

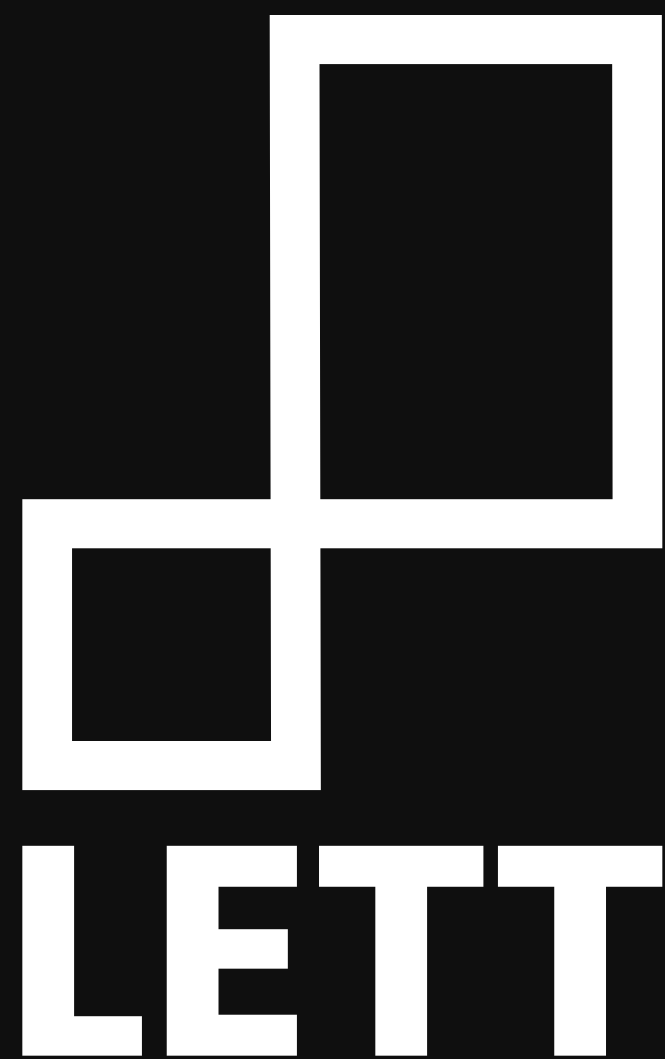


E-COMMERCE
QUALITY
INDEX

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.

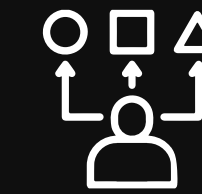
Obtén más información en:

lett.digital

dcx.lett.digital

neogrid.com/br

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



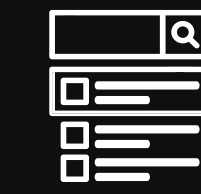
Surtido



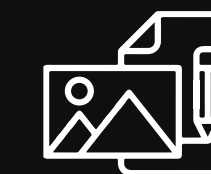
Evaluaciones y comentarios



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 >

EQI México	77 >
Comportamiento del consumidor	81 >
Nota del EQI de Salud, Higiene y Belleza	87 >
Resultado por criterio	98 >
Resultado por canal de venta	112 >
Ranking	114 >
Principales insights	119 >
EQI Colombia	120 >
Comportamiento del consumidor	121 >
Nota del EQI de Salud, Higiene y Belleza	124 >
Resultado por criterio	128 >
Resultado por canal de venta	138 >
Ranking	157 >
Principales insights	162 >



¿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.

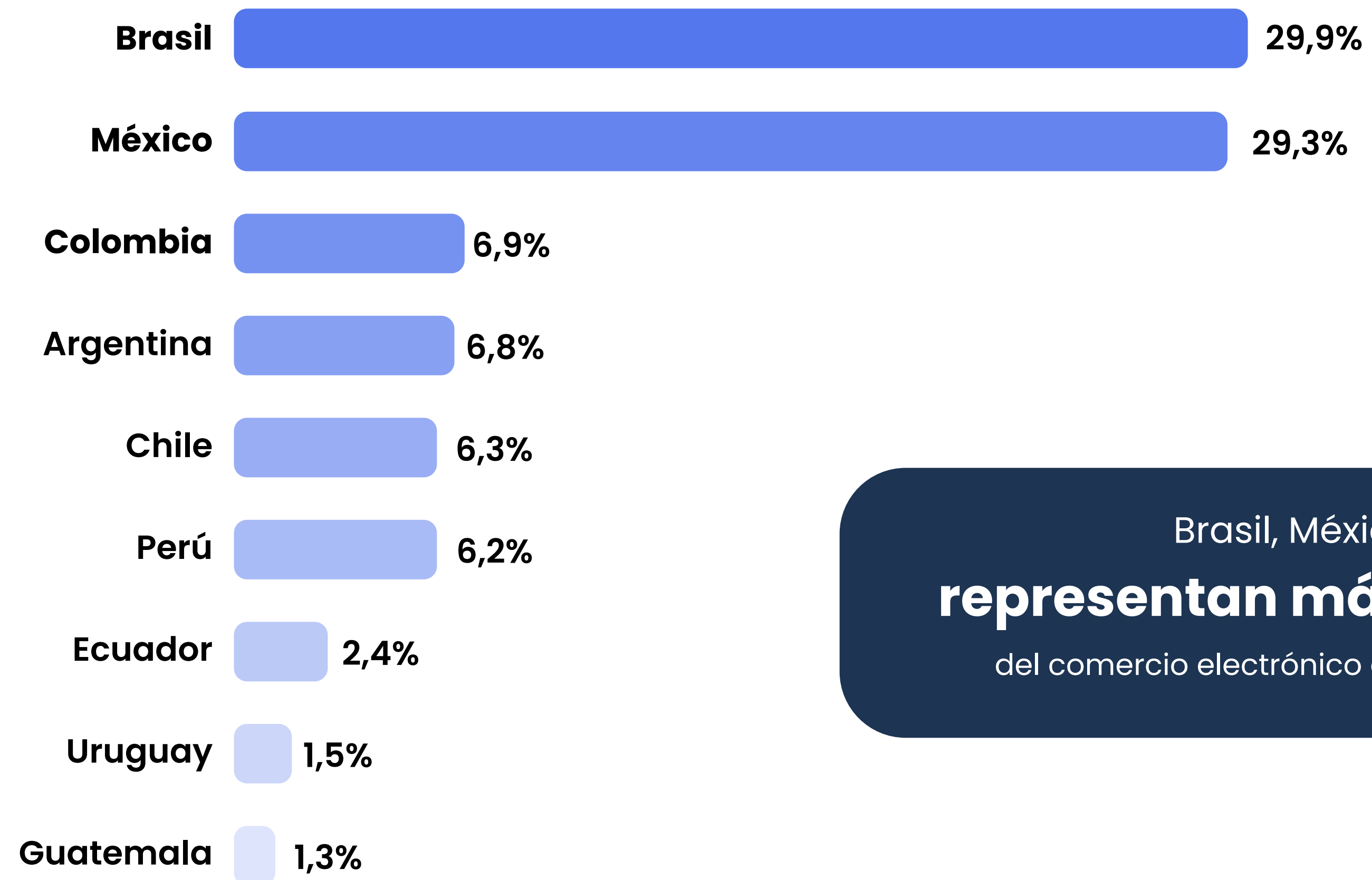
La tercera edición del estudio EQI Salud, Higiene y Belleza presenta el desempeño de las principales marcas y retailers del segmento en relación a la experiencia de compra cuando se trata de contenidos digitales.



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.

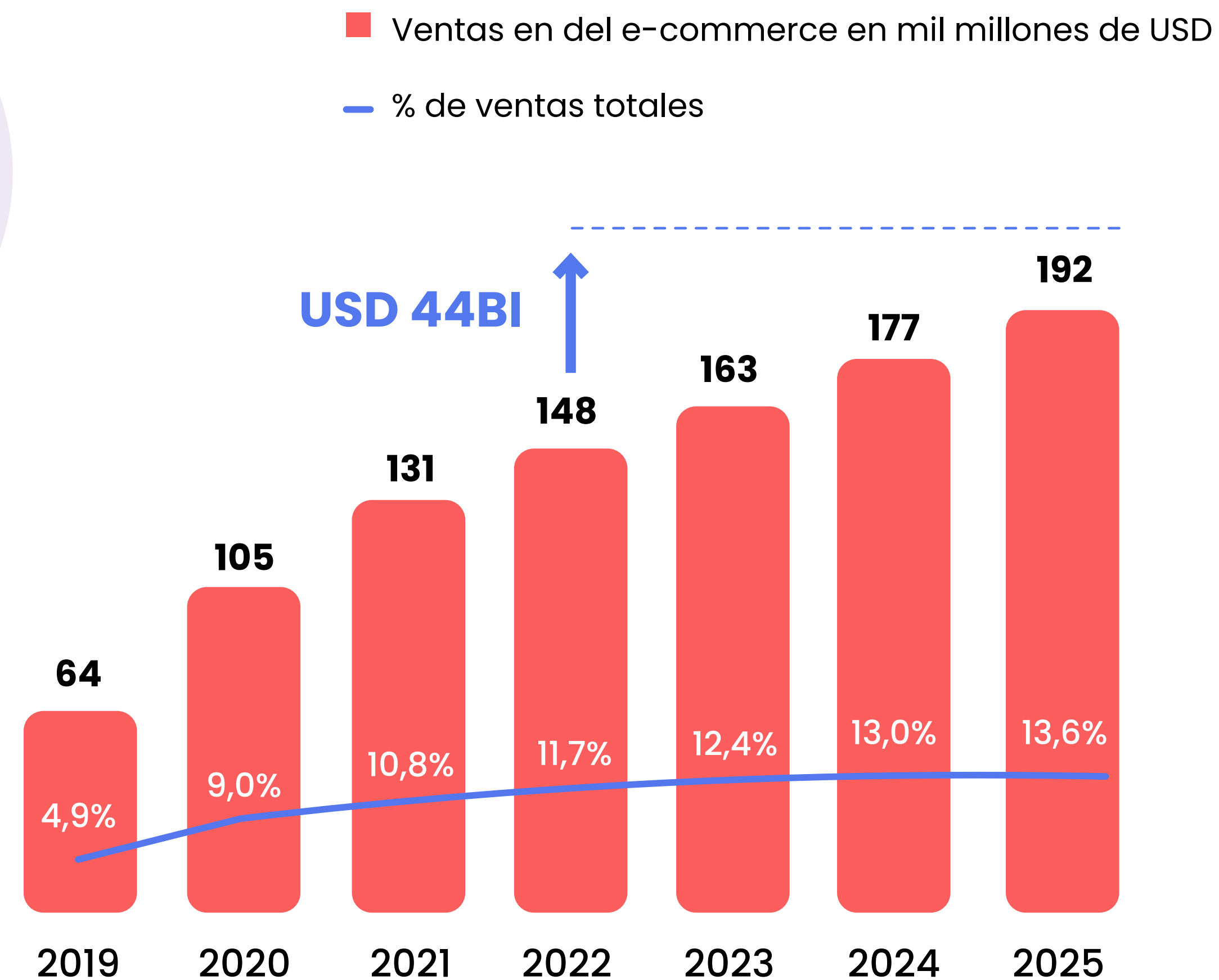


Fuente: Statista



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)

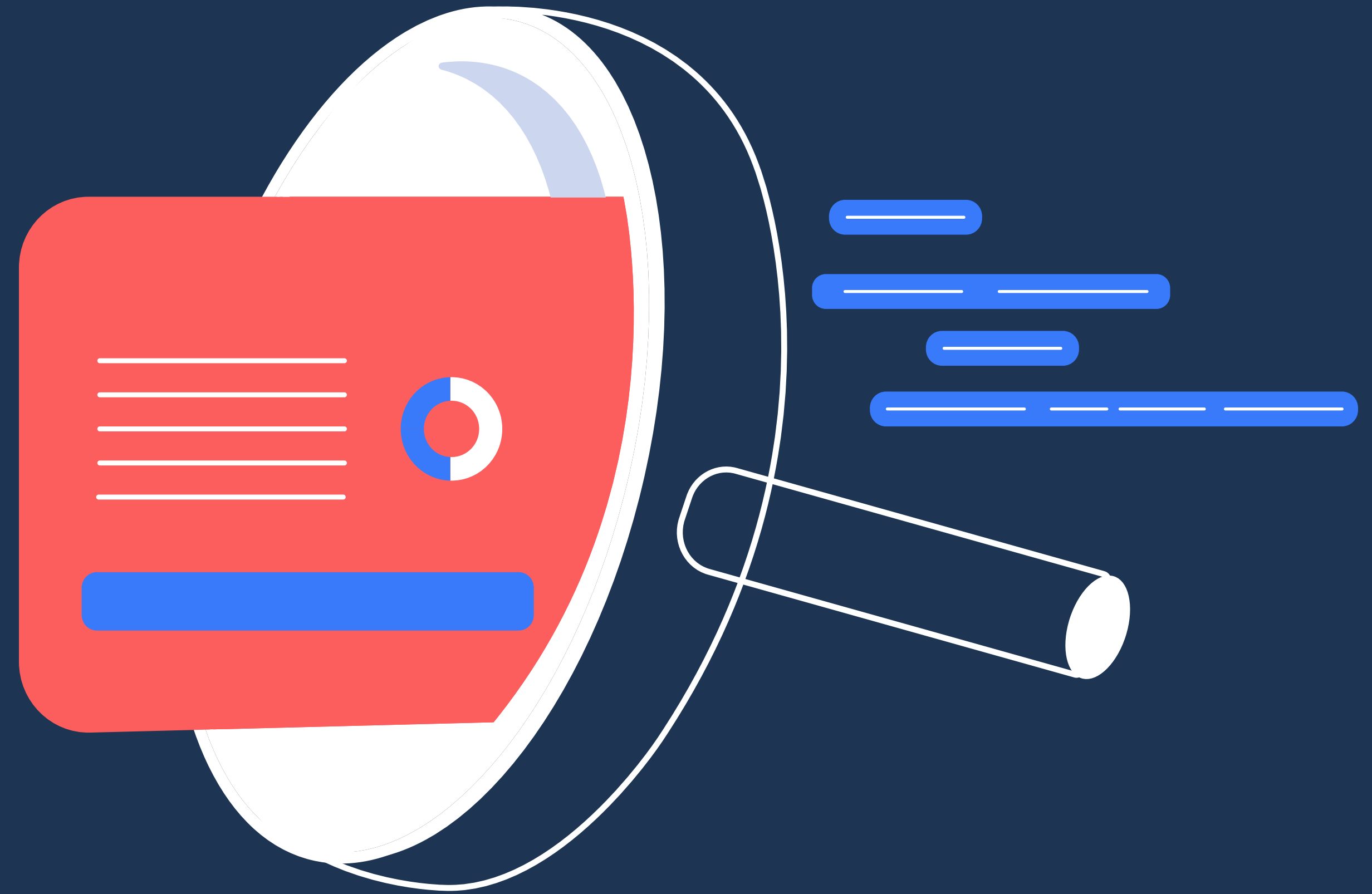


4,6 millones de colombianos realizan compras por internet, y se proyecta que a finales de 2022 las ventas **online crezcan 19% respecto al año anterior.**

(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:



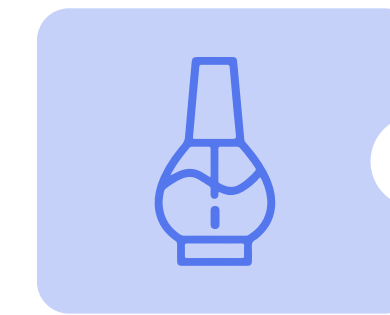
Capilar



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

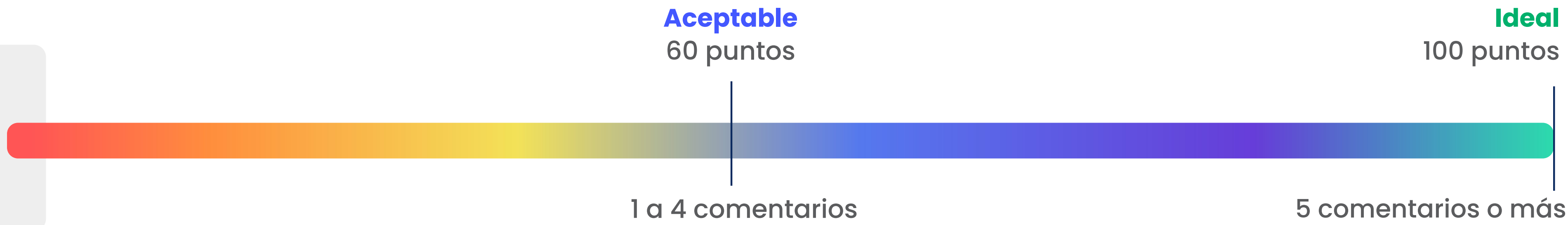
Número de comentarios sobre el producto en la página.




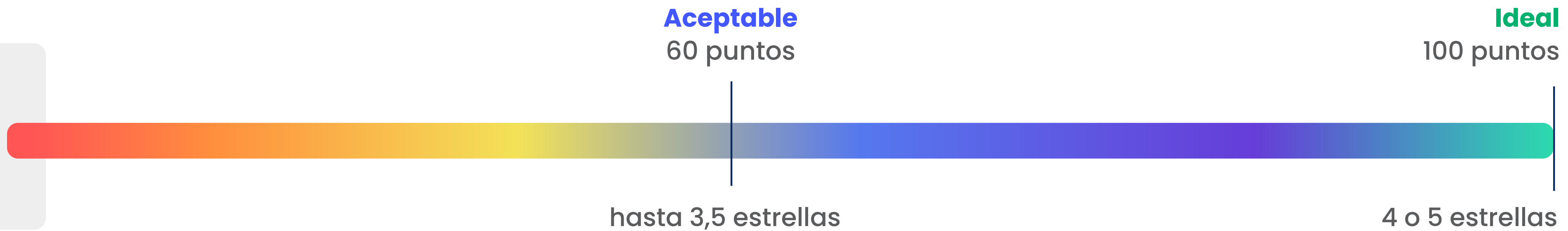
Para cada uno de estos criterios, la recomendación es:





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

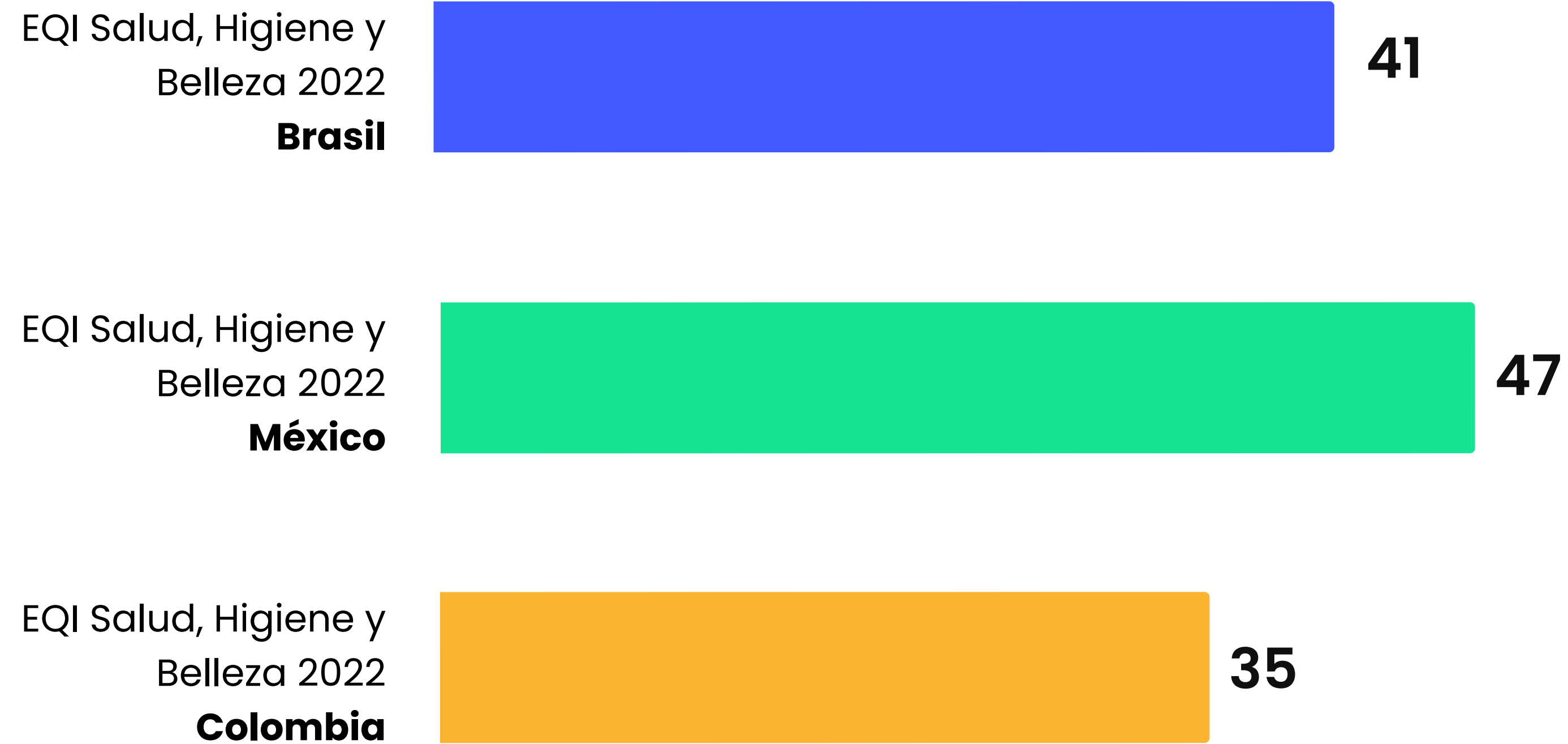
5. Search Score



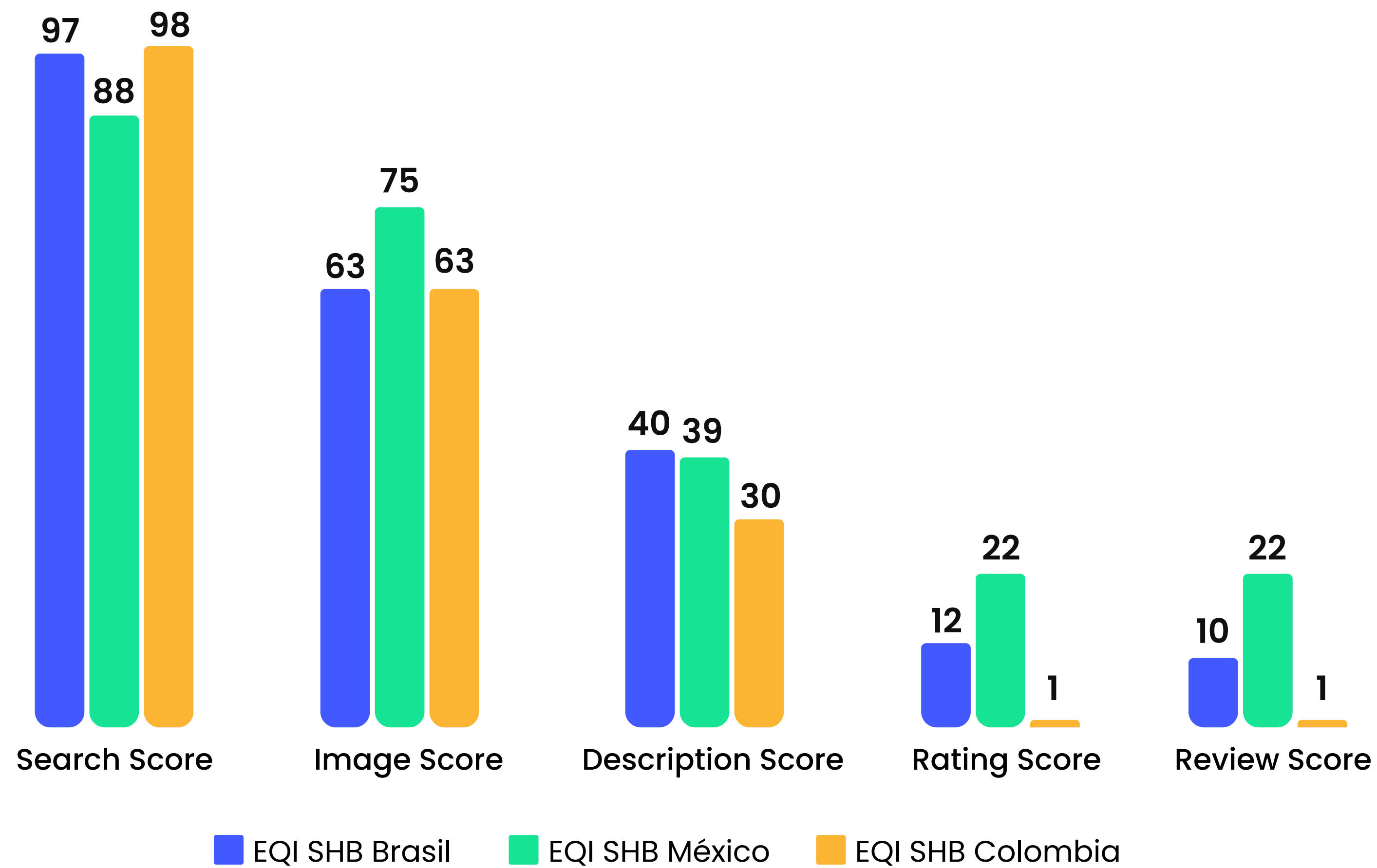
Comparativo EQI Brasil, México y Colombia



