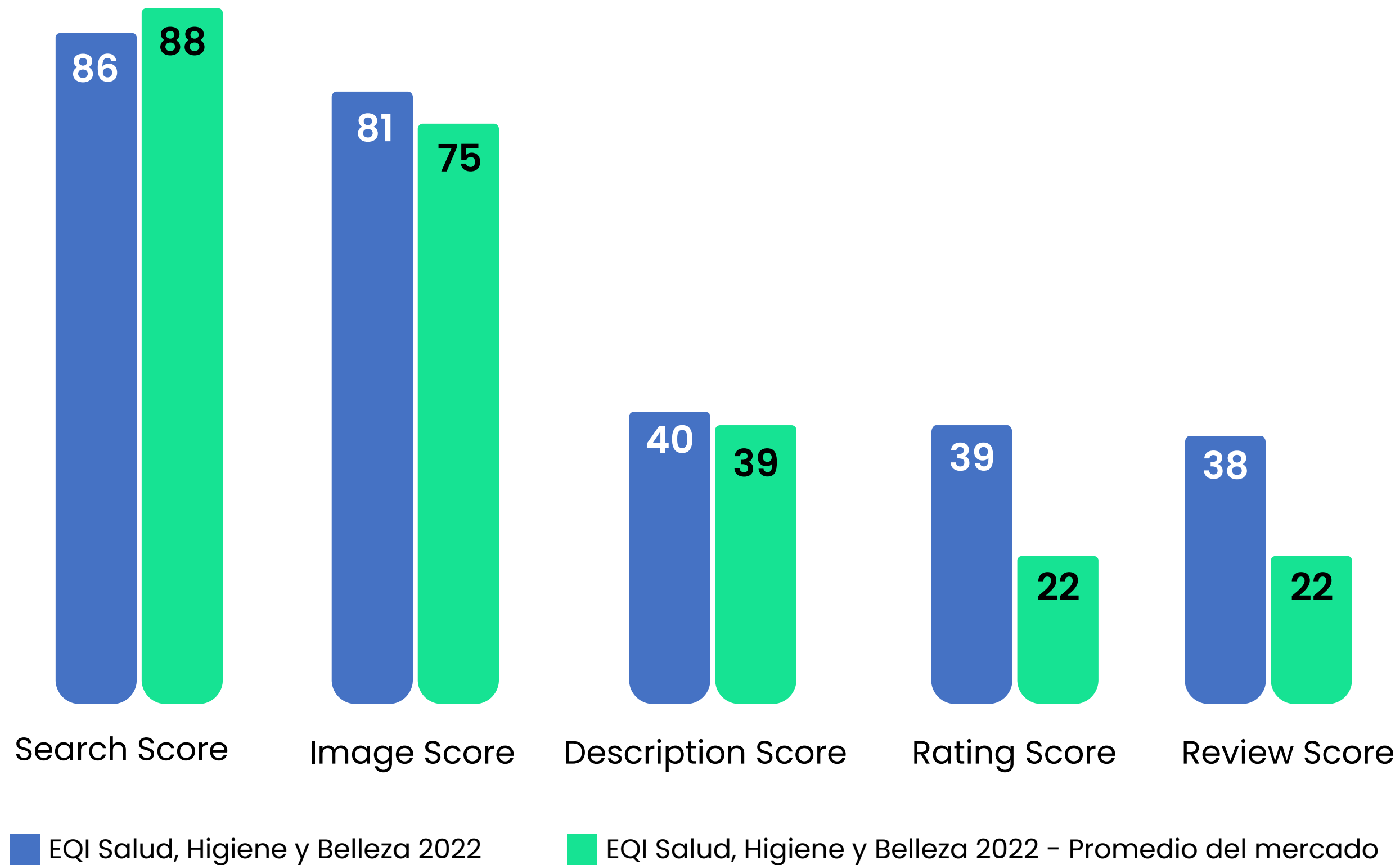


Image Score:
8% por encima del promedio del mercado



Rating Score:
77% por encima del promedio del mercado



Review Score:
68% por encima del promedio del mercado





Capilar

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

49

Promedio del mercado

47

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



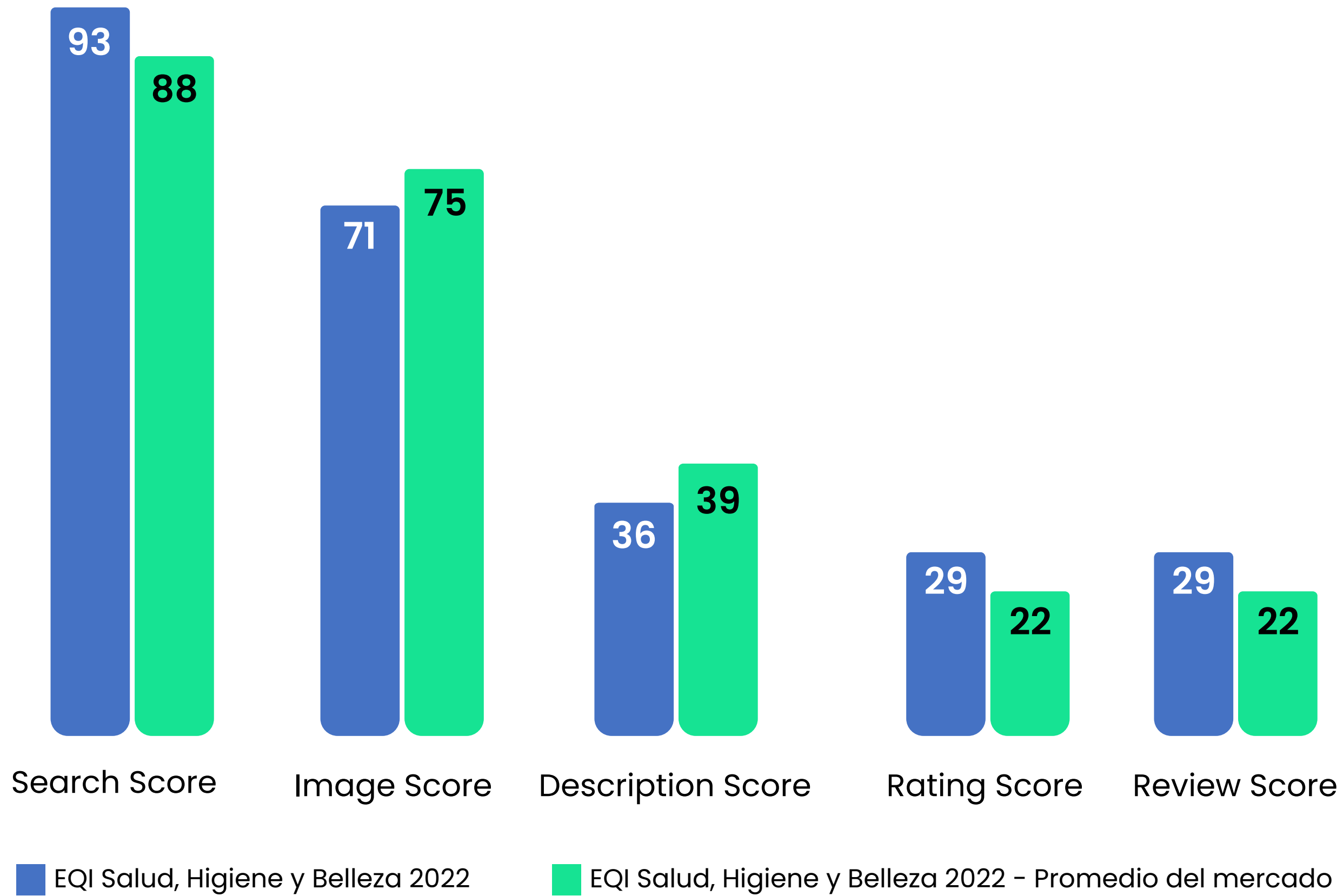
El puntaje EQI para la categoría Capilar **fue 4% superior a la nota promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Capilar

Resultado por criterio



Rating Score:
32% por encima del promedio del mercado



Review Score:
32% por encima del promedio del mercado



Description Score:
8% por debajo de la media del mercado





Salud

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

47

Promedio del mercado

47

La Salud es la tercera categoría
mejor calificada en el EQI 2022.