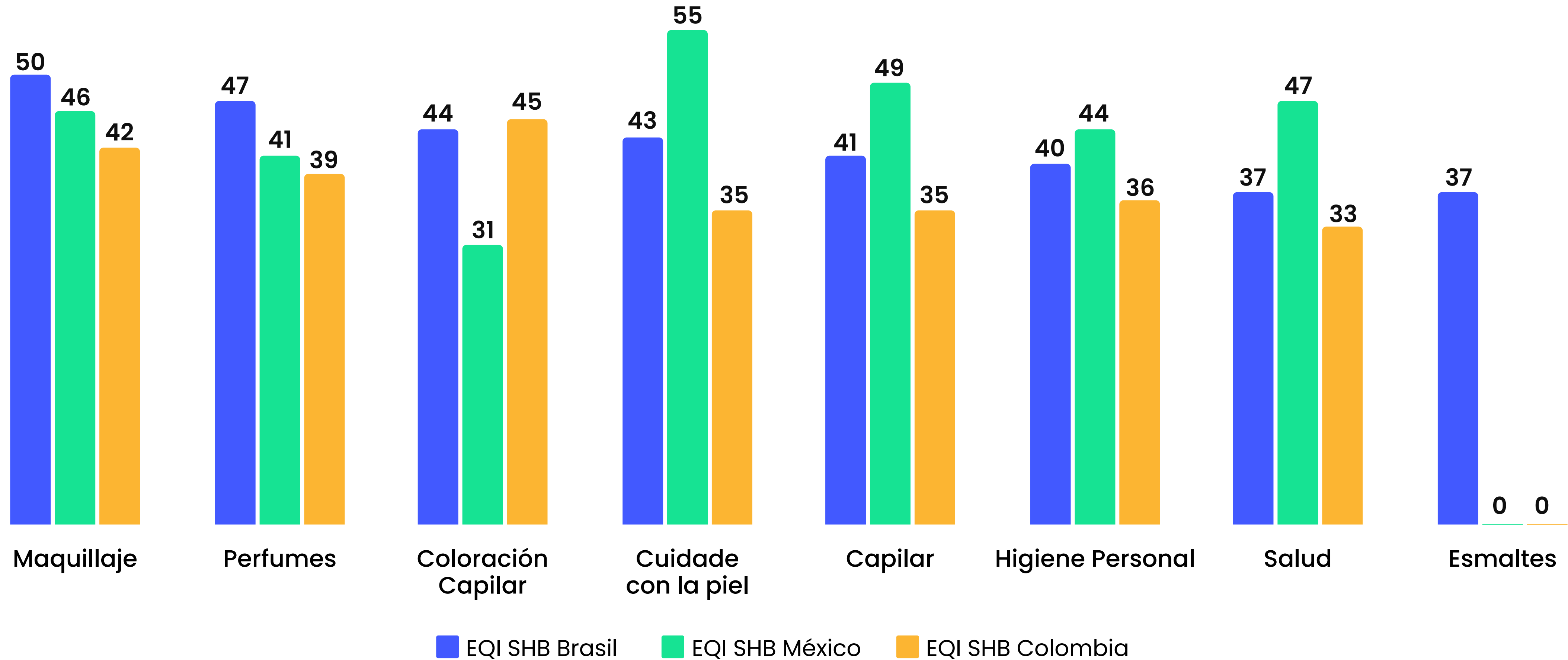
Nota do EQI **Brasil vs México vs Colombia**



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
Brasil

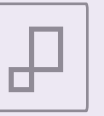


Comportamiento del consumidor brasileño

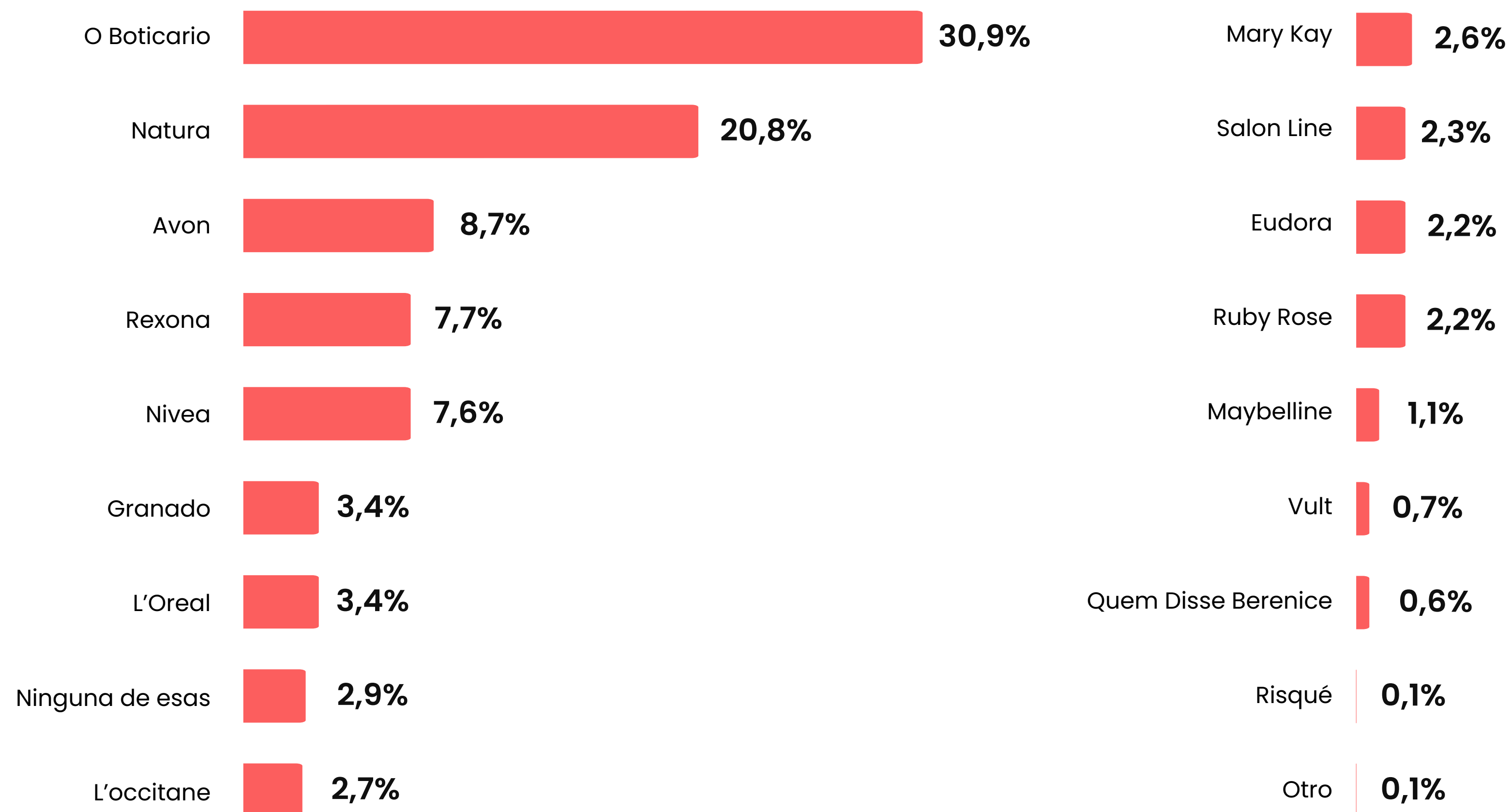
Para comprender mejor el comportamiento de los brasileños en el segmento de Salud, Higiene y Belleza en el e-commerce, Lett realizó una encuesta en asociación con Opinion Box.

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!



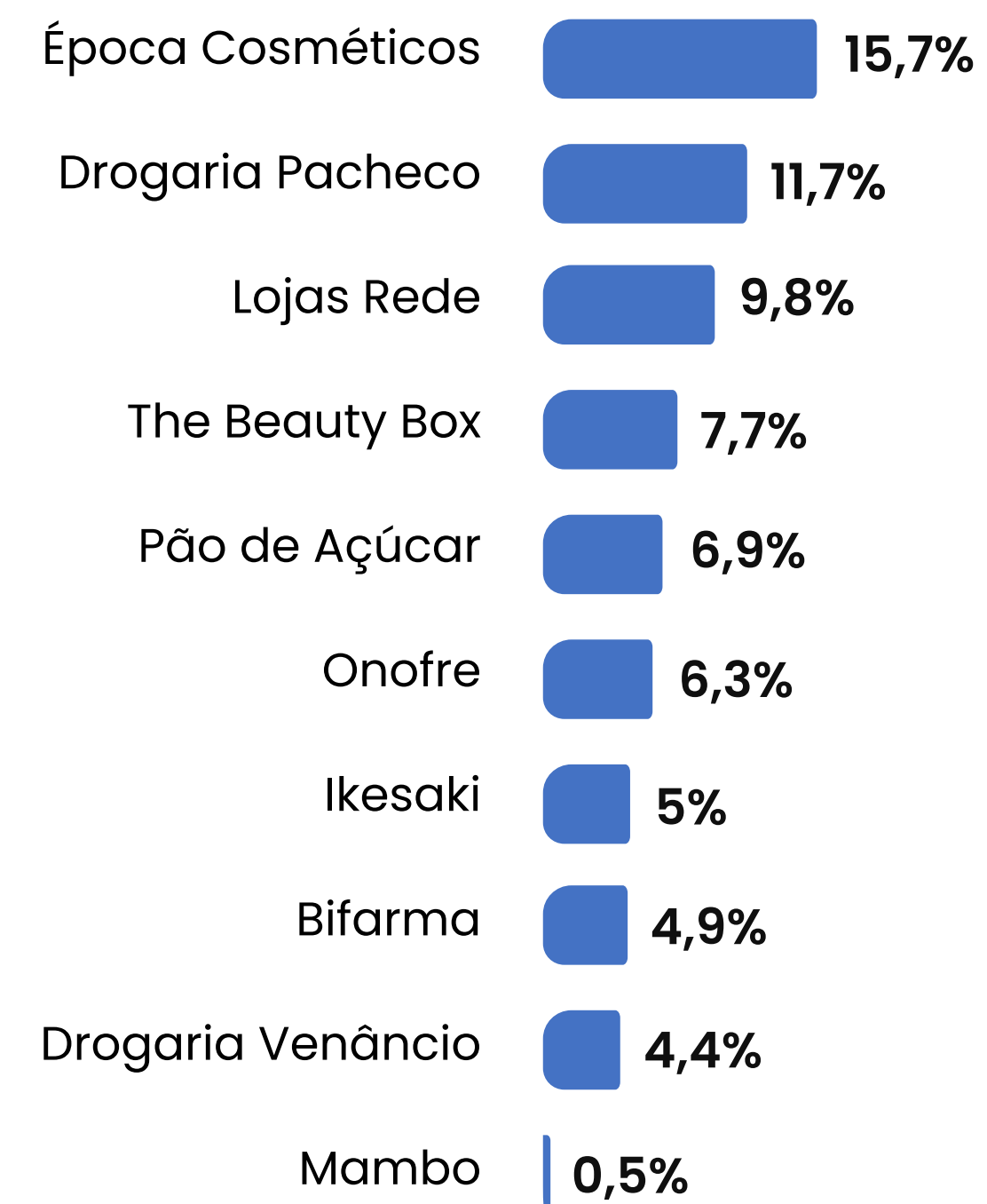
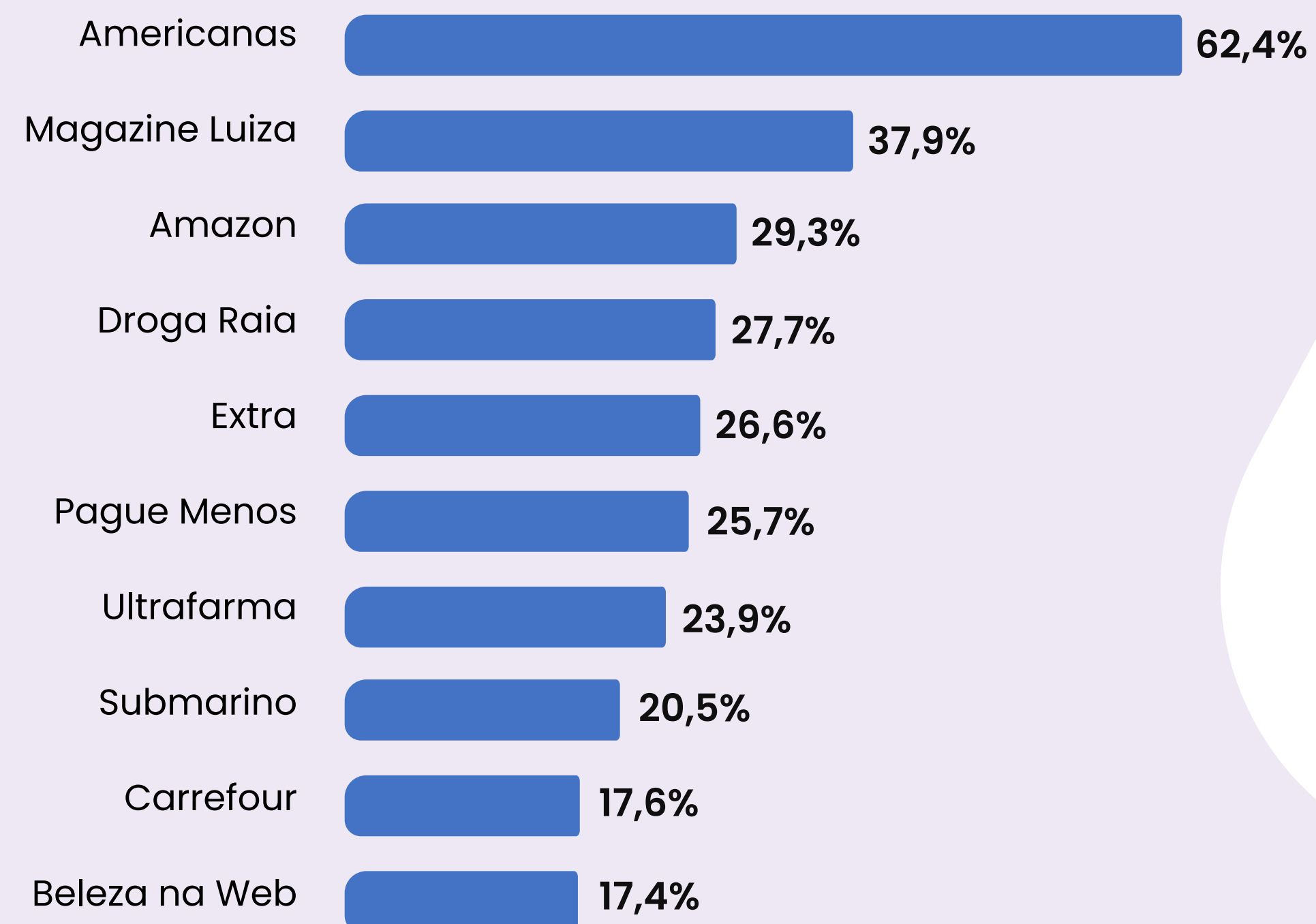
¿De las marcas abajo, cuál es tu preferida para comprar productos de Salud, Higiene y Belleza?



Fuente: Lett y Opinion Box



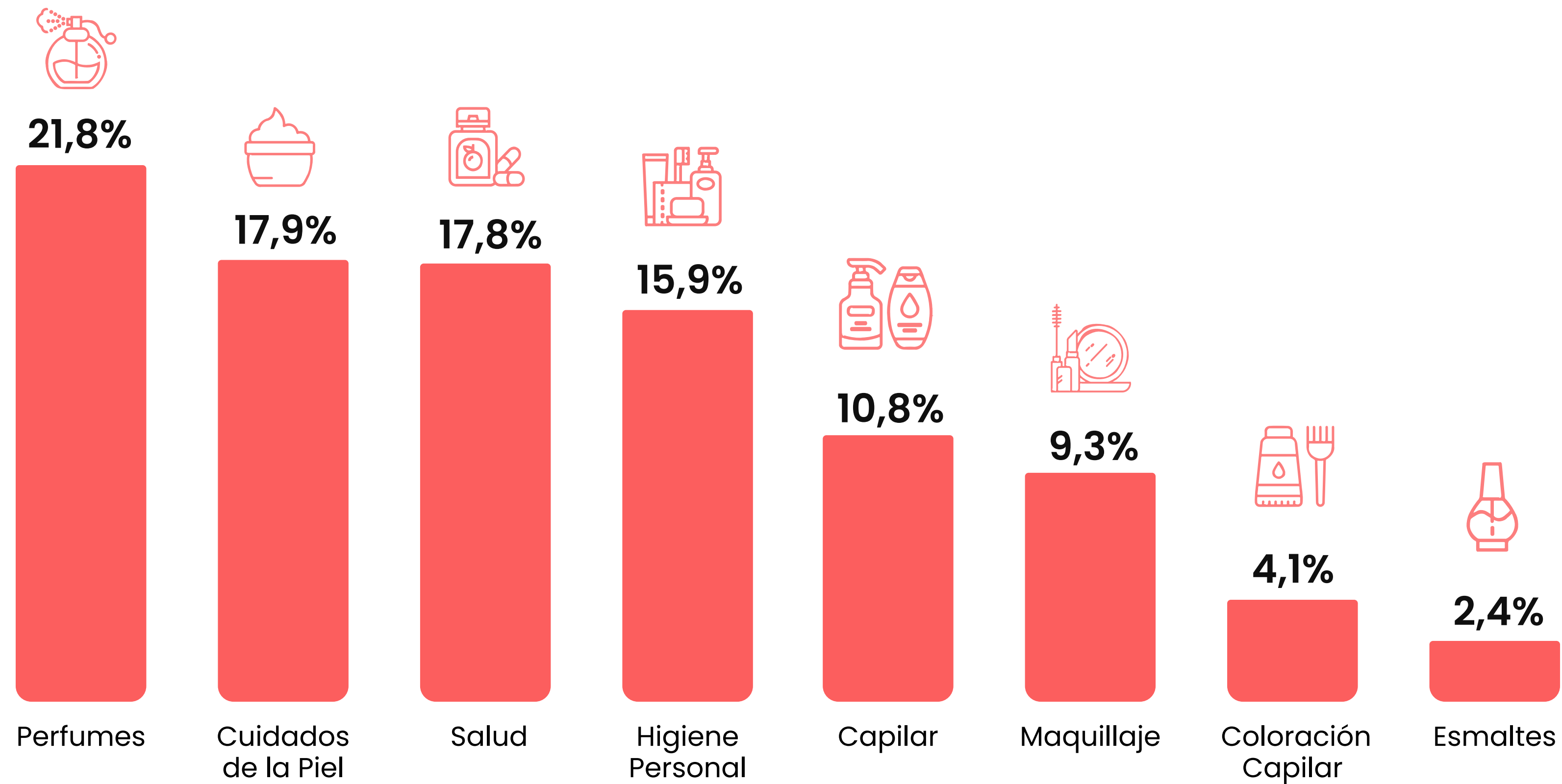
¿En qué tiendas online ya compraste productos de Salud, Higiene y Belleza ?



Fuente: Lett y Opinion Box



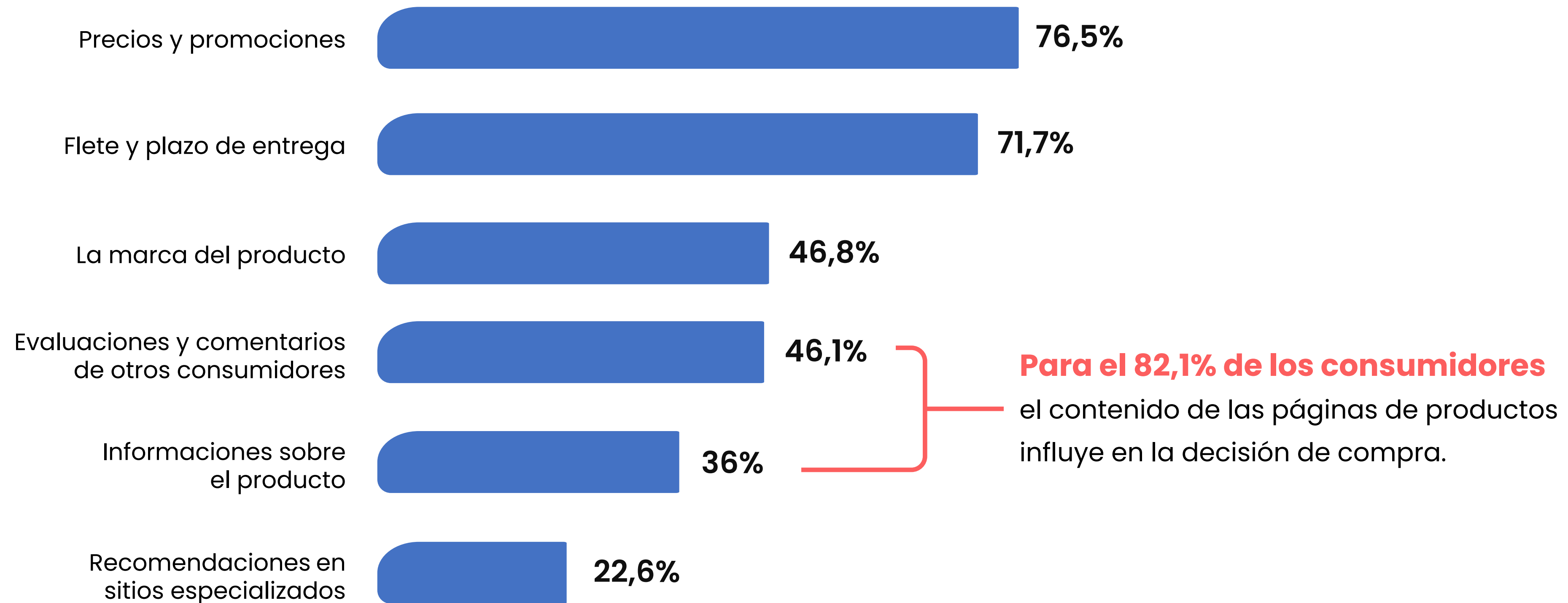
¿Cuál es la categoría de productos de Salud, Higiene y Belleza que más compras en internet?



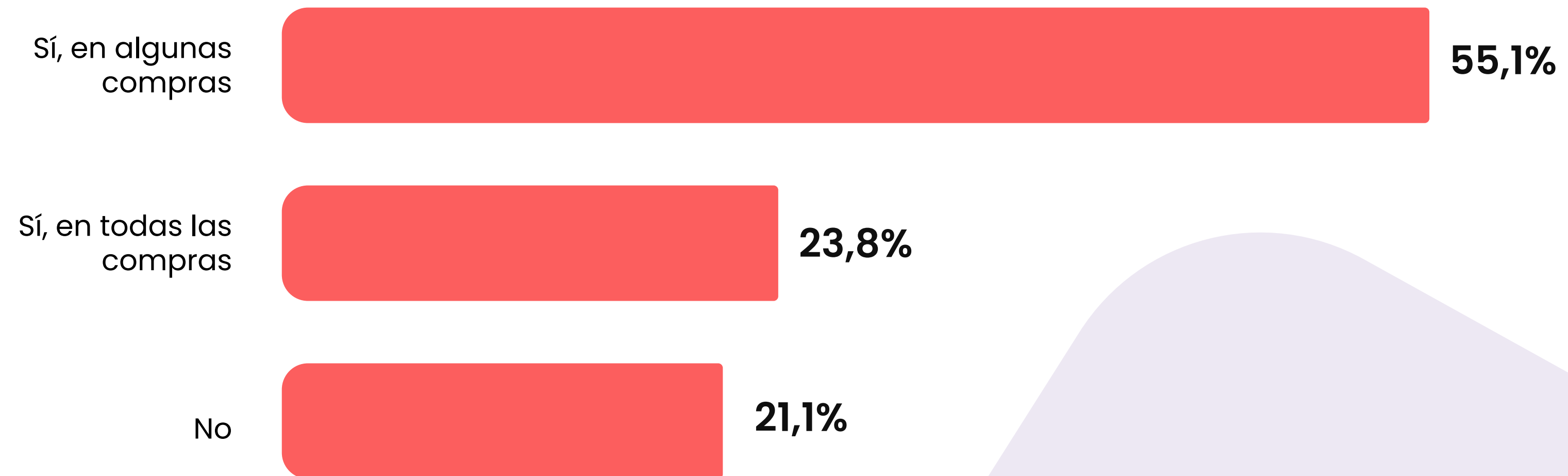
Fuente: Lett y Opinion Box



¿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

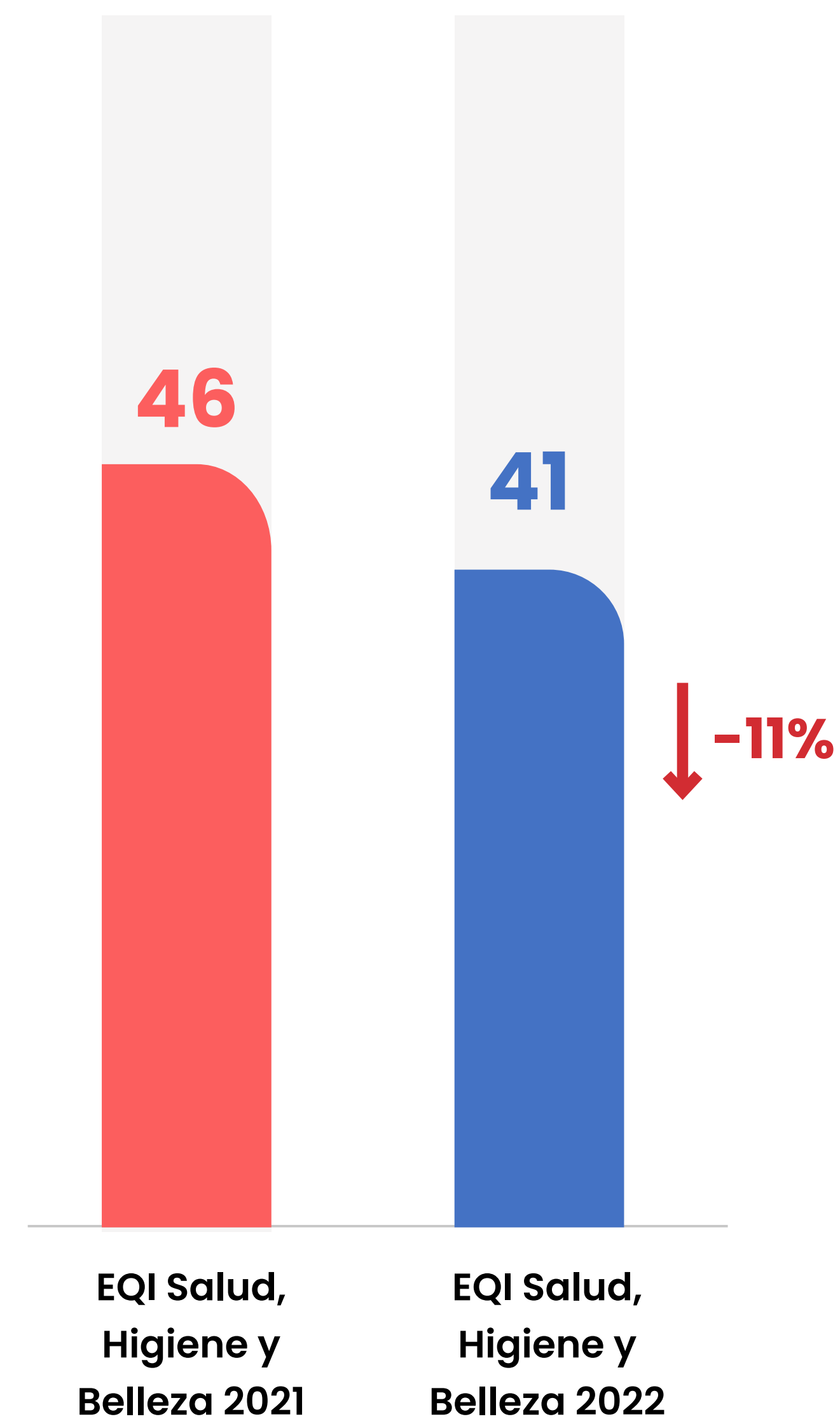
La nota del EQI Salud, Higiene y Belleza 2022
es 41 en una escala del 0 al 100.

*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.

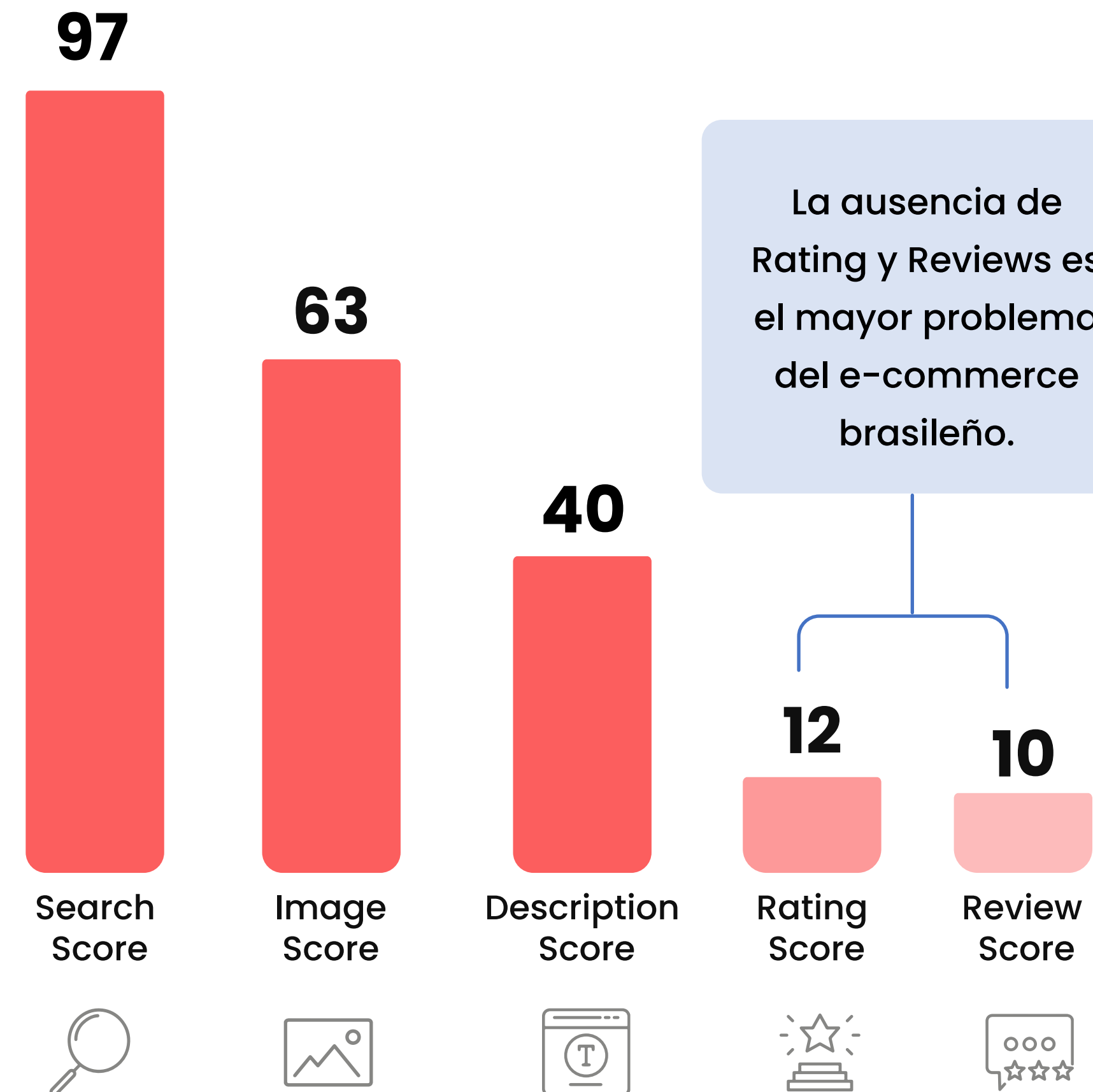


Resultado por criterio

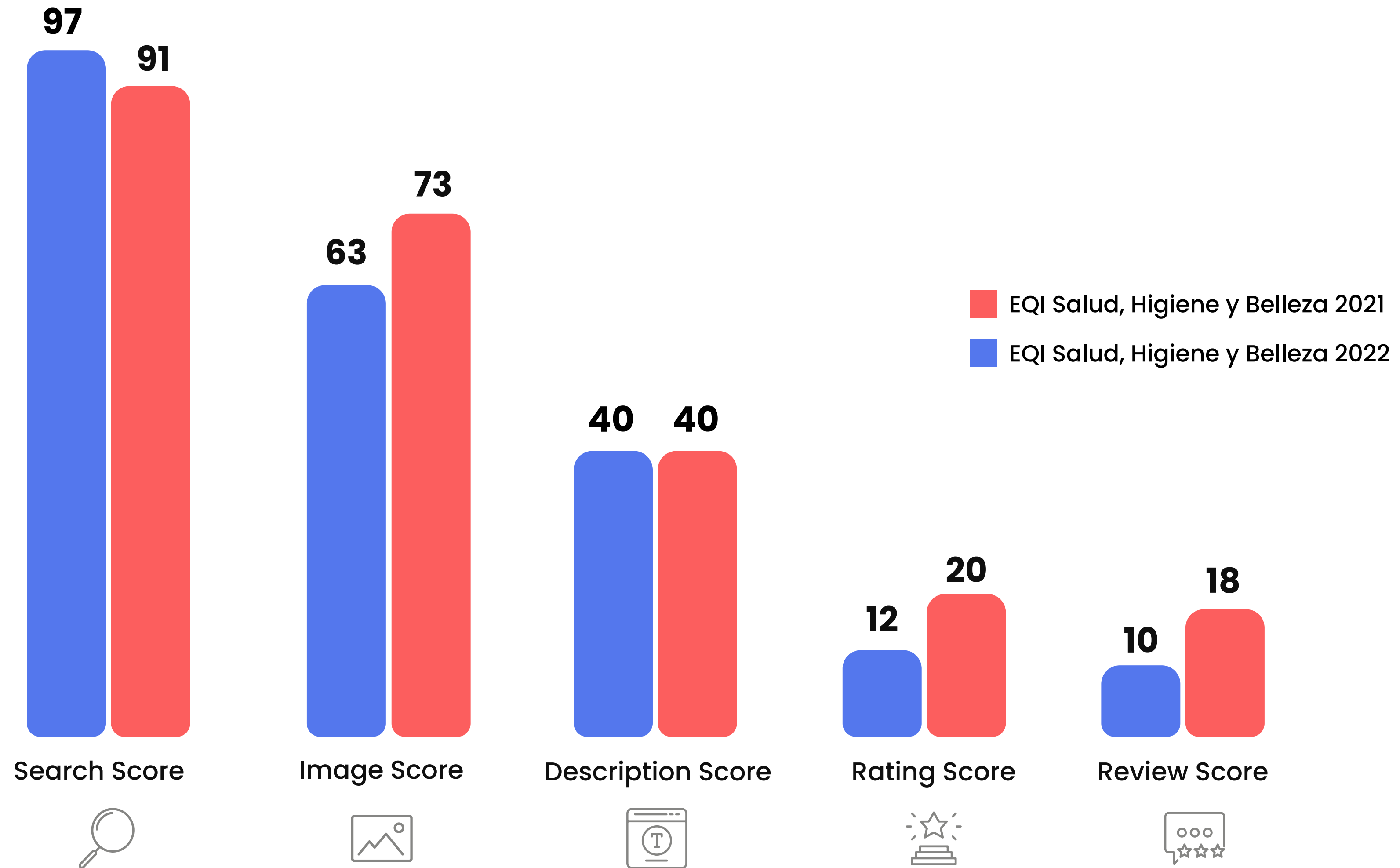
Para entender por qué el EQI de Salud, Higiene y Belleza obtuvo una puntuación de 41, es importante analizar los criterios que componen el estudio. Cada criterio se calcula sobre una puntuación de 0 a 100.

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.**

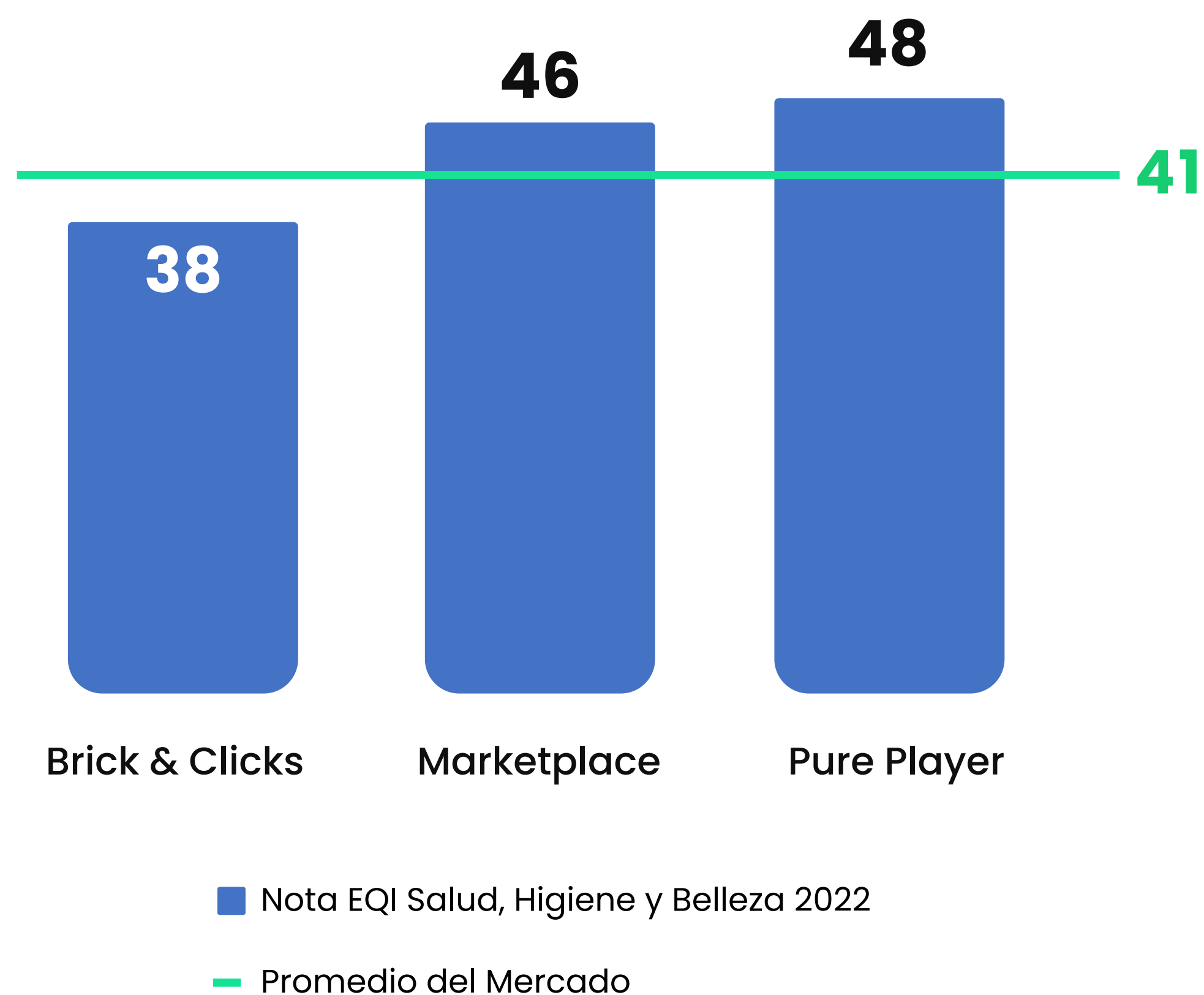
↓ -44%

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**

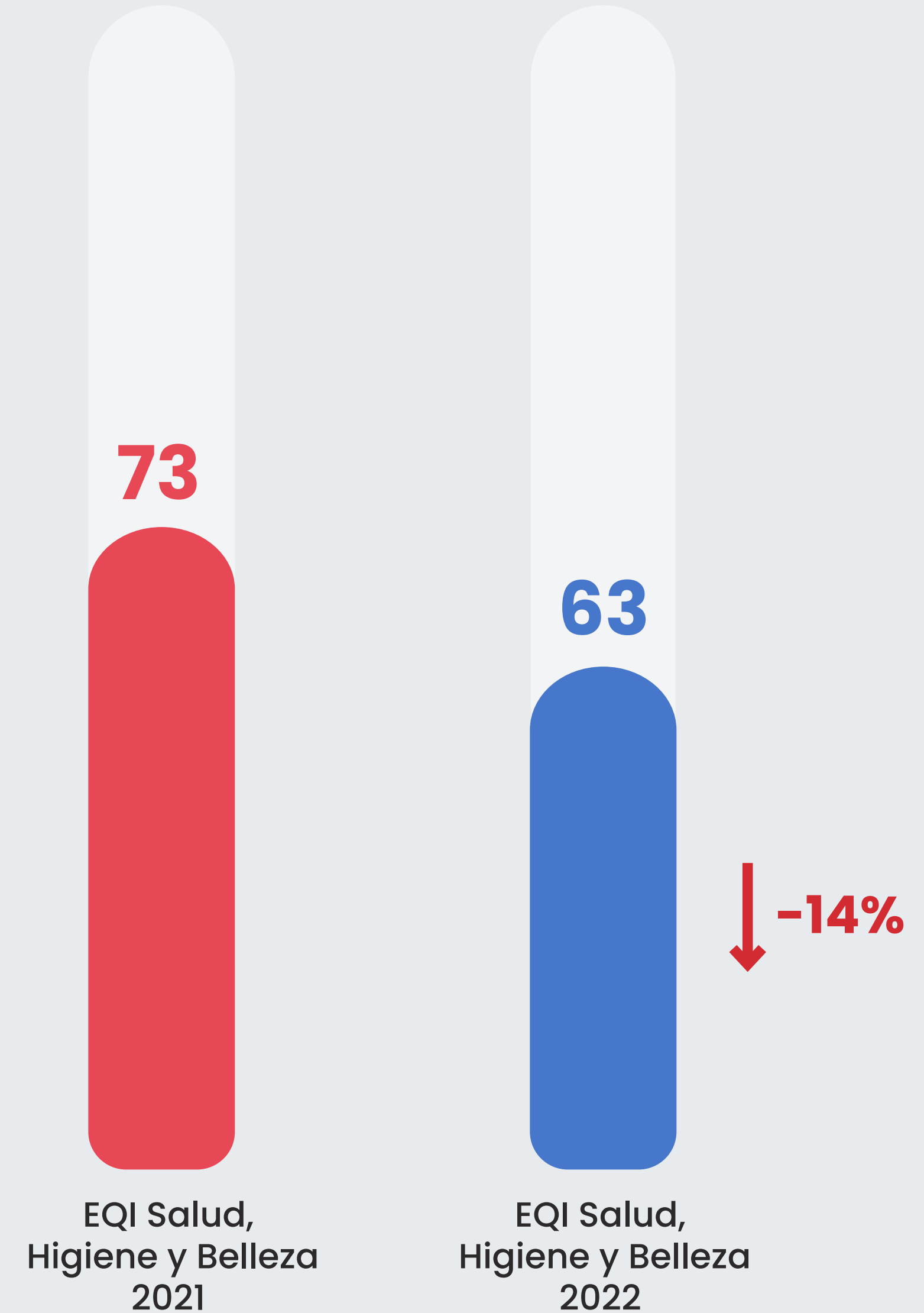




Image Score

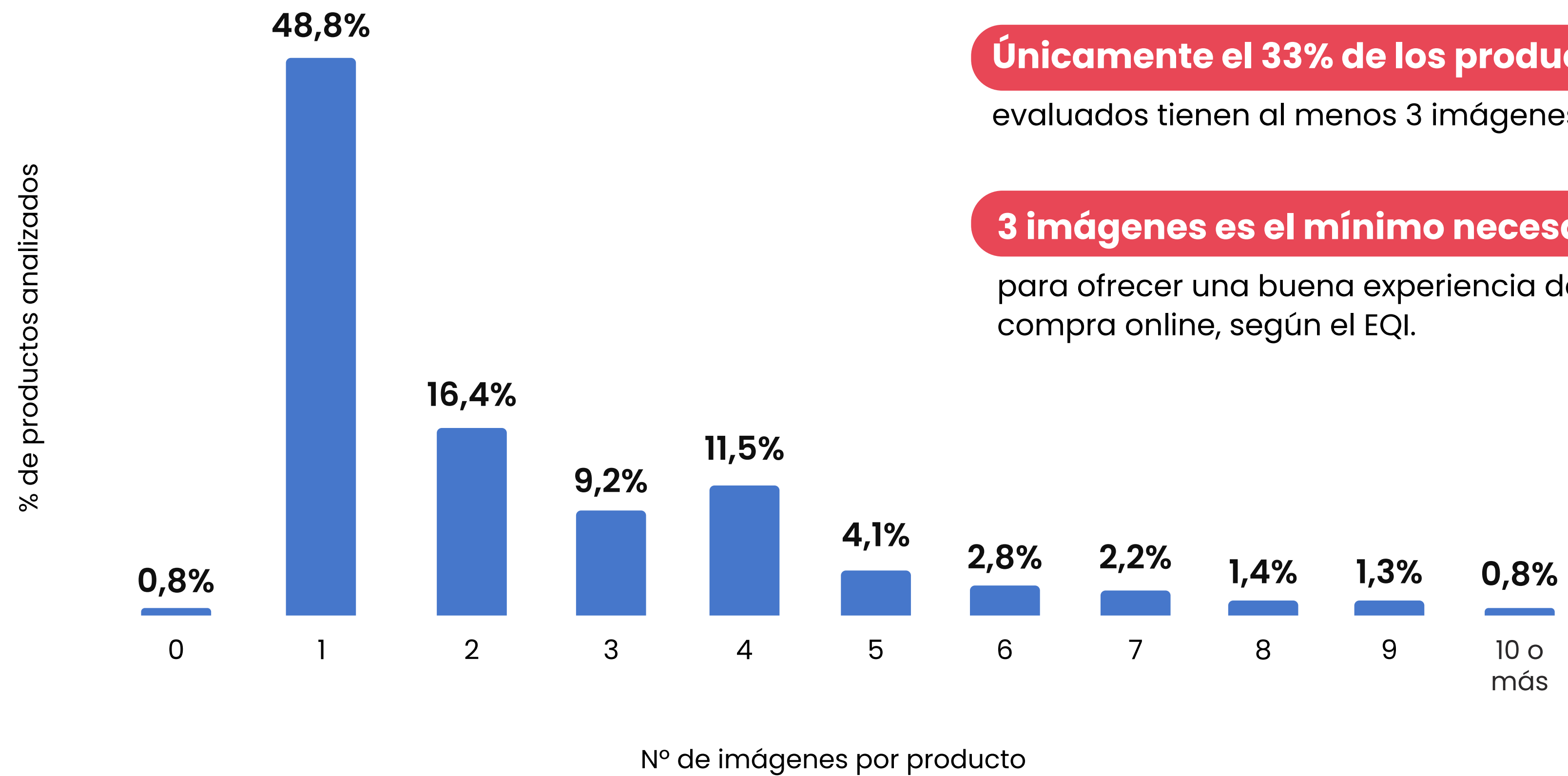
El Image Score se calcula según el número de imágenes en la página del producto. De esa forma, la puntuación es 100 cuando el producto tiene 3 imágenes o más.

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.

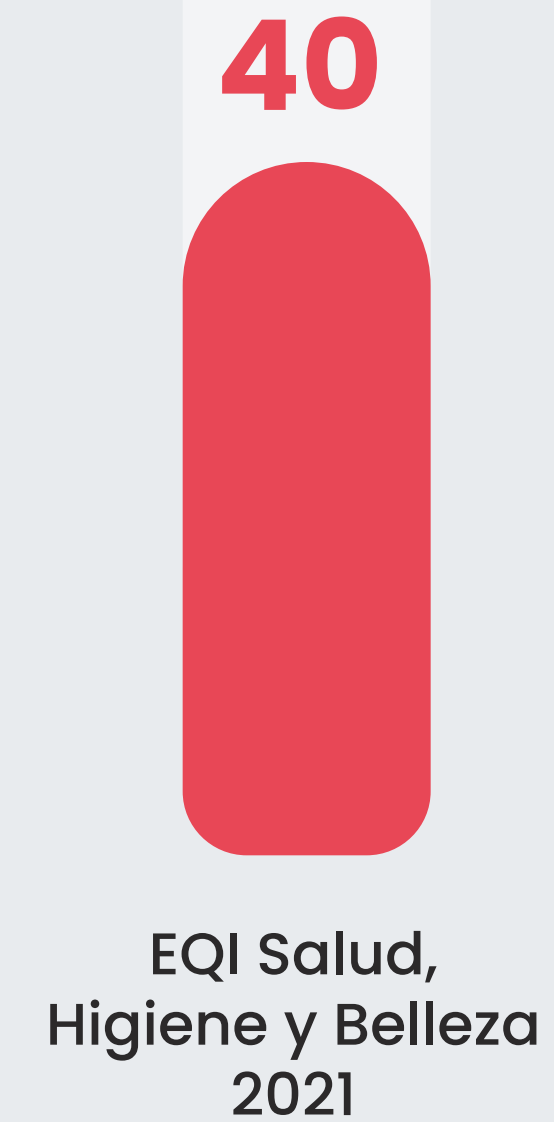




Description Score

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.