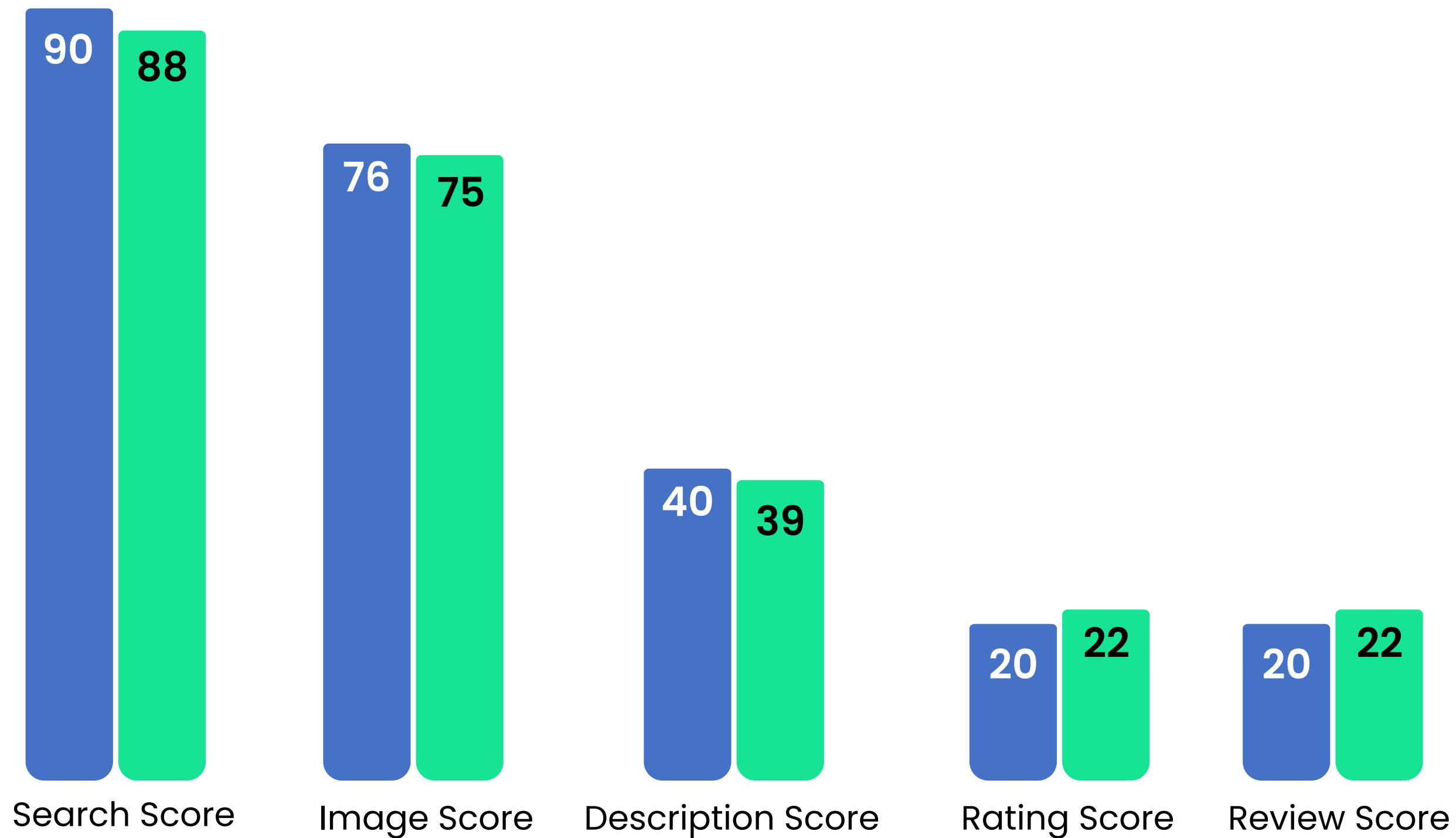
El puntaje EQI de la categoría Salud
fue igual a la nota promedio
del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Salud