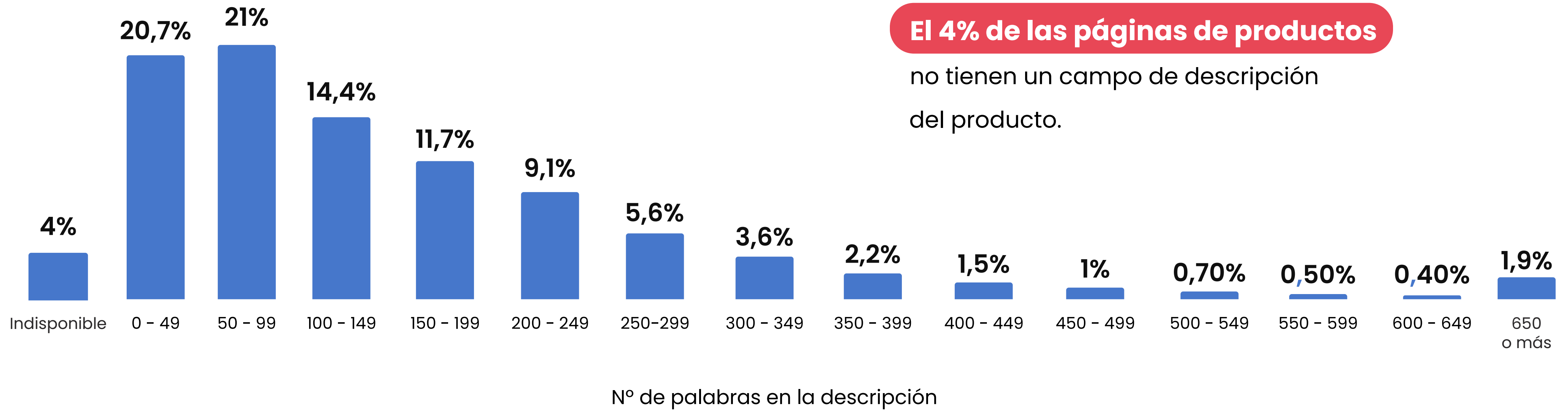
Description Score	40
Promedio de palabras en la descripción	159
% de productos con 300 palabras o más en la descripción	12%





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.

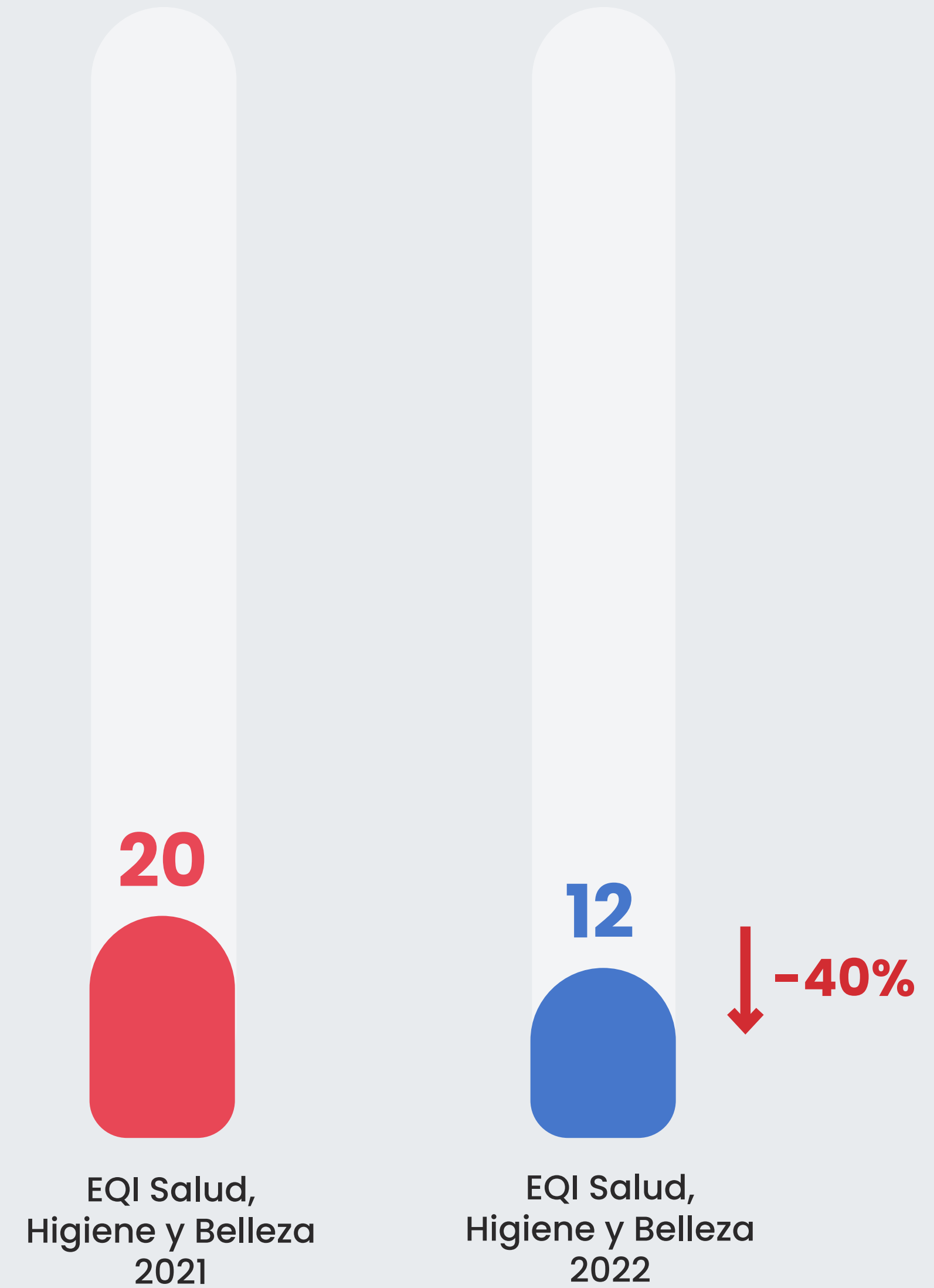




Rating Score

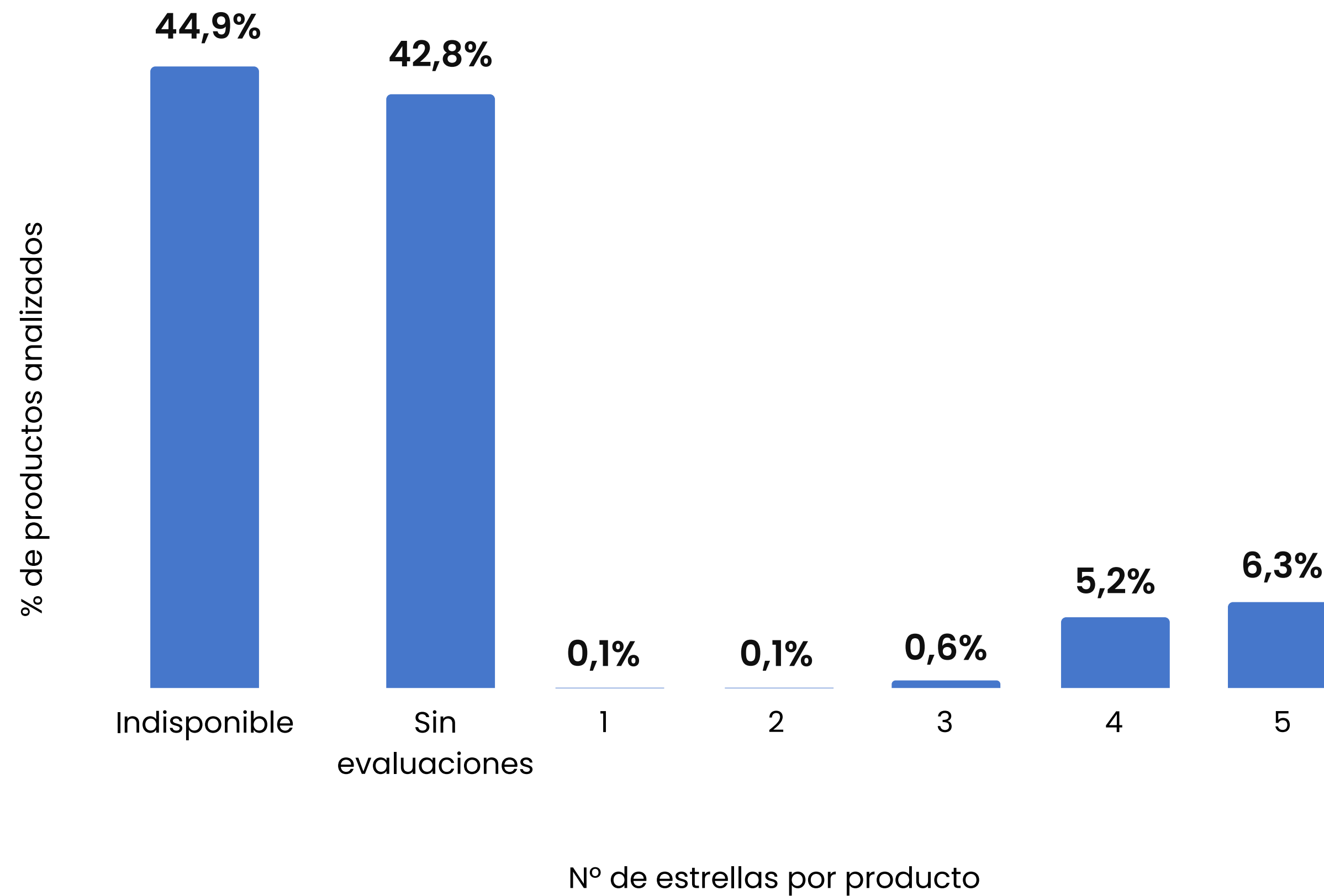
El Rating Score se calcula según el número de evaluaciones por producto. Las páginas de productos con hasta 3,5 estrellas reciben una puntuación de 60, entre 4 y 5 estrellas, la puntuación es de 100.

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.

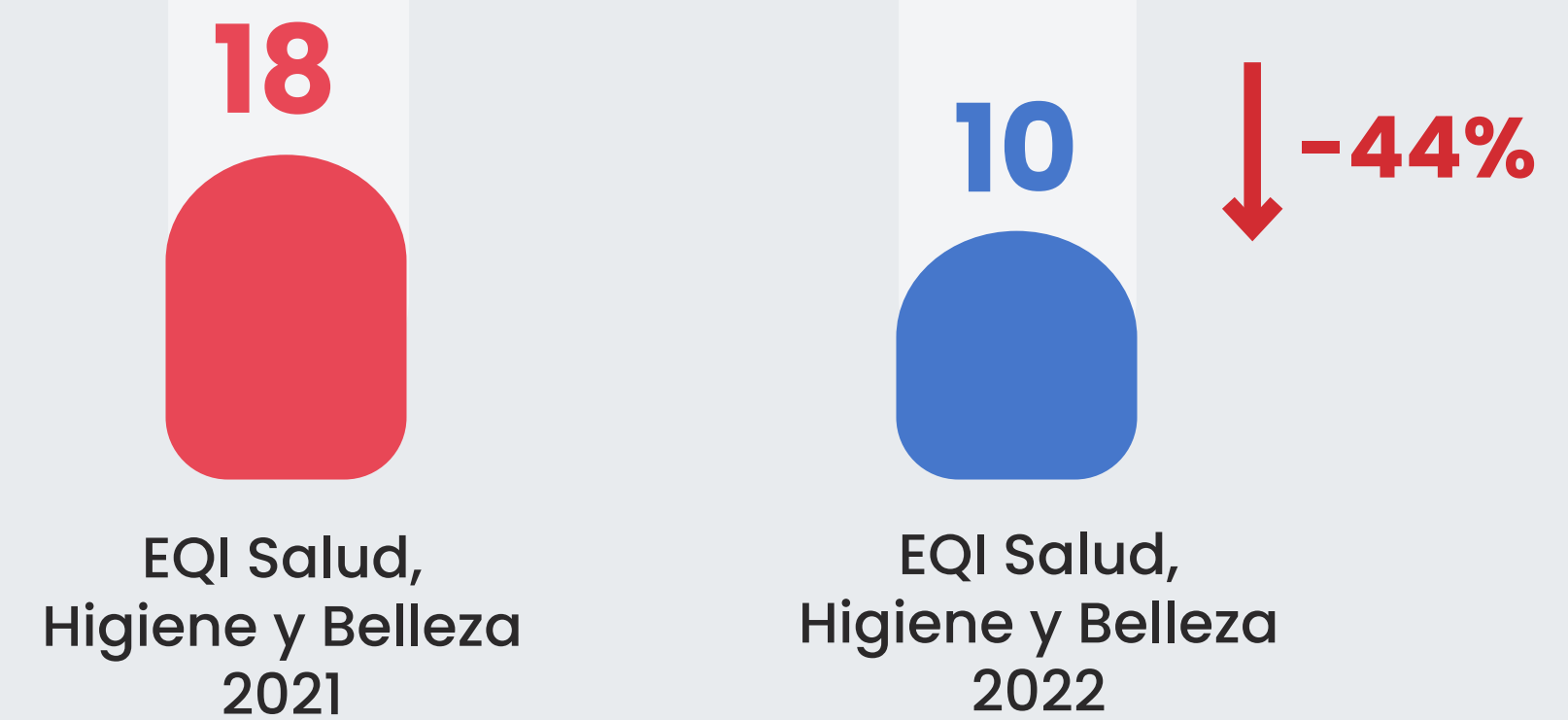




Review Score

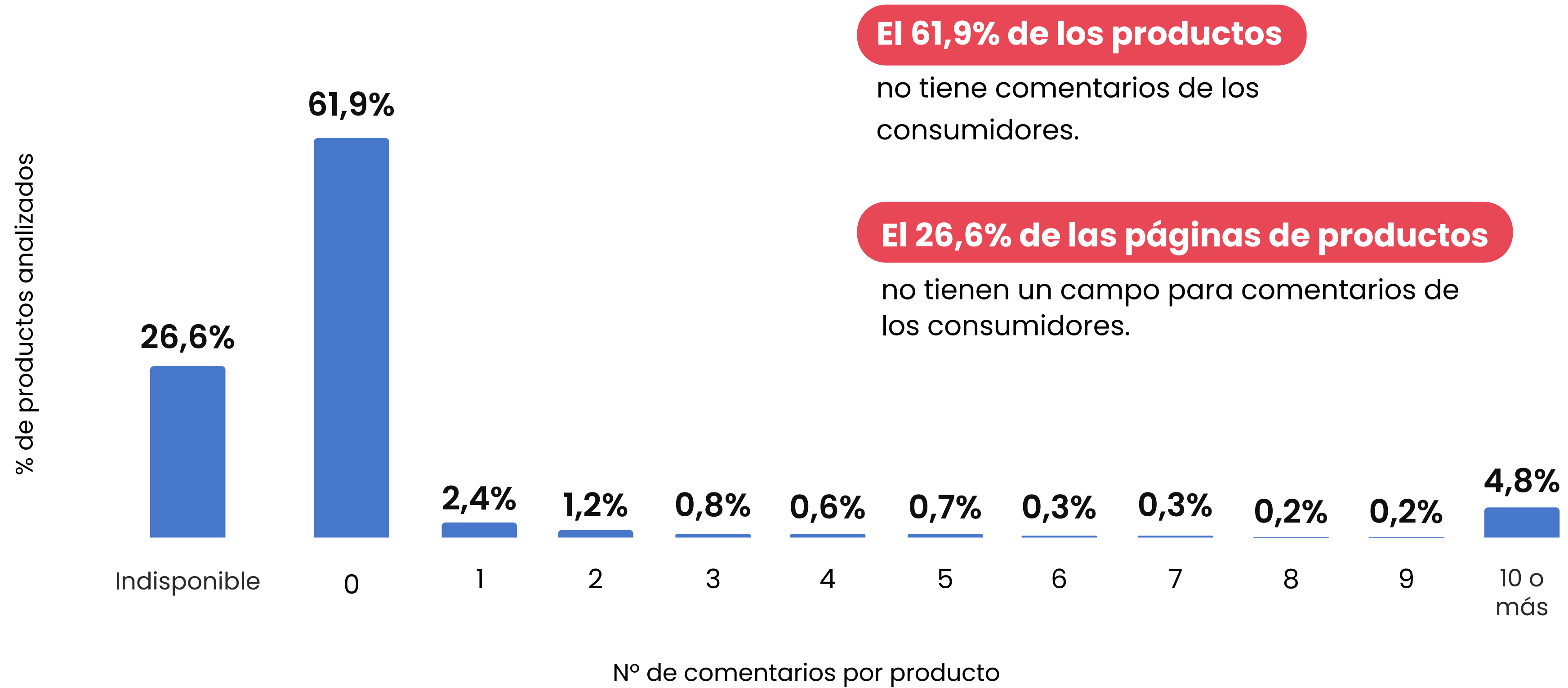
El Review Score se basa en la cantidad de comentarios de los consumidores en la página del producto. Para obtener el mínimo recomendado de 60, el índice debe tener entre 1 y 4 comentarios, por encima de 5 comentarios la puntuación es 100.

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

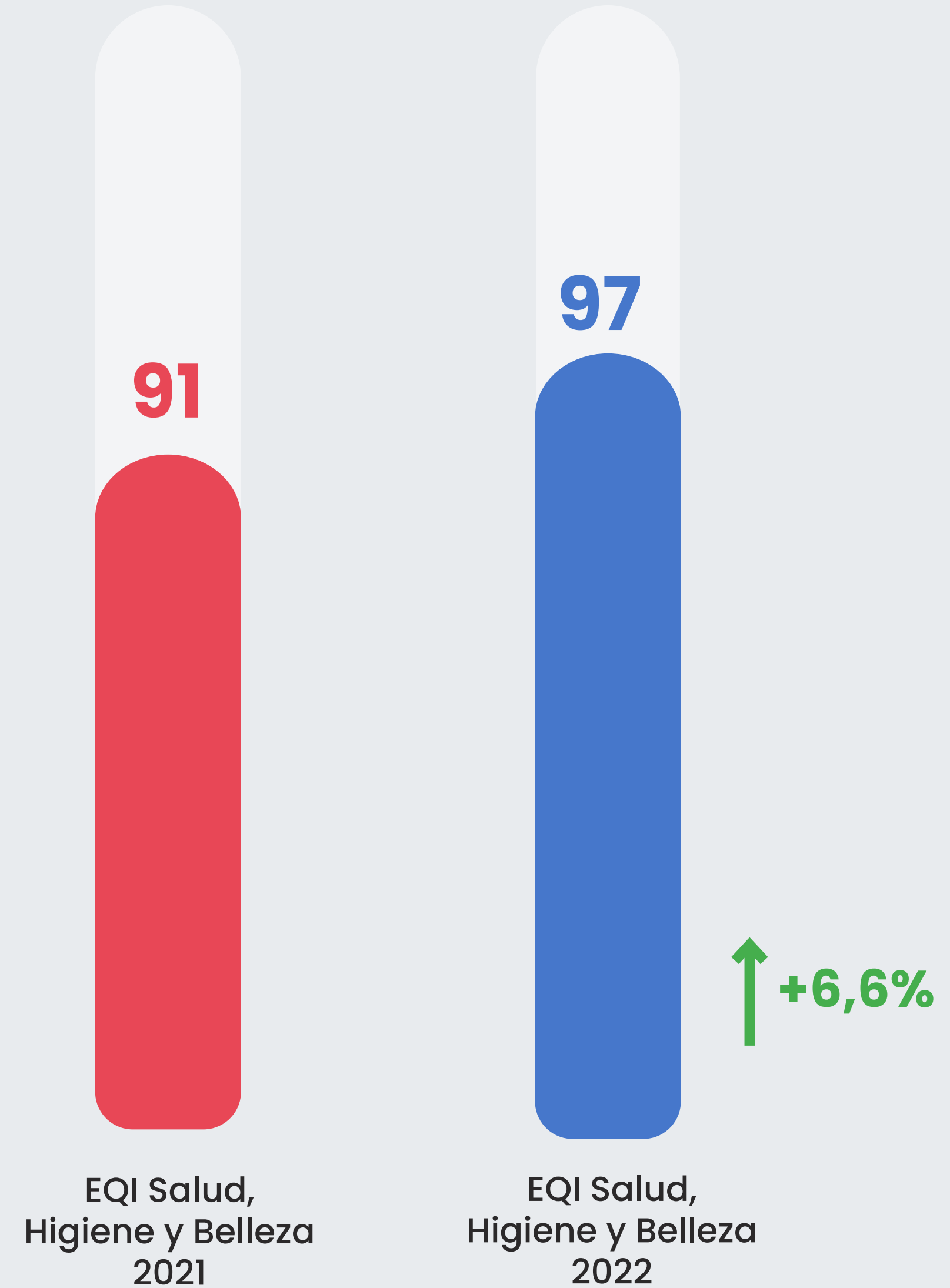
53

% de productos con títulos
optimizados para búsqueda

96,7%

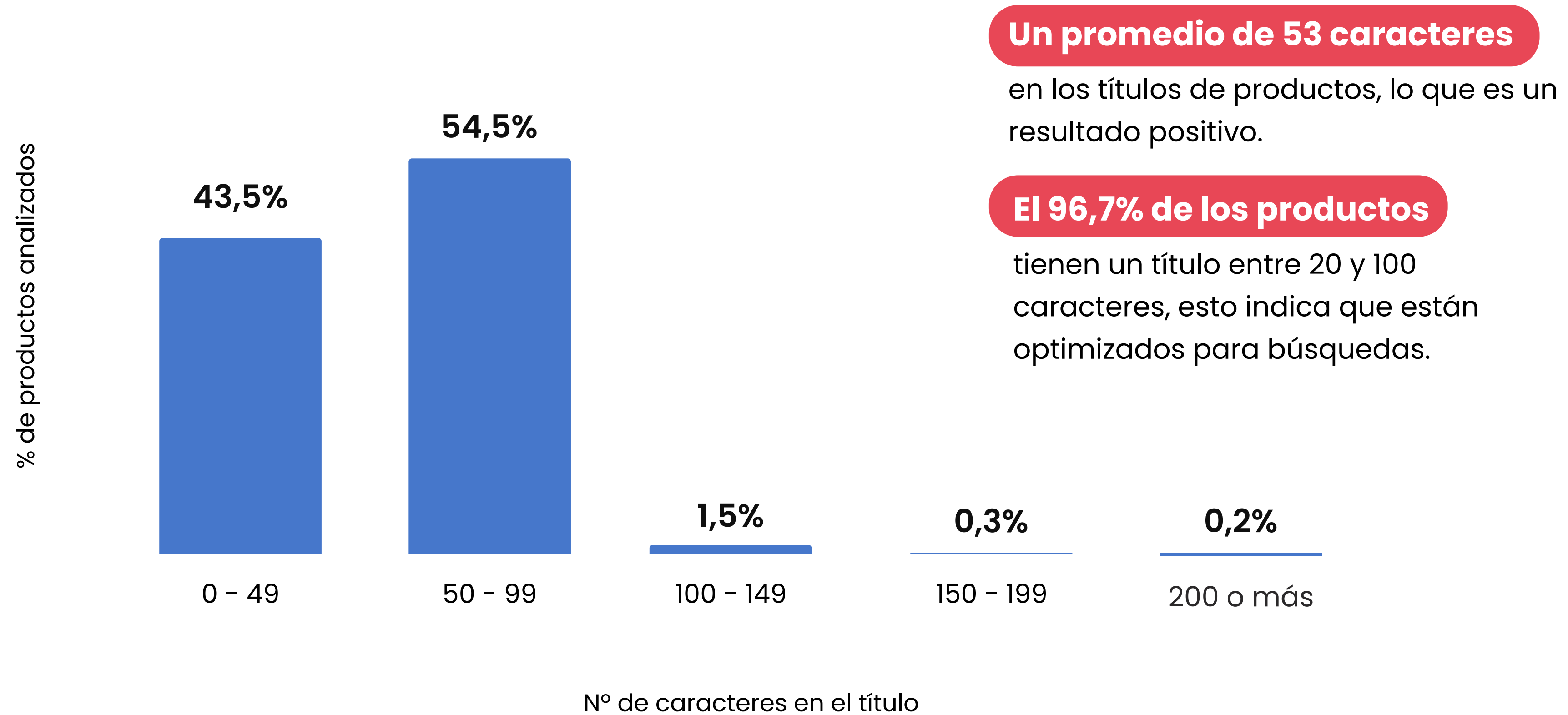
% de productos que están por
lo menos en una categoría en
el sitio web

93,4%





Promedio de caracteres en el título por producto



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



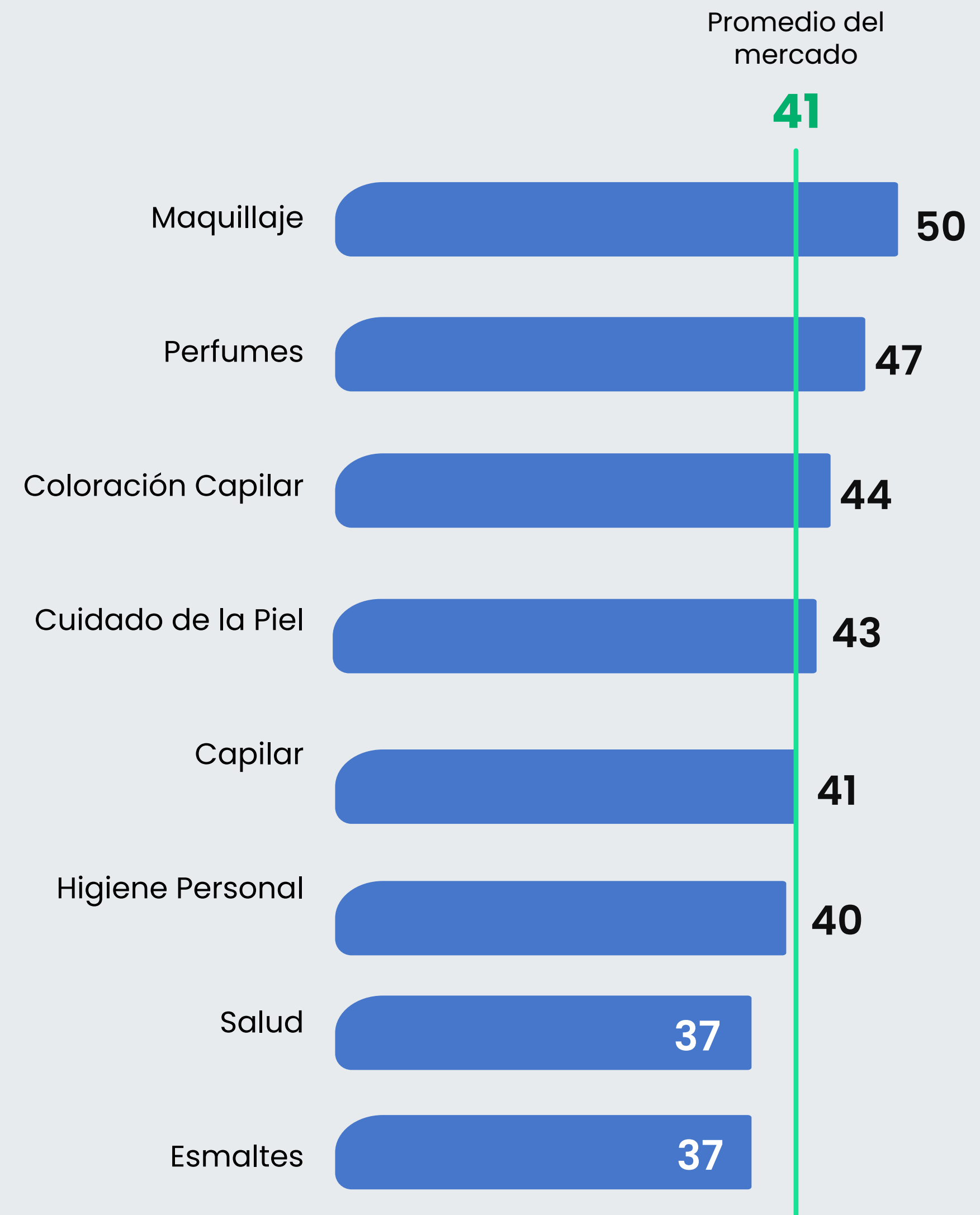
Resultado por categoría

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.**

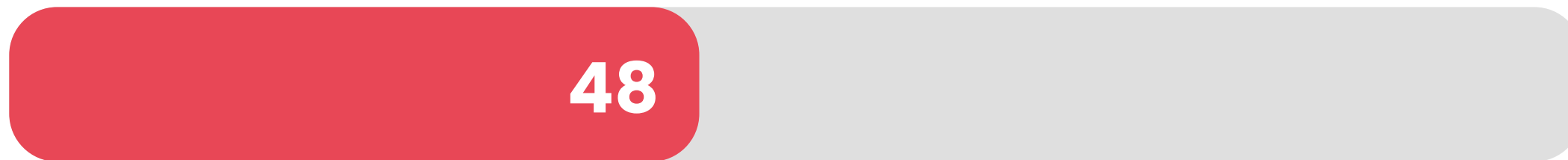
1°





Maquillaje

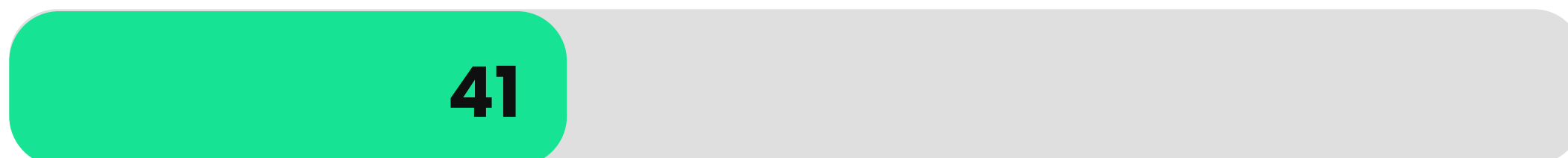
EQI Salud, Higiene y Belleza 2021



EQI Salud, Higiene y Belleza 2022



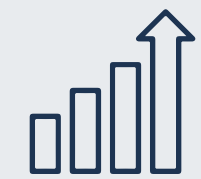
Promedio del mercado



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.**



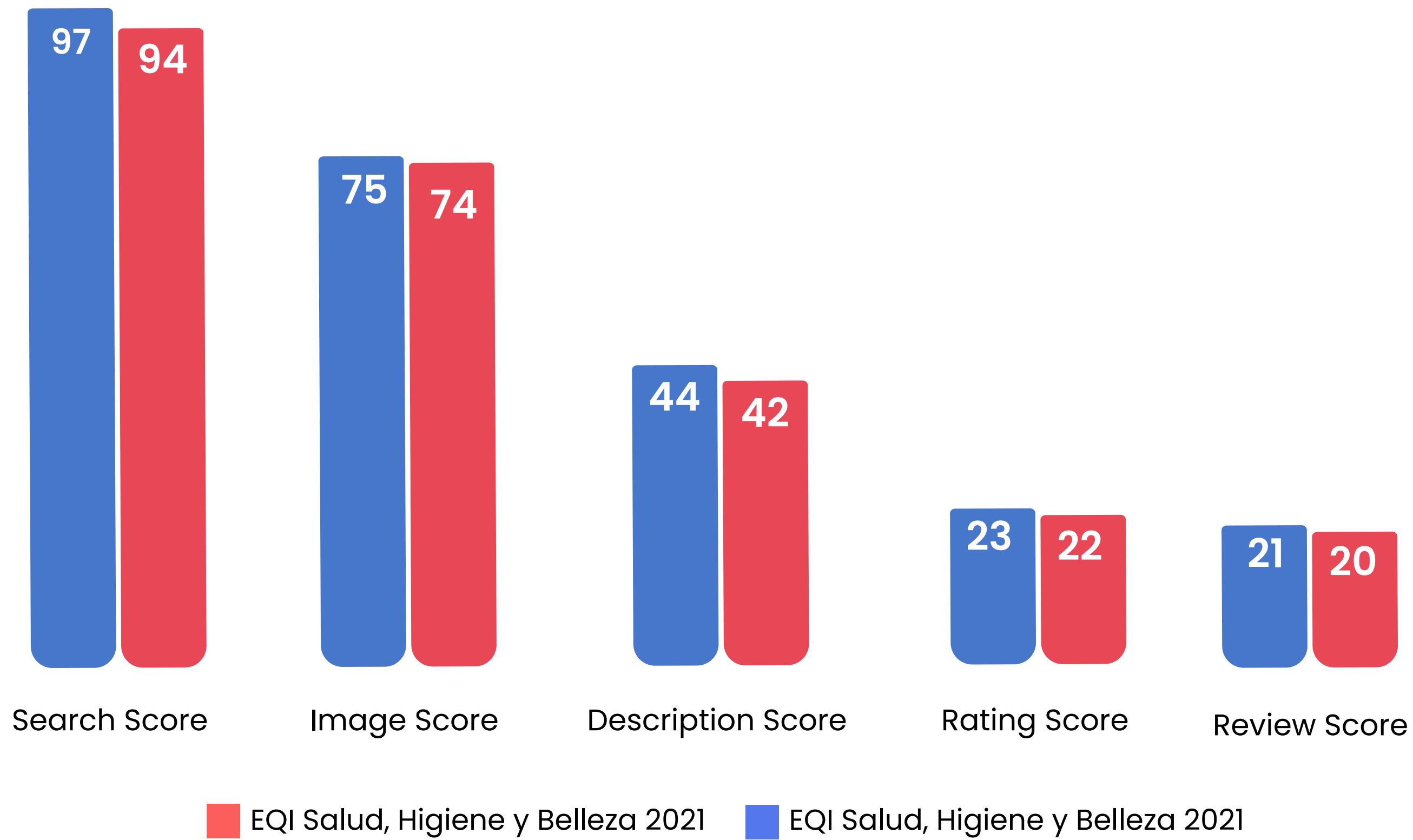
El puntaje EQI en la categoría de Maquillaje **estuvo 22% por encima del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Maquillaje

Resultado por criterio



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

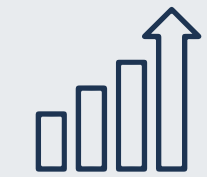
Promedio del mercado

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.**



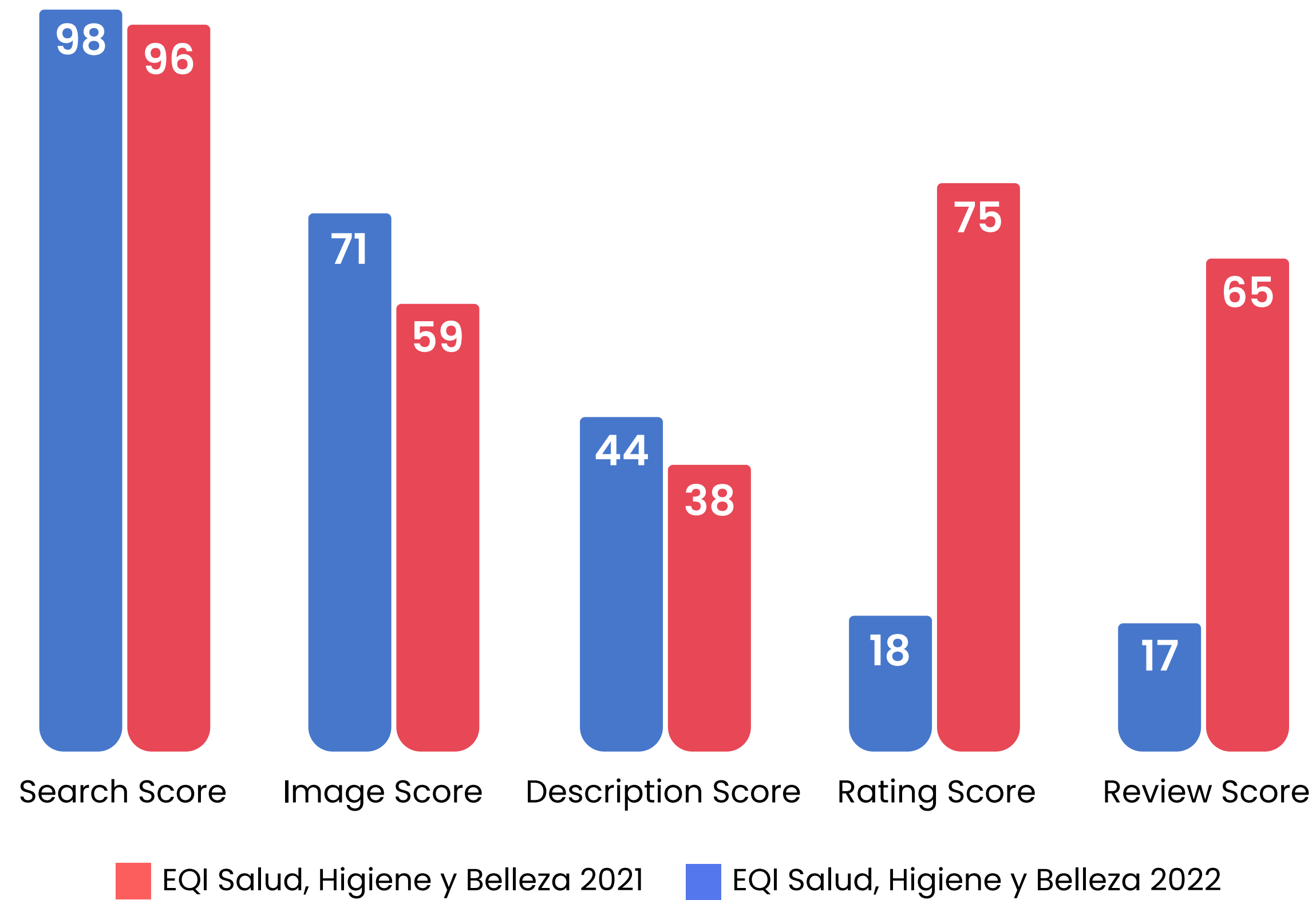
El EQI para la categoría Perfumes **fue 15% superior al puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





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.**



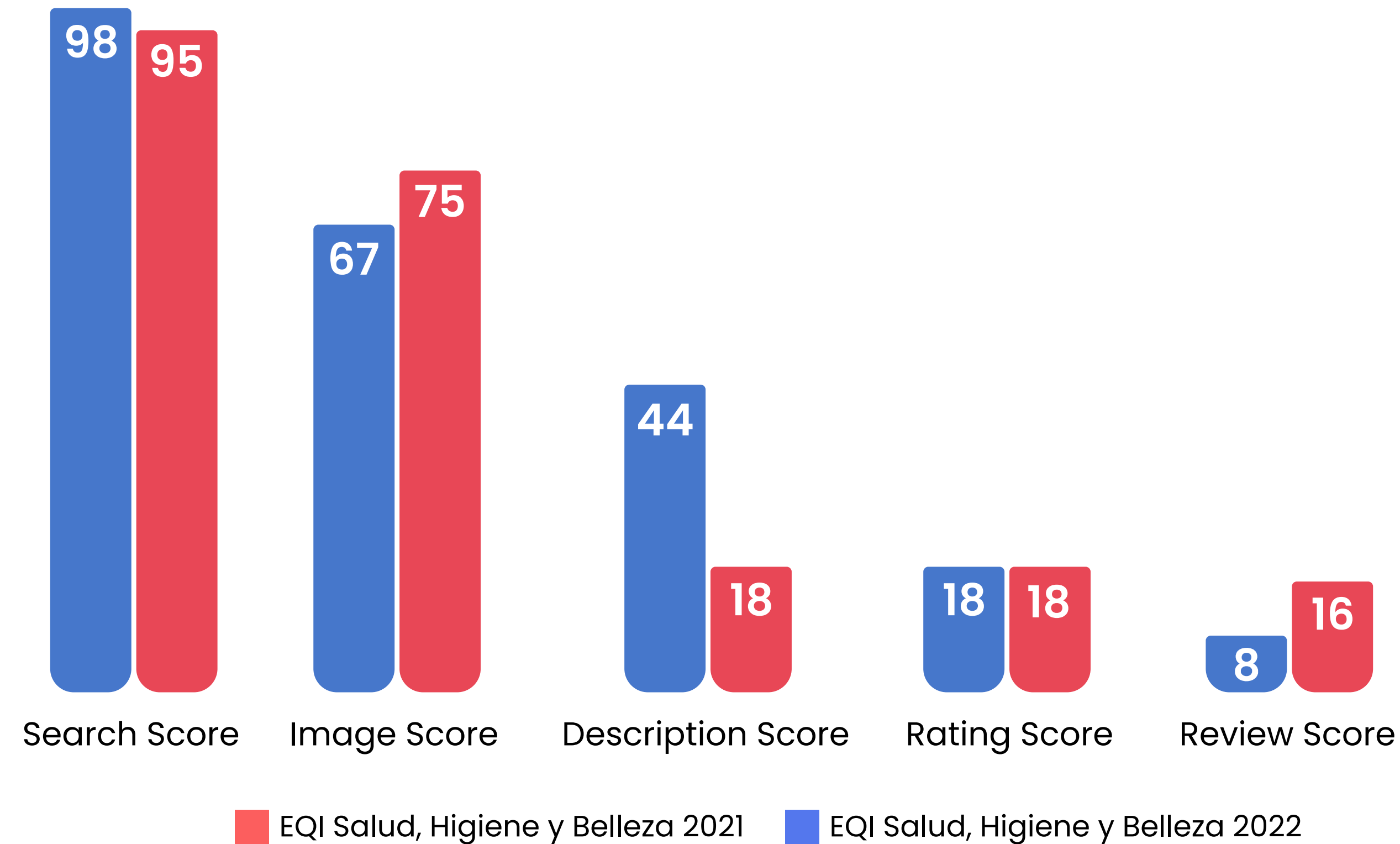
El puntaje EQI en la categoría Coloración Capilar **estuvo un 7% por encima del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





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

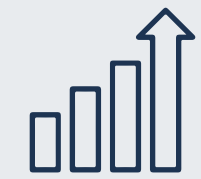
EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

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.**



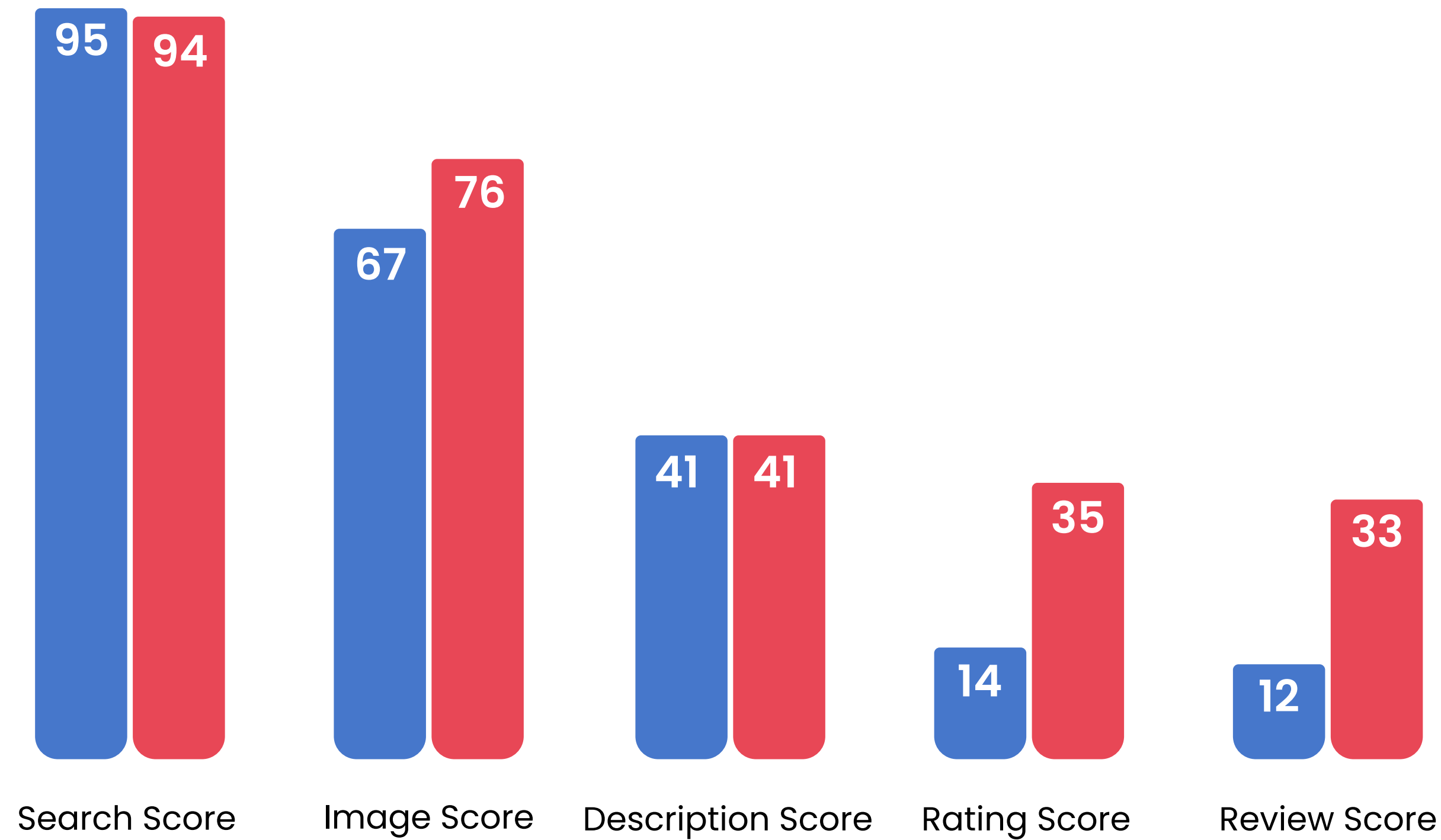
El puntaje EQI para la categoría Cuidado de la Piel **fue un 5% superior al puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





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



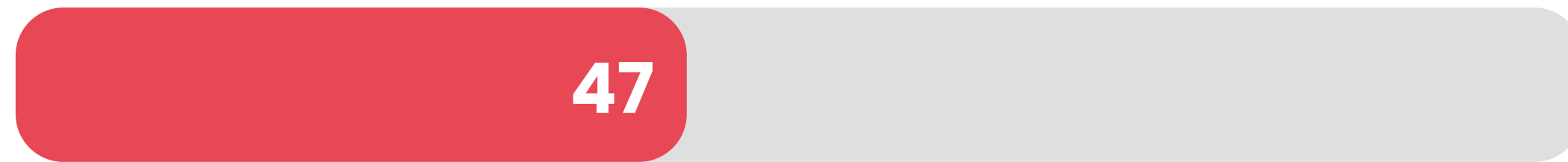
Caída del 12%
en el criterio Image Score



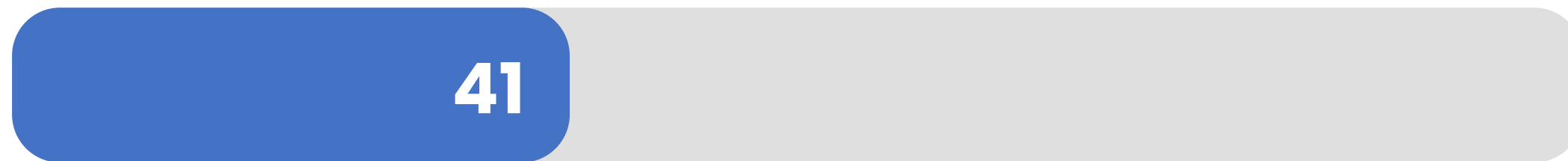


Capilar

EQI Salud, Higiene y Belleza 2021



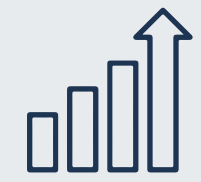
EQI Salud, Higiene y Belleza 2022



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.**



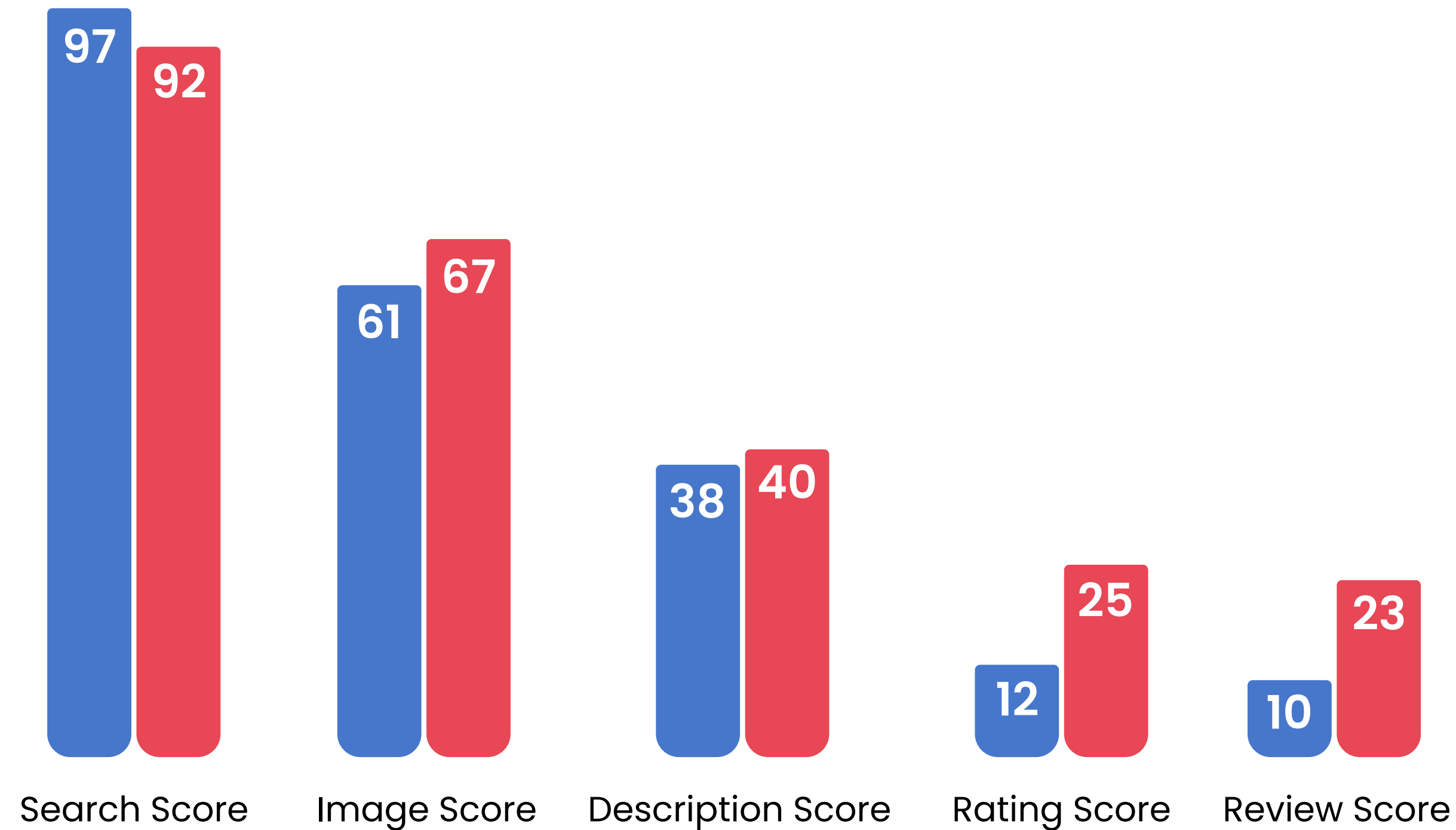
El puntaje EQI de la categoría Capilar **es igual al puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





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

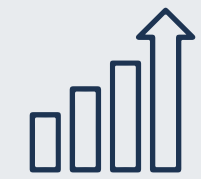
EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

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.