Resultado por criterio



■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

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



Search Score:
2% por encima del promedio del mercado



Rating Score:
10% por debajo del promedio del mercado



Review Score:
10% por debajo del promedio del mercado





Maquillaje

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

46

Promedio del mercado

47

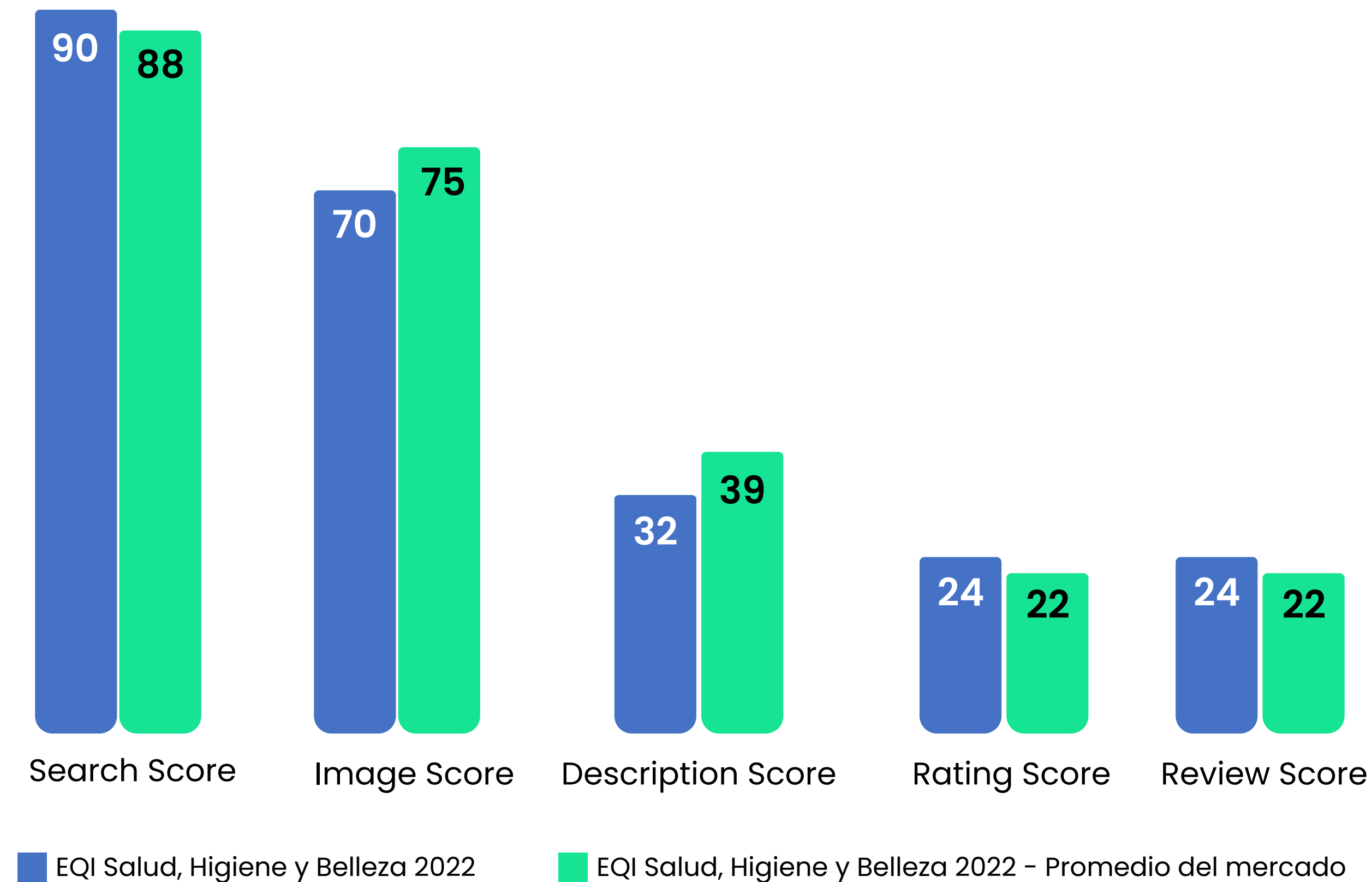
El puntaje EQI en la categoría de Maquillaje **estuvo 2% por debajo del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Maquillaje

Resultado por criterio



Rating Score:
9% por encima del promedio del mercado



Review Score:
9% por encima del promedio del mercado



Description Score:
18% por debajo del promedio del mercado.