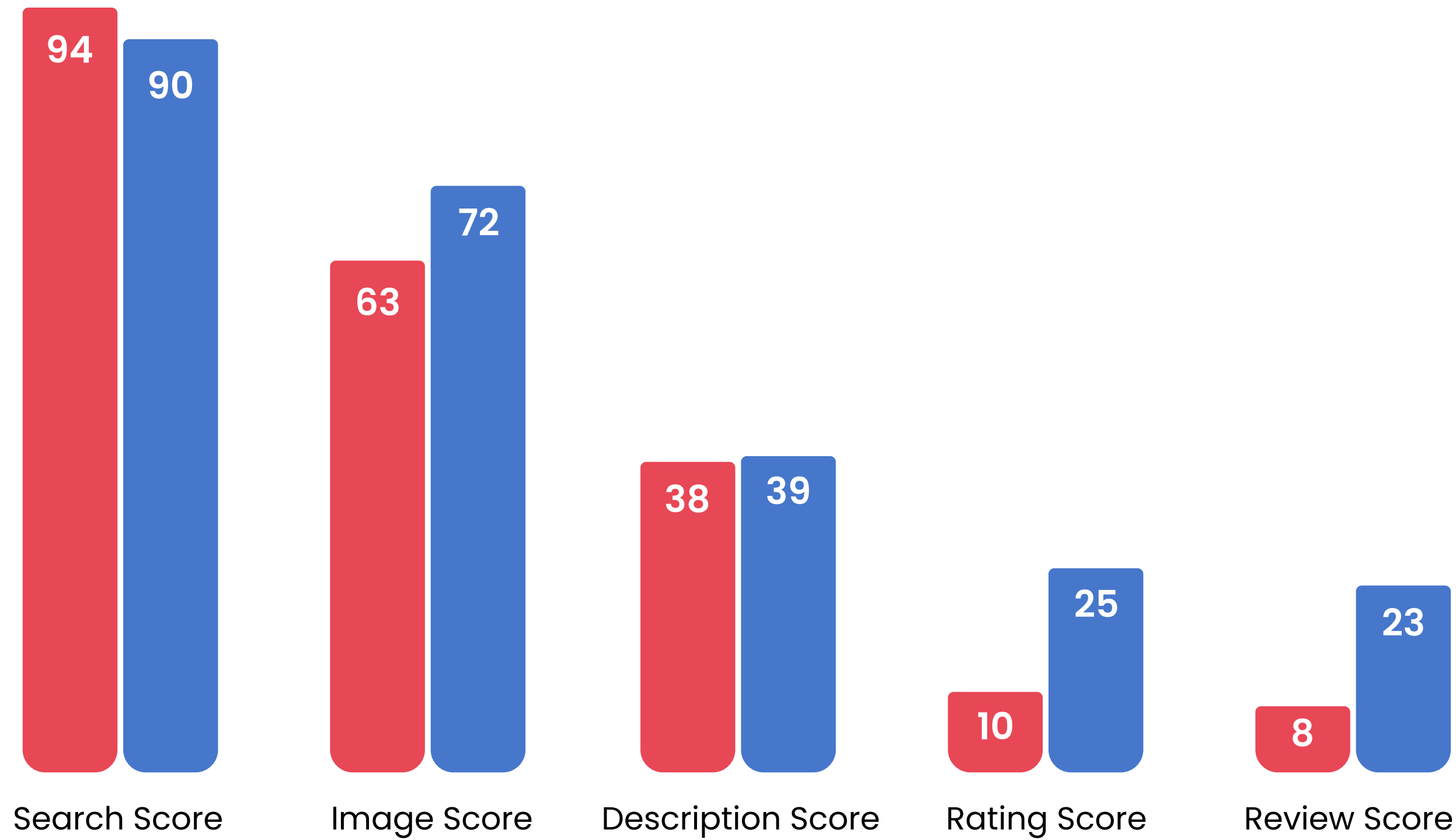
El puntaje EQI en la categoría de Higiene Personal **estuvo 2% por debajo del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





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

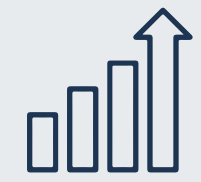
EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

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.**



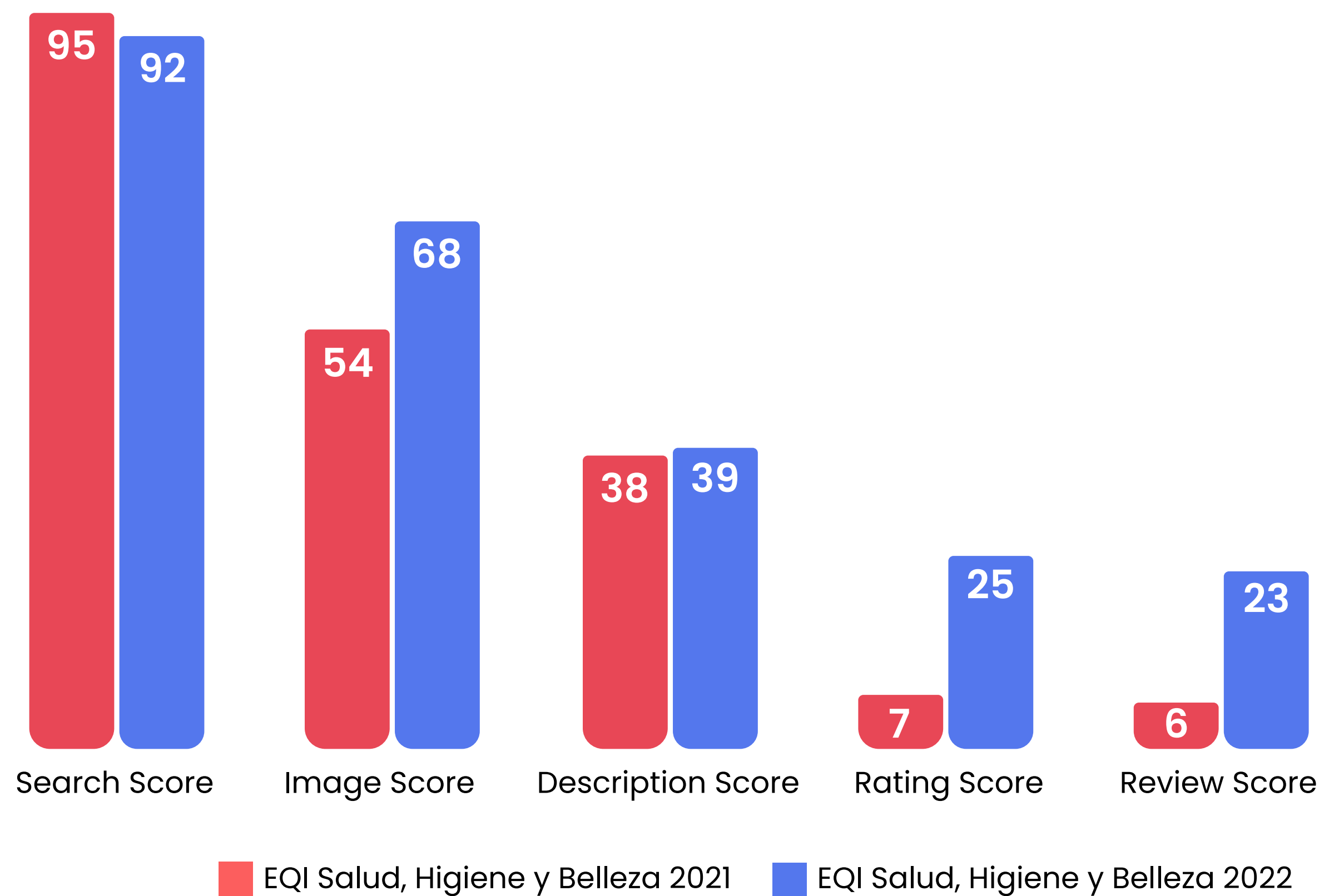
El puntaje EQI en la categoría Salud **estuvo 10% por debajo del puntaje promedio** en el segmento Salud, Higiene y Belleza.





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.**



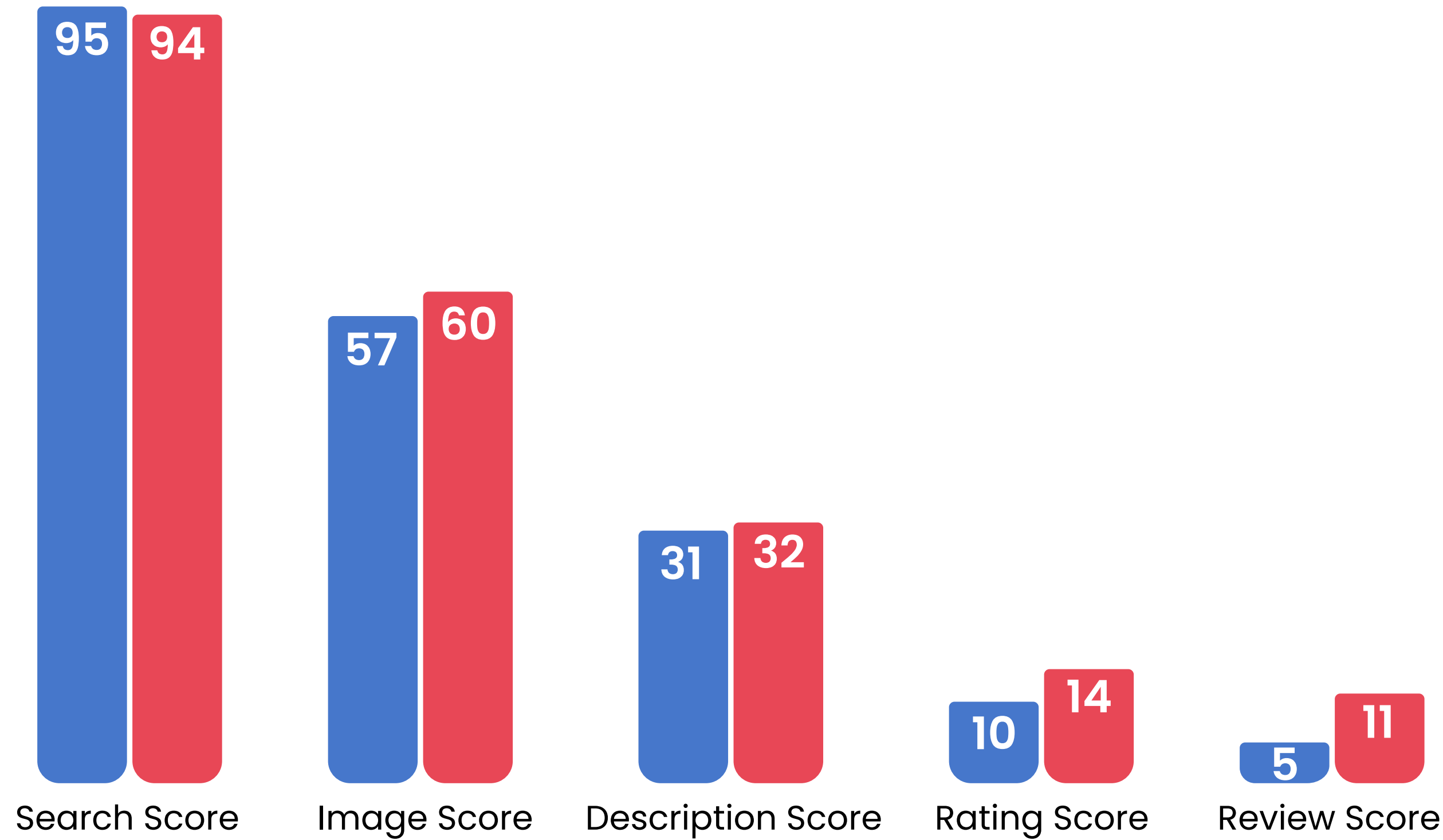
El puntaje EQI de la categoría Esmaltes **estuvo 10% por debajo del puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





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





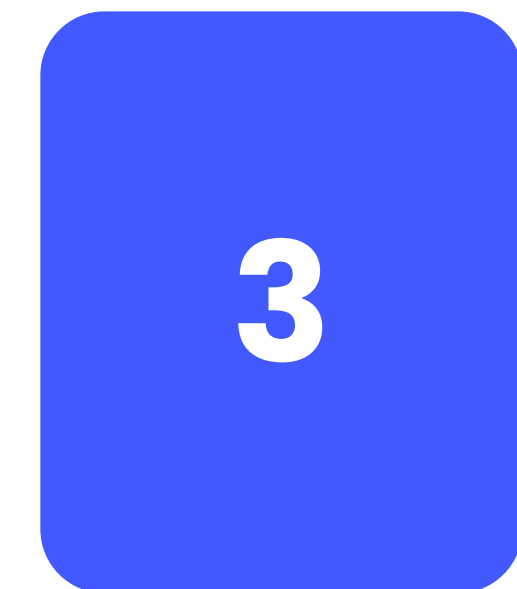
RANKING
TOP 3
SITIOS WEB EQI
POR CANAL DE
VENTAS



Brick & Clicks

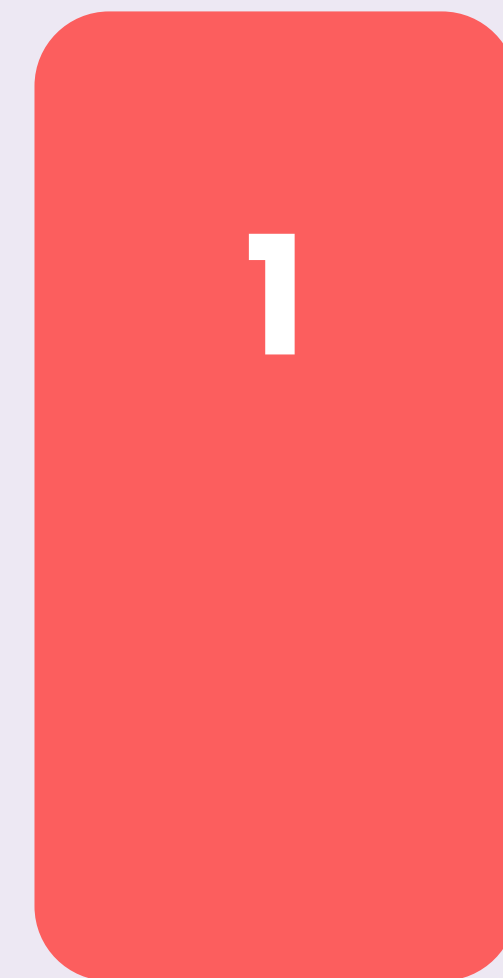
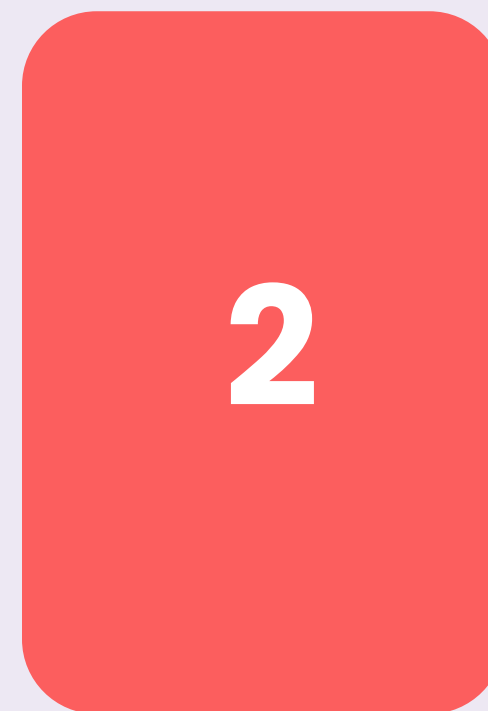
SEPHORA

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).



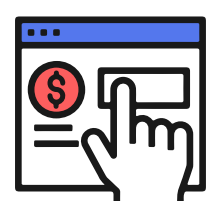
Peores experiencias de los consumidores: el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022 bajó un 11 % en su puntuación desde 2021.



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.



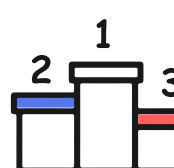
Mejor canal de venta: Pure Players es el tipo de retail con las mejores puntuaciones en el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022, por encima de la media del segmento.



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.

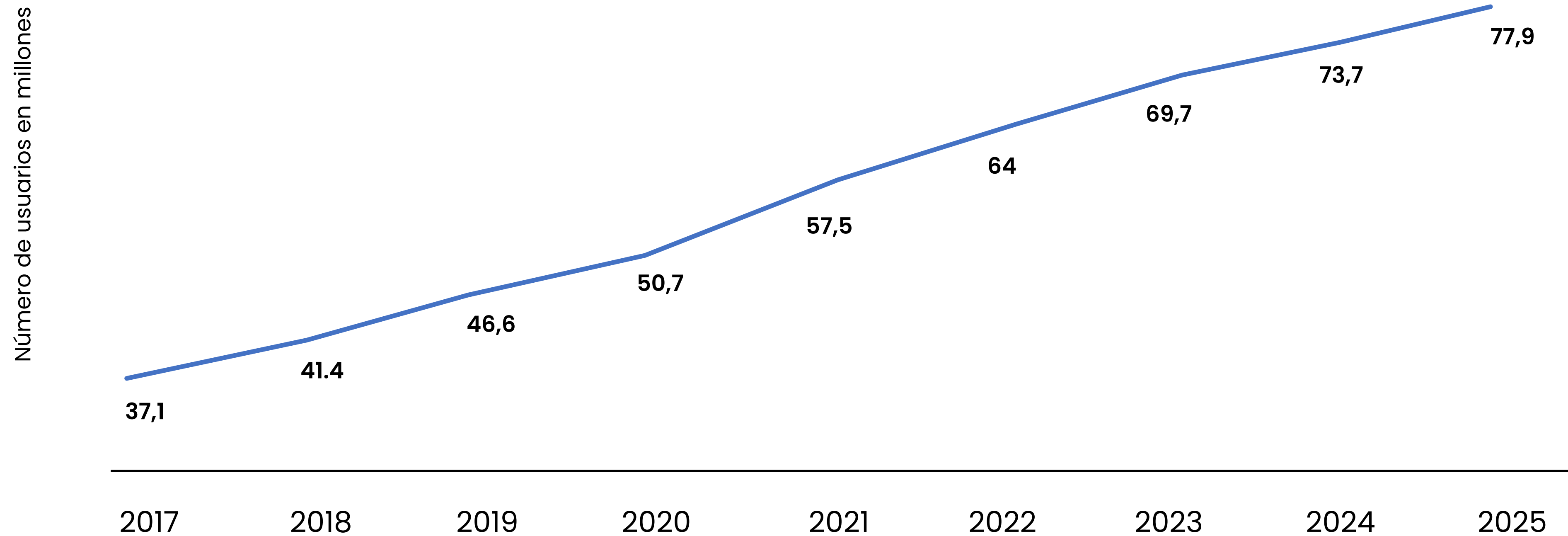


EQI Salud,
Higiene y Belleza
México



Comportamiento del consumidor mexicano

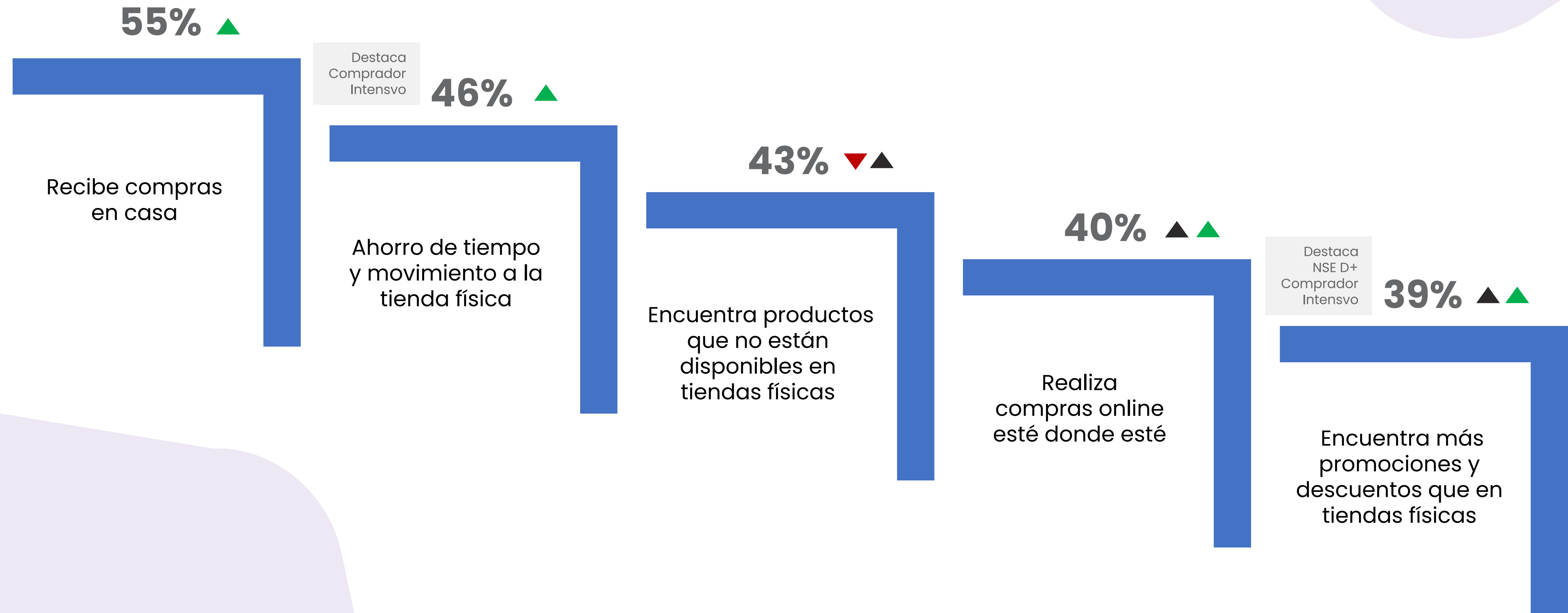
Número de usuarios de e-commerce en México de 2017 a 2025 (en millones):



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:

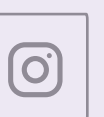
investiga el producto en una tienda física y realiza la compra online



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

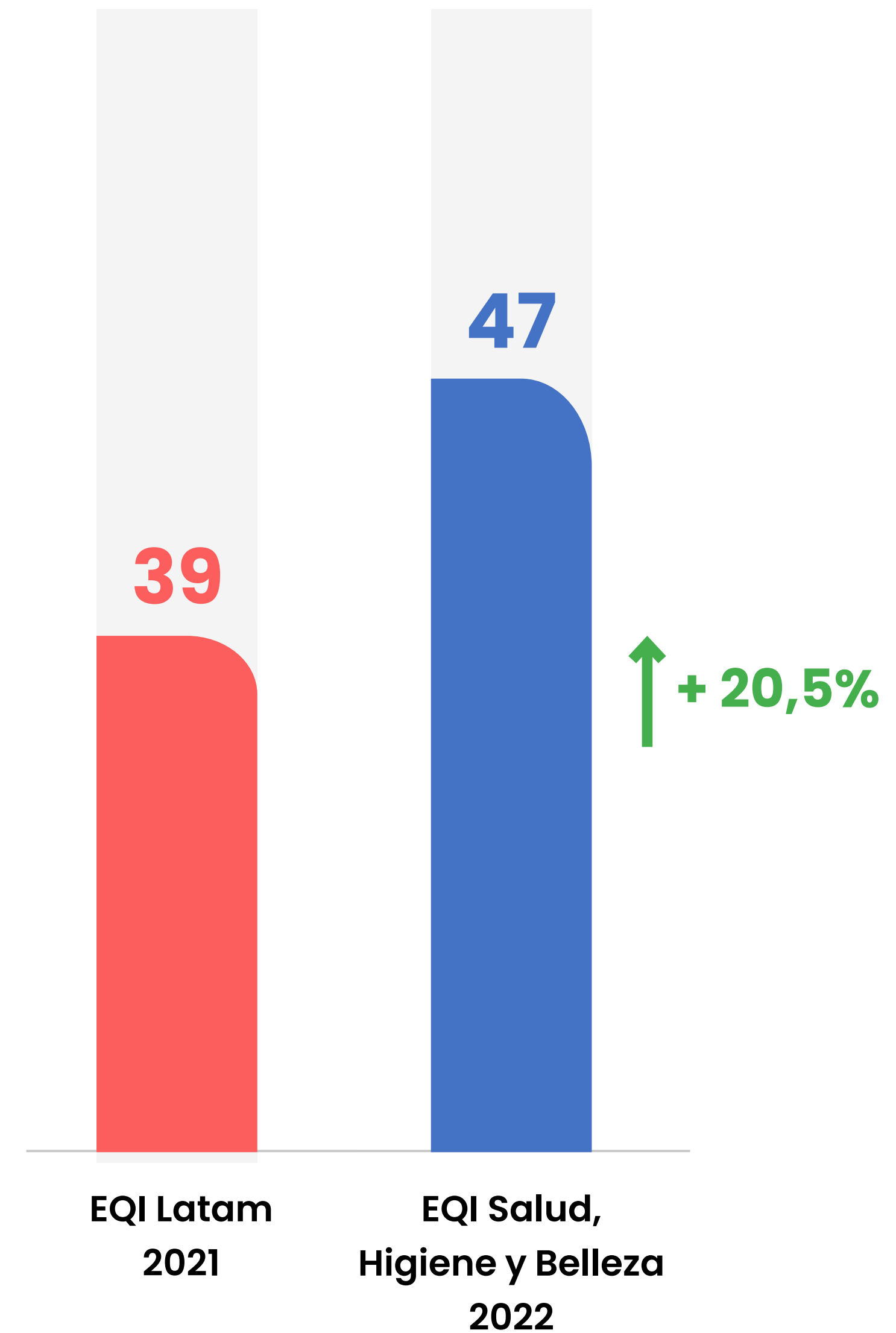
La nota EQI Salud, Higiene y Belleza 2022
es de 47 en una escala de 0 a 100.