Higiene Personal

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

44

Promedio del mercado

47

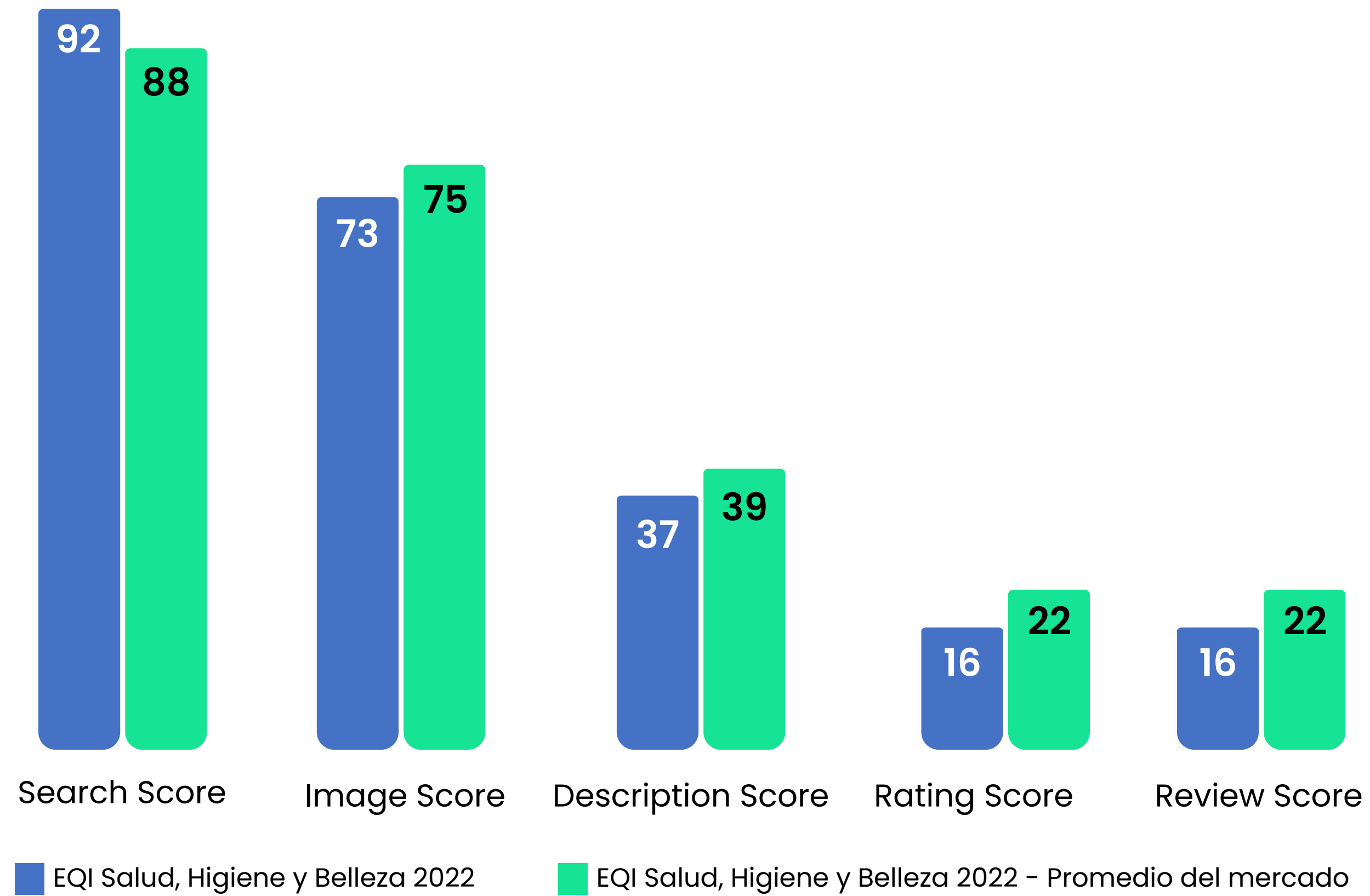
El puntaje EQI para la categoría de Higiene Personal **estuvo 6% por debajo de la nota promedio** para el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Higiene Personal

Resultado por criterio



Search Score:
4% por encima del promedio del mercado



Rating Score:
27% por debajo del promedio del mercado



Review Score:
27% por debajo del promedio del mercado





Perfumes

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

41

Promedio del mercado

47

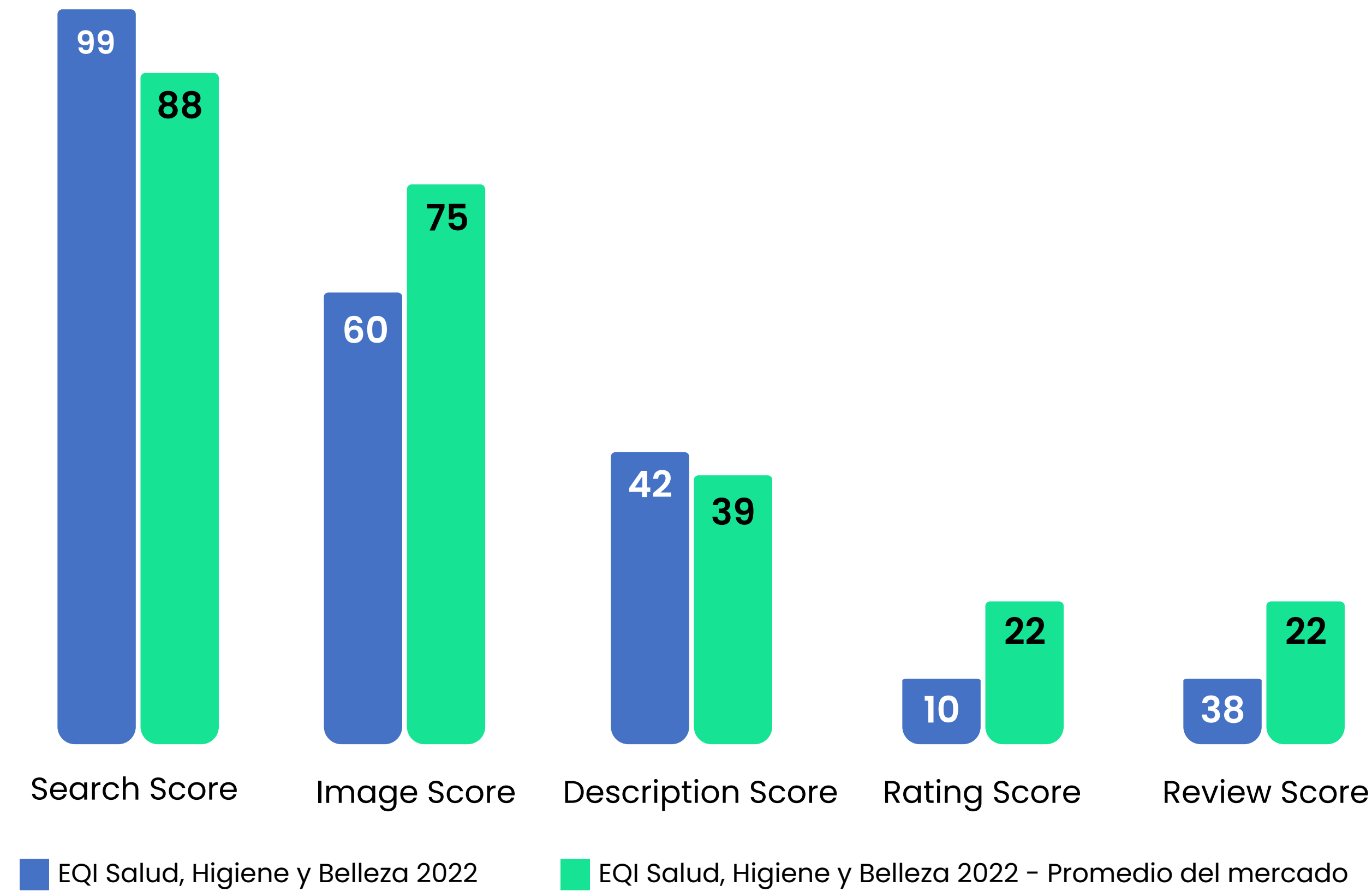
El puntaje EQI en la categoría de Perfumes **estuvo 13% por debajo de la nota promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Perfumes

Resultado por criterio



Search Score:
12% por encima del promedio del mercado



Image Score:
25% por debajo de la media del mercado



Rating Score:
54% por debajo del promedio del mercado



Review Score:
54% por debajo del promedio del mercado





Coloración Capilar

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

31

Promedio del mercado

47

Coloración Capilar es la categoría **con la calificación más baja en el EQI 2022.**