*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.

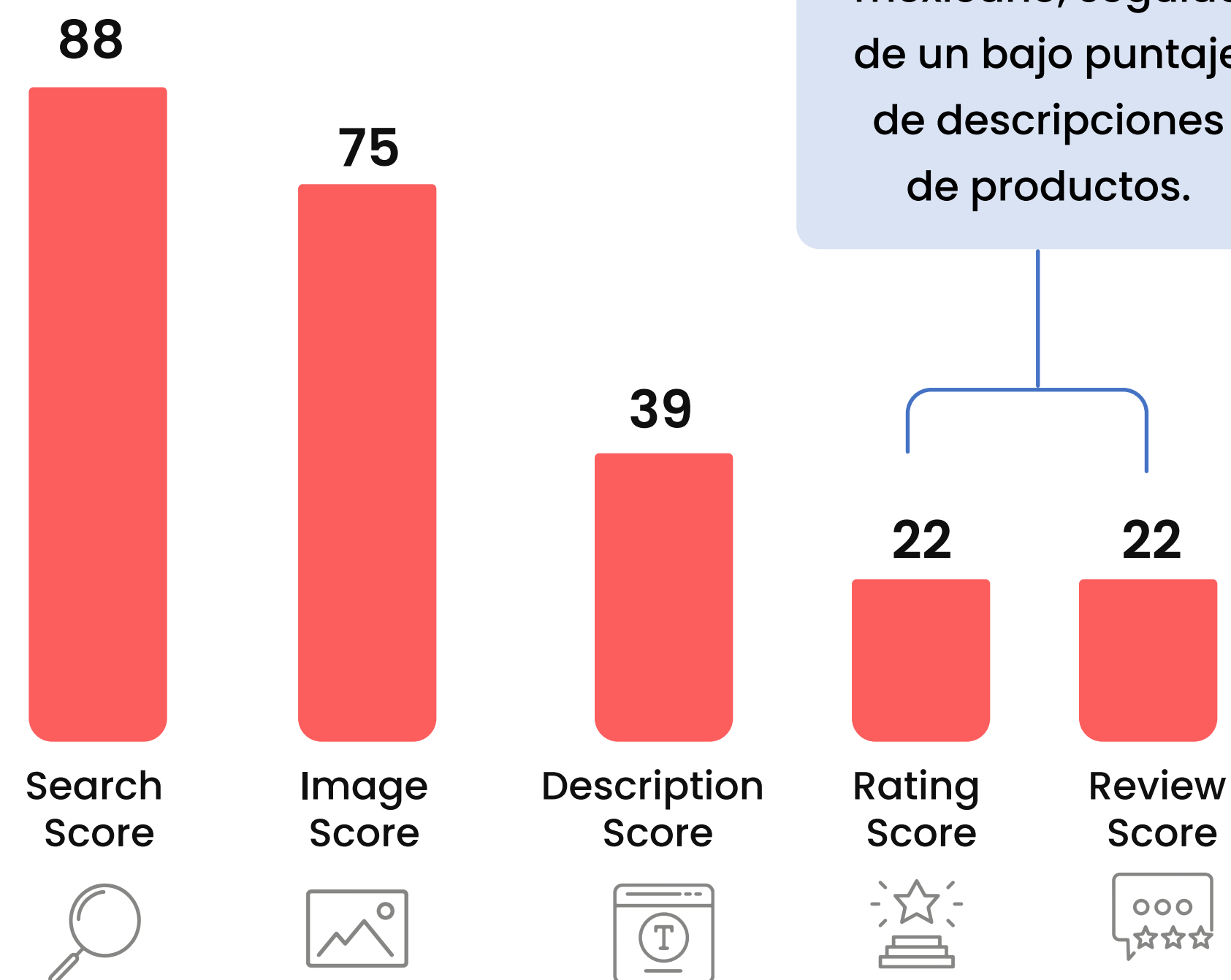


Resultado por criterio

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.

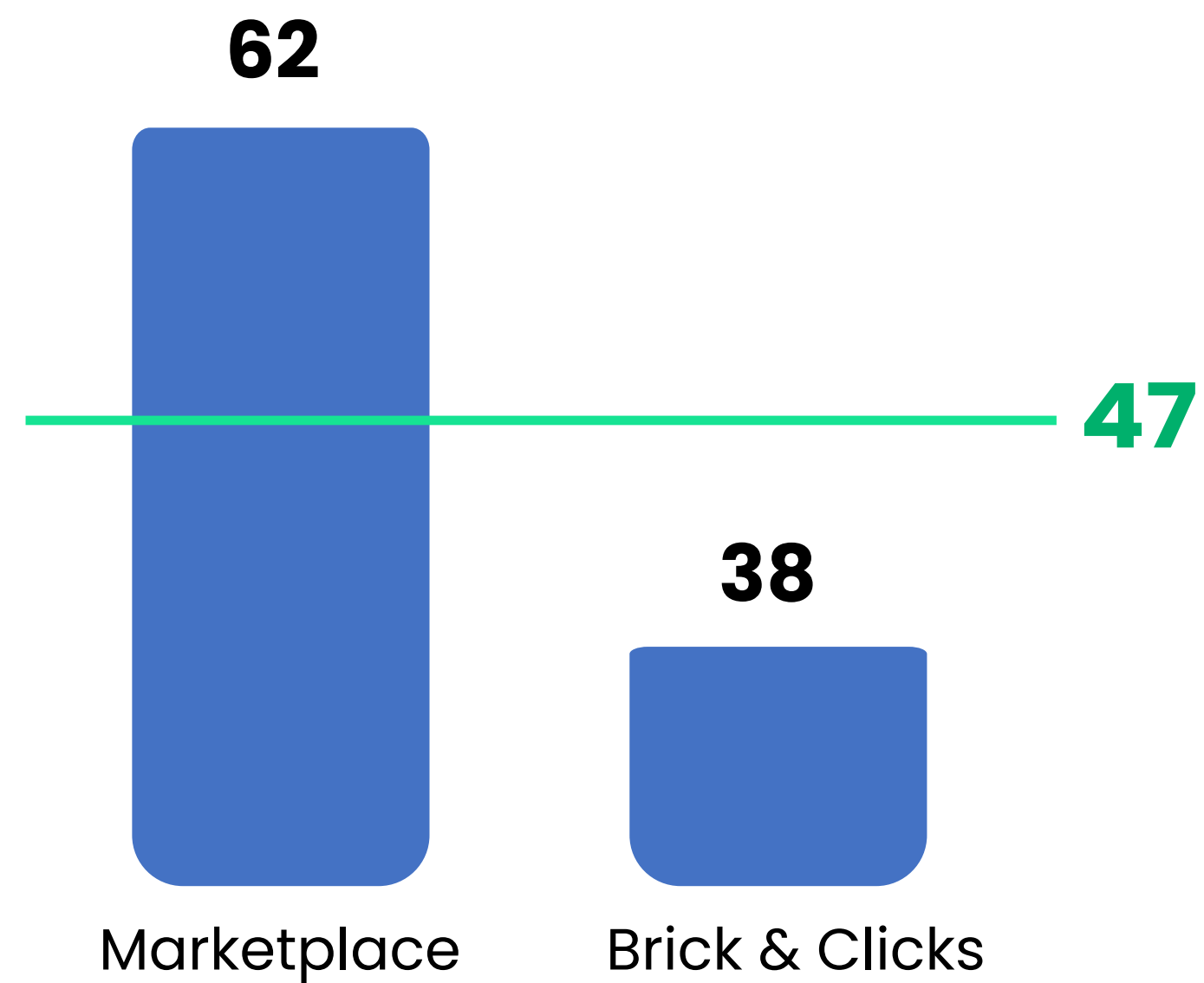
63 % por debajo del criterio recomendado (60 puntos).

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%

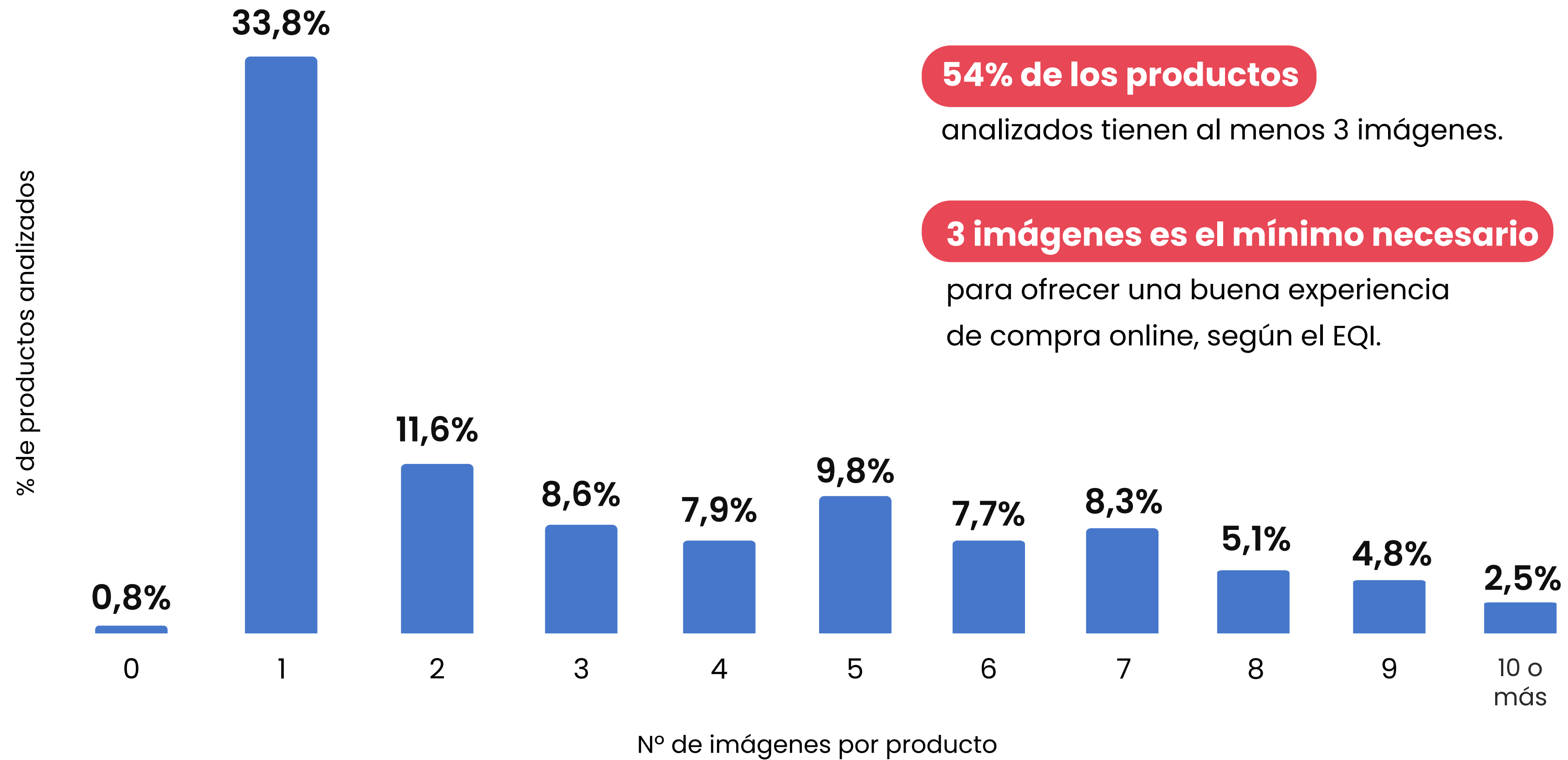
75

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022





Promedio de imágenes por producto

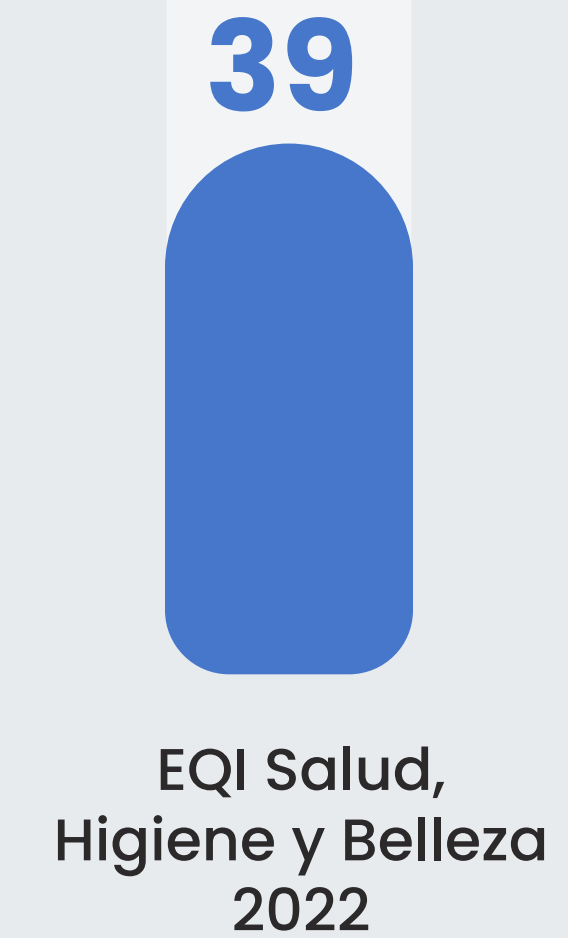




Description Score

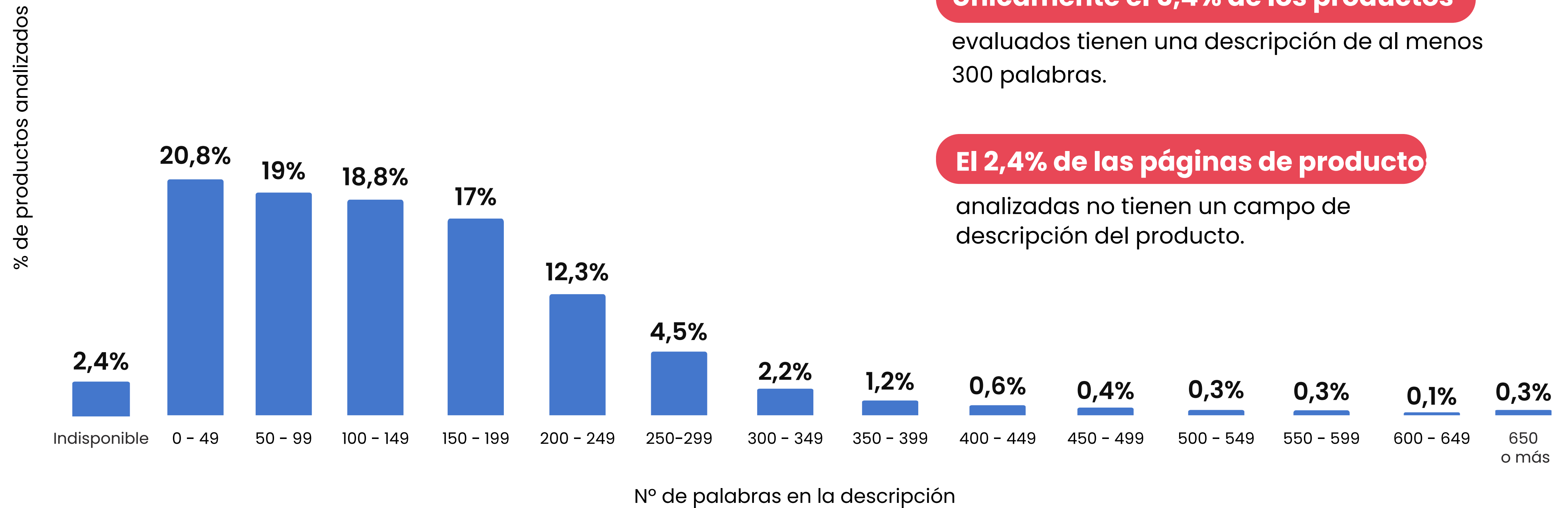
Esta nota se calcula según el número de palabras de la descripción del producto. Por lo tanto, si la descripción es de 300 palabras o más, el resultado será 60. Si la descripción es mayor o igual a 1700 palabras, la puntuación será de 100.

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

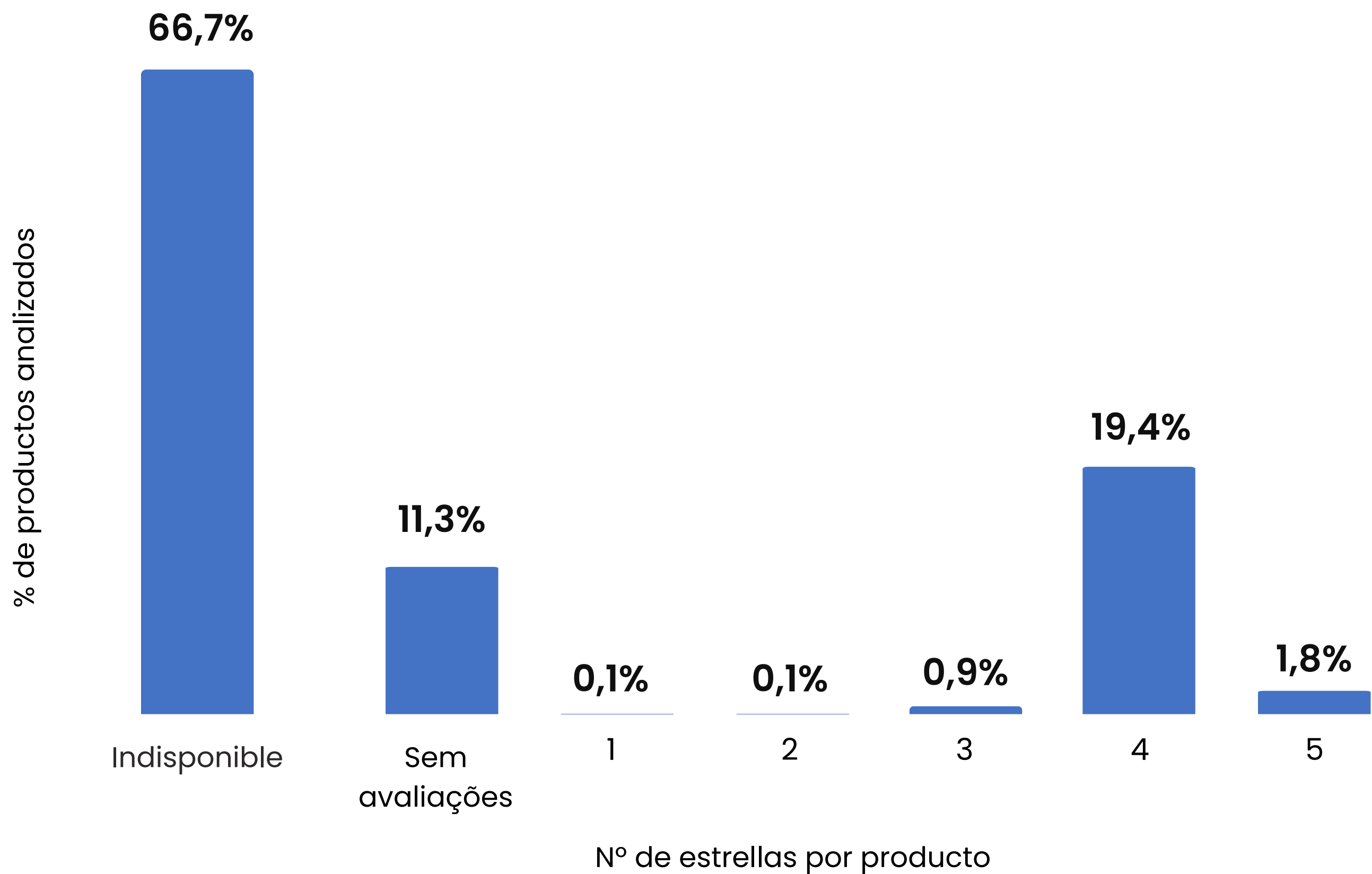
El Rating Score se calcula según el número de evaluaciones por producto. Las páginas de productos con hasta 3,5 estrellas reciben una puntuación de 60, entre 4 y 5 estrellas, la puntuación es de 100.