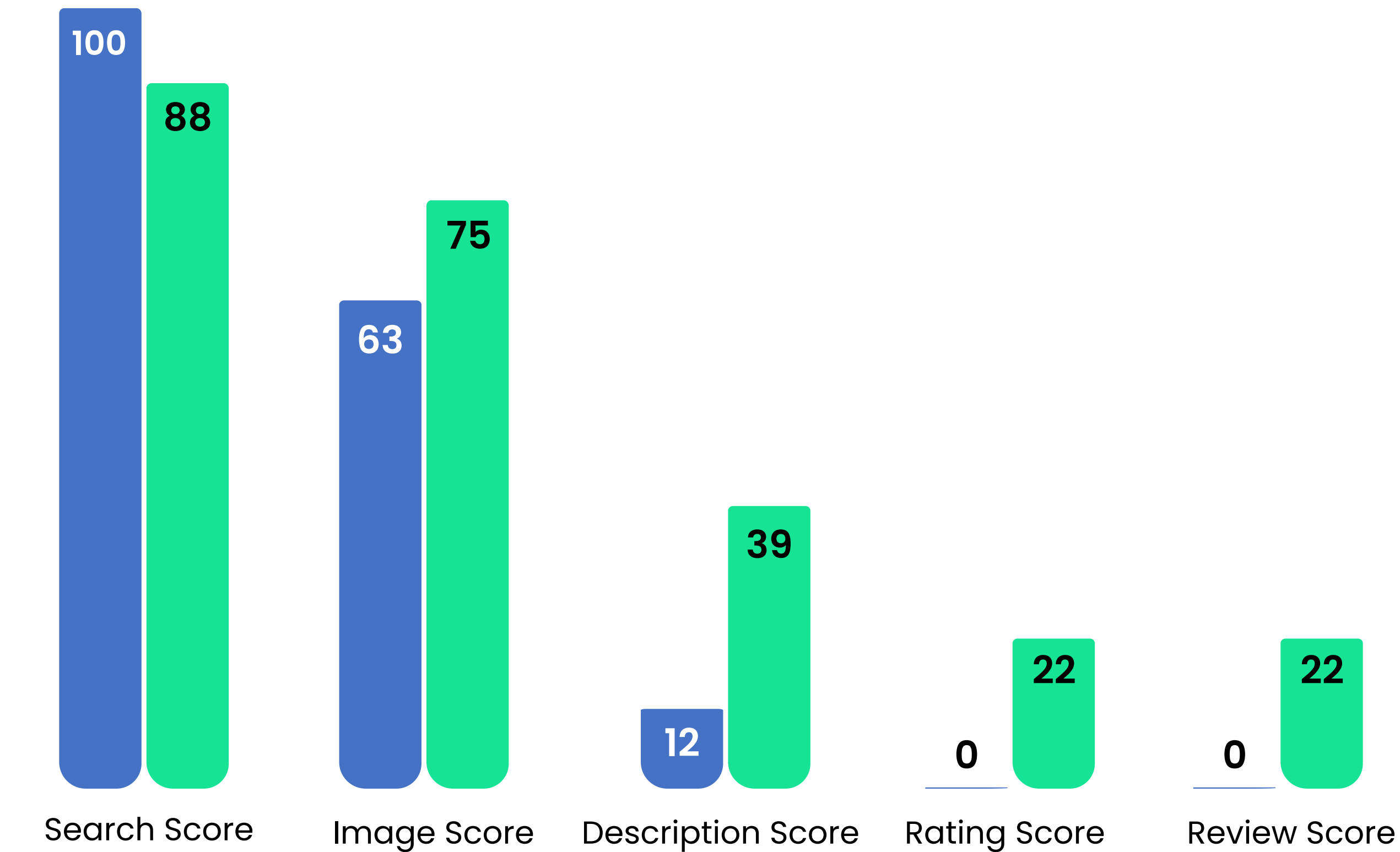
El puntaje EQI en la categoría Coloración Capilar **estuvo 34% por debajo de la nota promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Coloración Capilar

Resultado por criterio



■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

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



Search Score:
14% por encima del promedio del mercado, llegando a la nota 100



Image Score:
16% por debajo de la media del mercado



Description Score:
69% por debajo del promedio del mercado



Rating Score:
100% por debajo del promedio del mercado



Review Score:
100% por debajo del promedio del mercado



Ranking TOP 6 sitios
web **EQI Salud,**
Higiene y Belleza





RANKING
TOP 06
SITIOS WEBS EQI

	SITIO WEB	NOTA EQI
1º	Amazon	63
2º	Chedraui	40
3º	Bodega Aurrera	38
4º	Soriana Super	34
5º	Mercado Libre	32
6º	Heb	30





RANKING
TOP 3
SITIOS WEB EQI
POR CANAL DE
VENTAS



Brick & Clicks



**En el canal de venta Brick & Clicks, Bodega Aurrera fue el único retailer evaluado.*





Marketplace





**RANKING
TOP 14
MARCAS EQI**

☆	MARCA	NOTA EQI
1°	Gillette	72
2°	Herbal Essences	55
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



Principales insights



Escenario económico del segmento: Durante el Hot Sale 2022, la categoría Belleza y Cuidado Personal fue la tercera con más compras online (Fuente: Reporte de Resultados Hot Sale 2022 - AMVO)



Mejores experiencias de consumo: en comparación con el puntaje [EQI Latam 2021](#) de México, tenemos un aumento significativo del 20%.



Mejores 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 2022, lo que indica que los sitios deben seguir invirtiendo en estos atributos.



Mejores categorías: Cuidado con la Piel y Capilar obtuvieron una puntuación EQI superior al promedio del mercado (47) y Salud obtuvo exactamente la misma puntuación del mercado.



Peores categorías: Maquillaje, Higiene Personal, Perfumes y Coloración Capilar fueron las categorías con peor puntuación en el EQI 2022, quedando por debajo del promedio de 47 puntos.



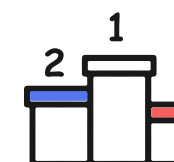
Mejor canal de venta: Marketplace es el canal de venta con mejor puntuación en el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022, situándose por encima de la media del segmento.



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



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



TOP 3 marcas globales: Gillette, Herbal Essences 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

Bodega Aurrerá

Marketplace

Amazon

Mercado Livre

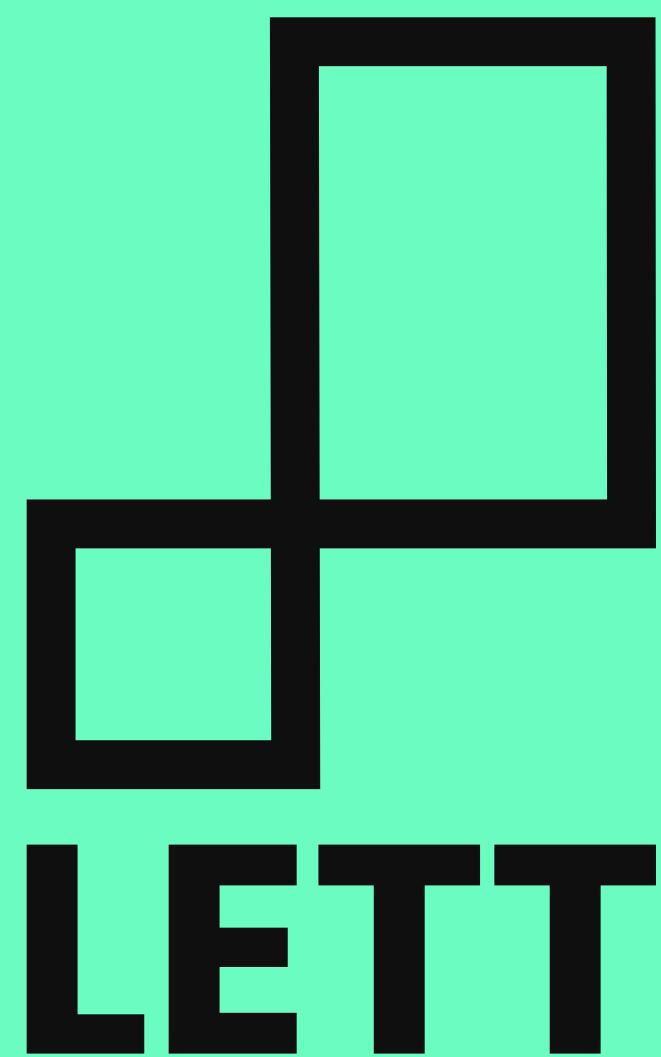
Outros

Chadraui

Heb

Soriana Super





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