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%

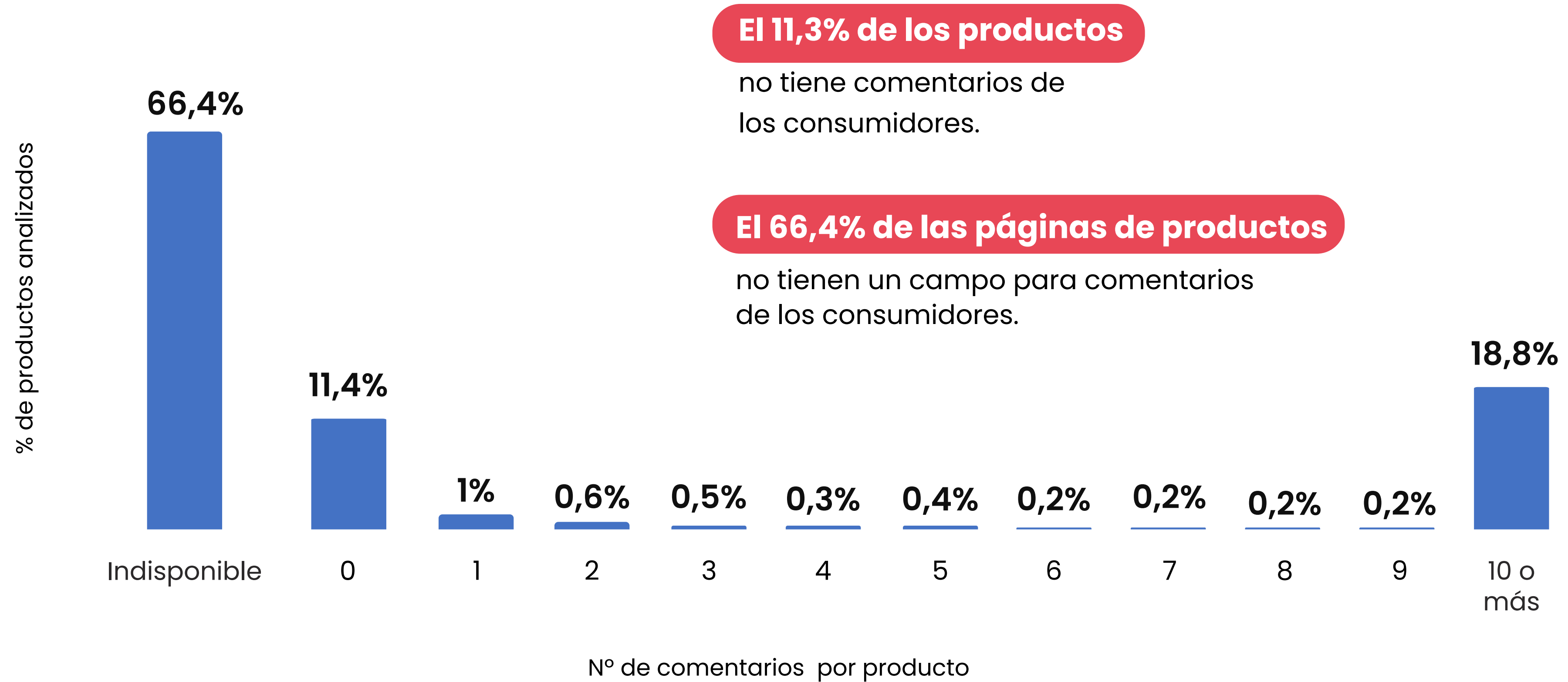
22

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022





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%

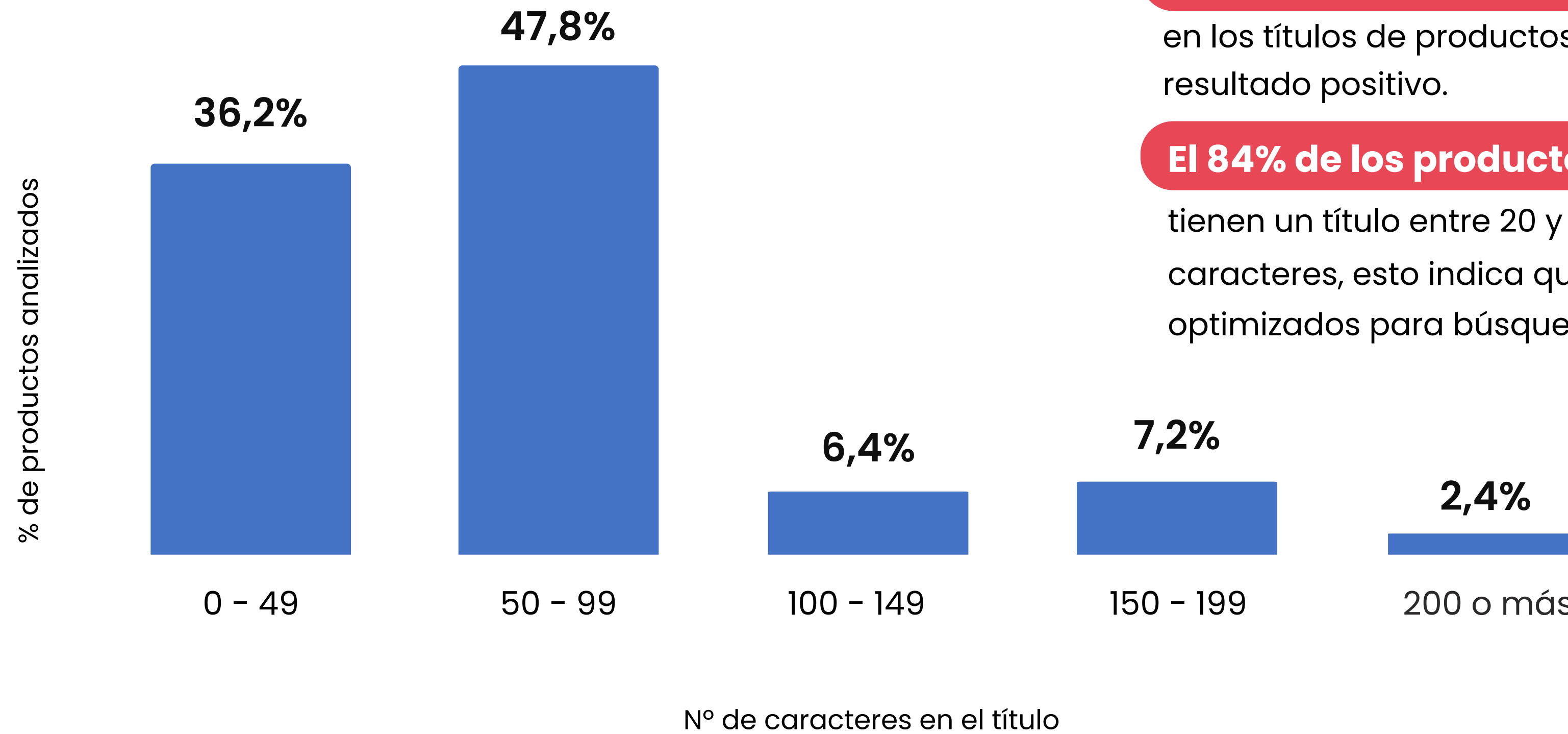
88

EQI Salud,
Higiene y Belleza
2022





Promedio de caracteres en el título por producto



71 caracteres es el promedio

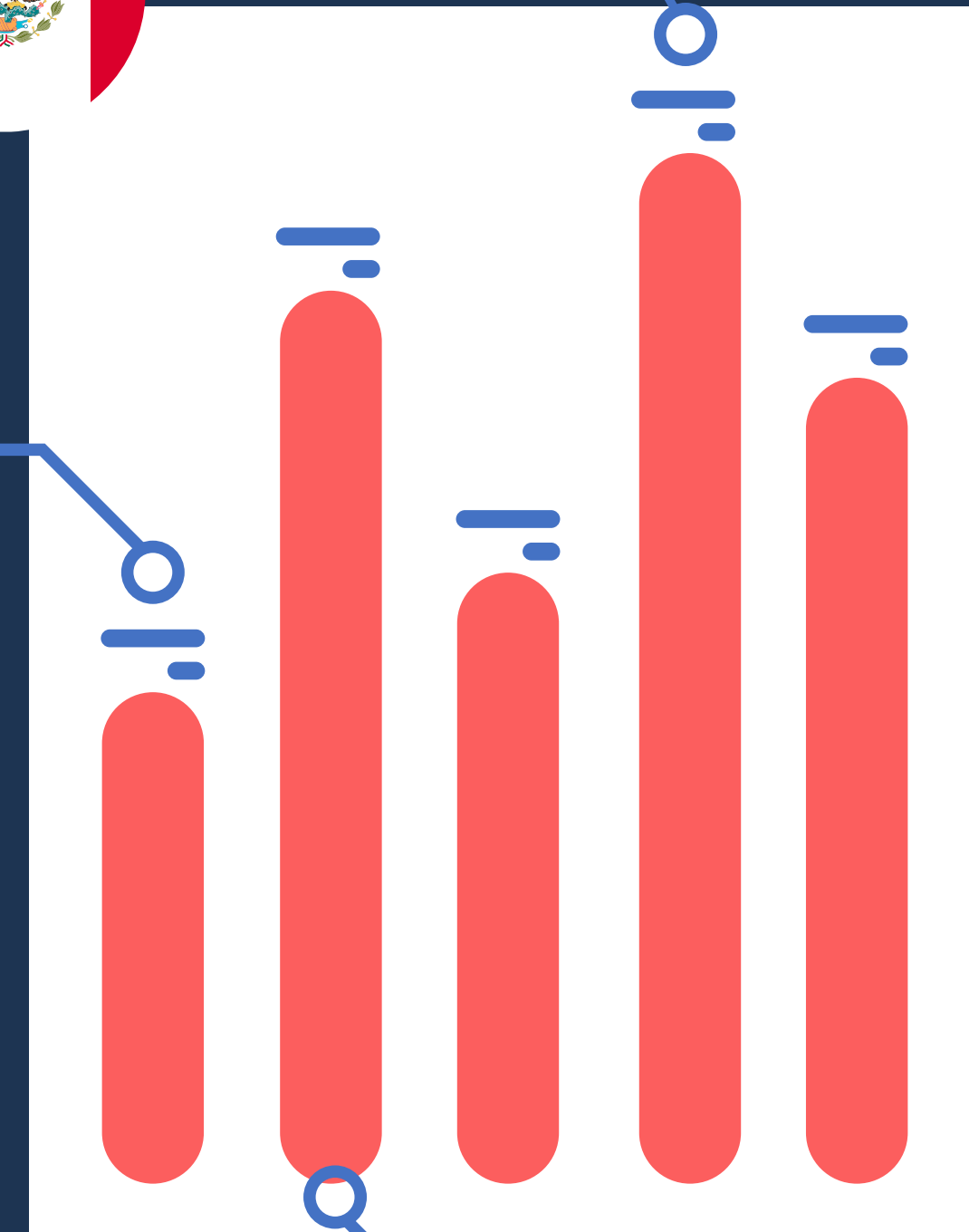
en los títulos de productos, lo que es un resultado positivo.

El 84% de los productos

tienen un título entre 20 y 100 caracteres, esto indica que están optimizados para búsquedas.



Análisis de las categorías EQI de Salud, Higiene y Belleza



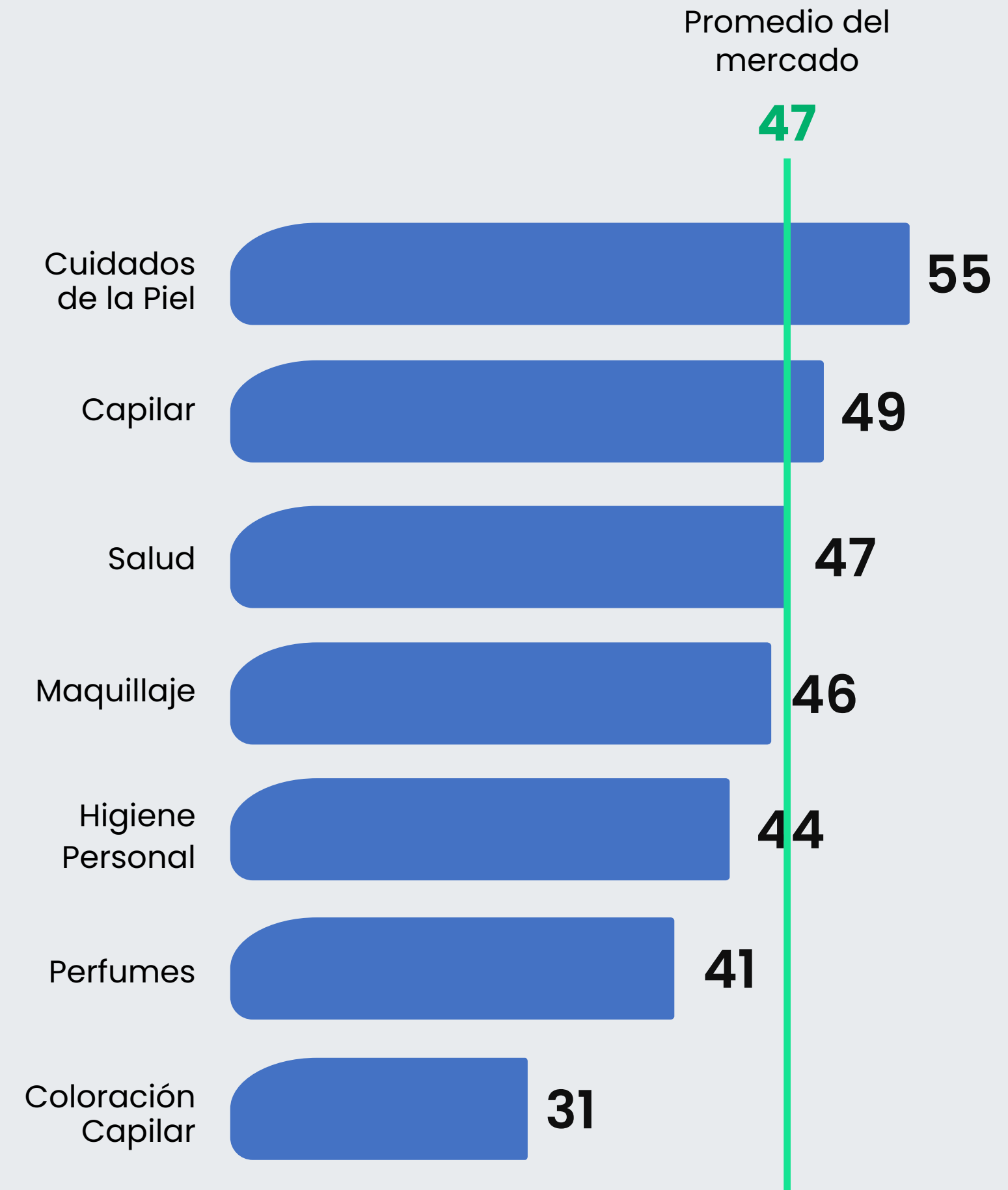
Resultado por categoría

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

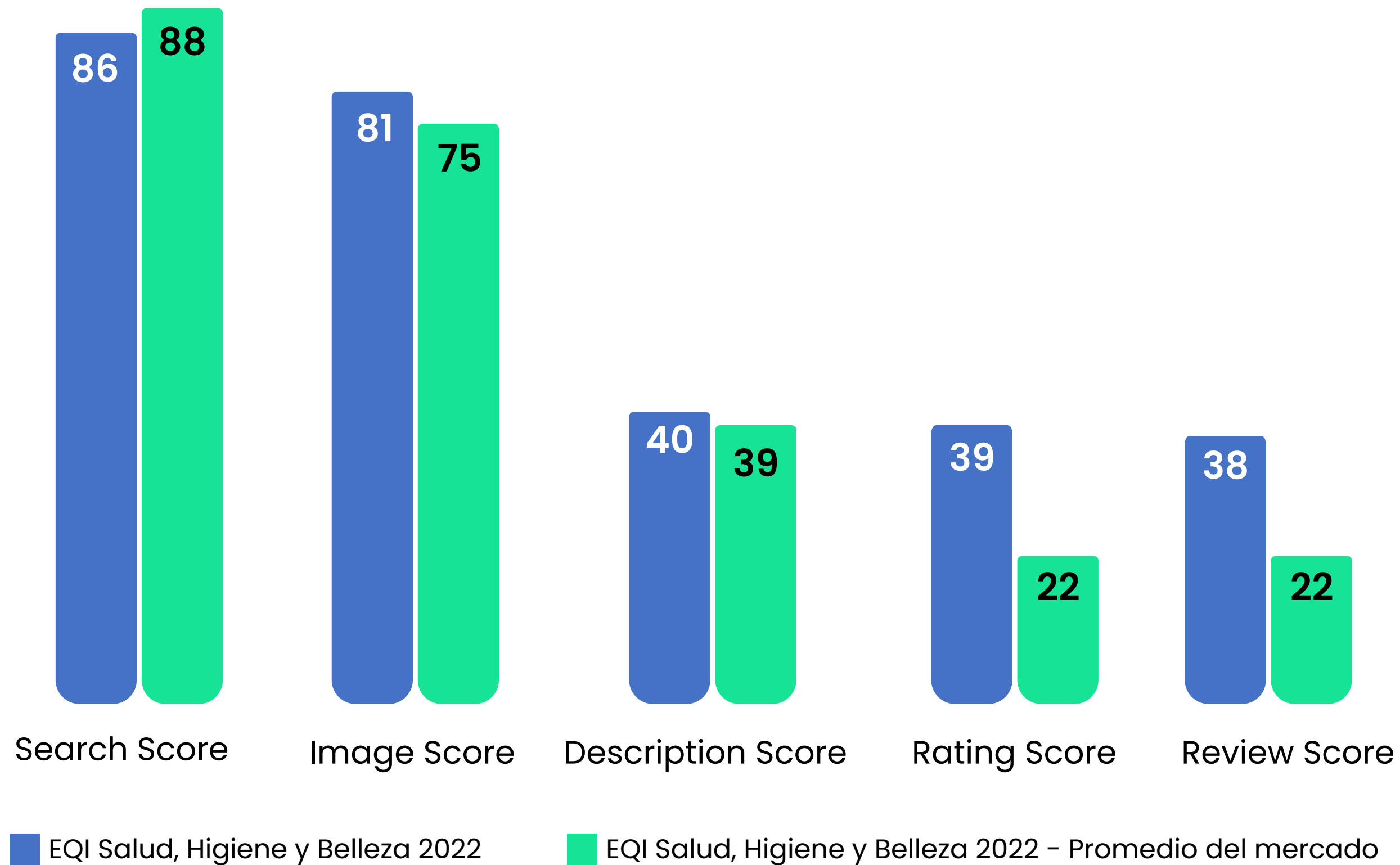


Image Score:
8% por encima del promedio del mercado



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.**



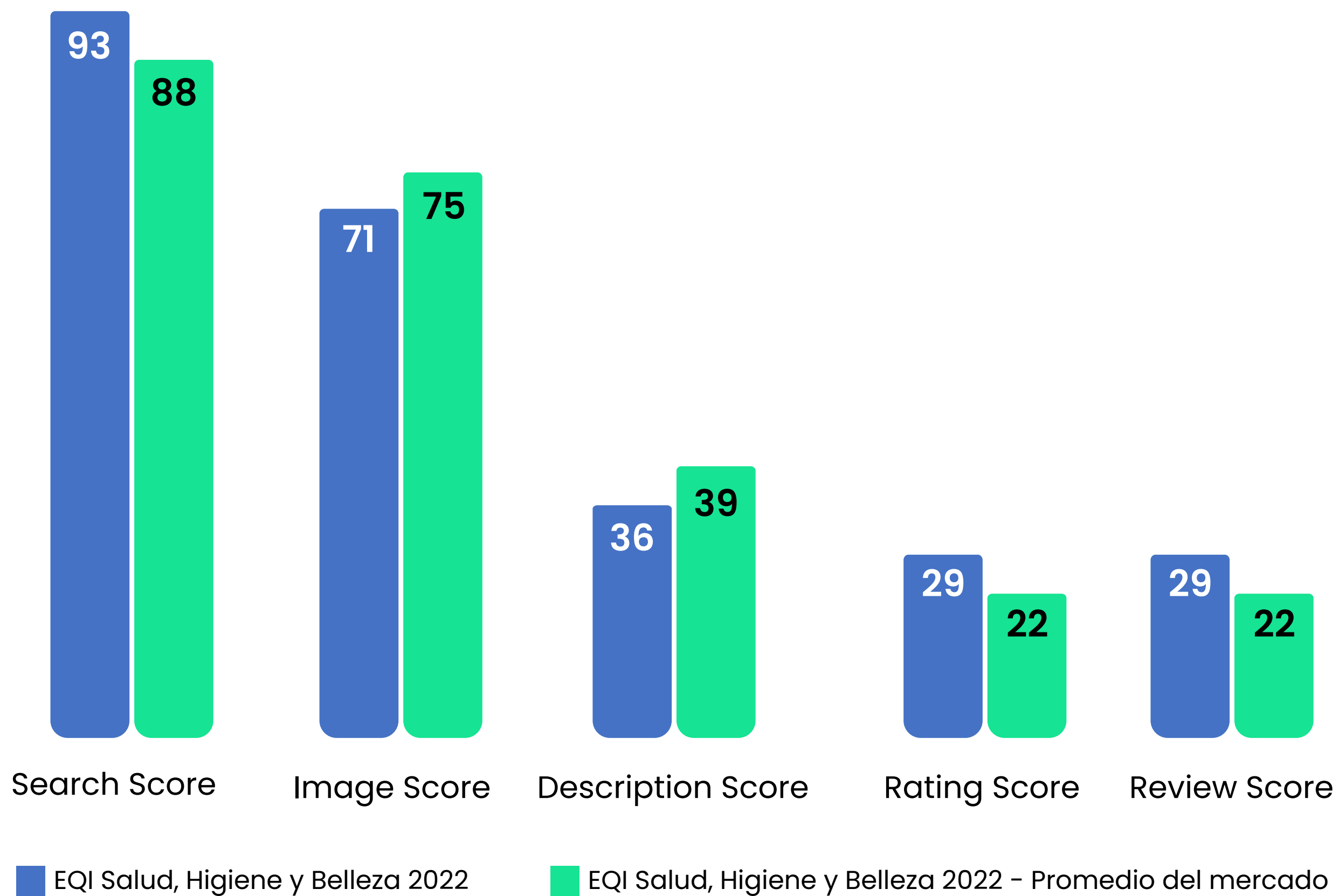
El puntaje EQI para la categoría Capilar **fue 4% superior a la nota promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





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.**



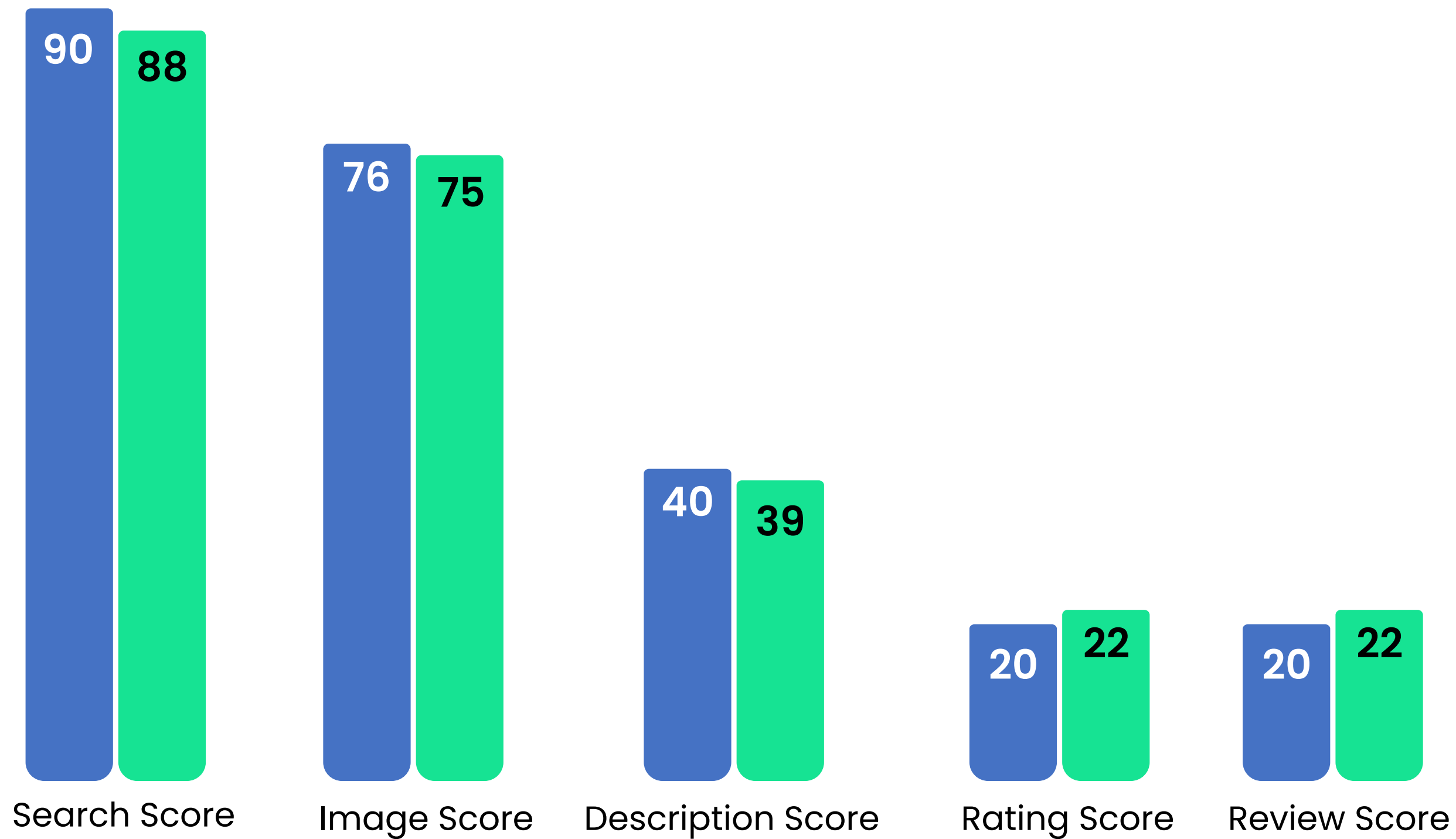
El puntaje EQI de la categoría Salud **fue igual a la nota promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





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

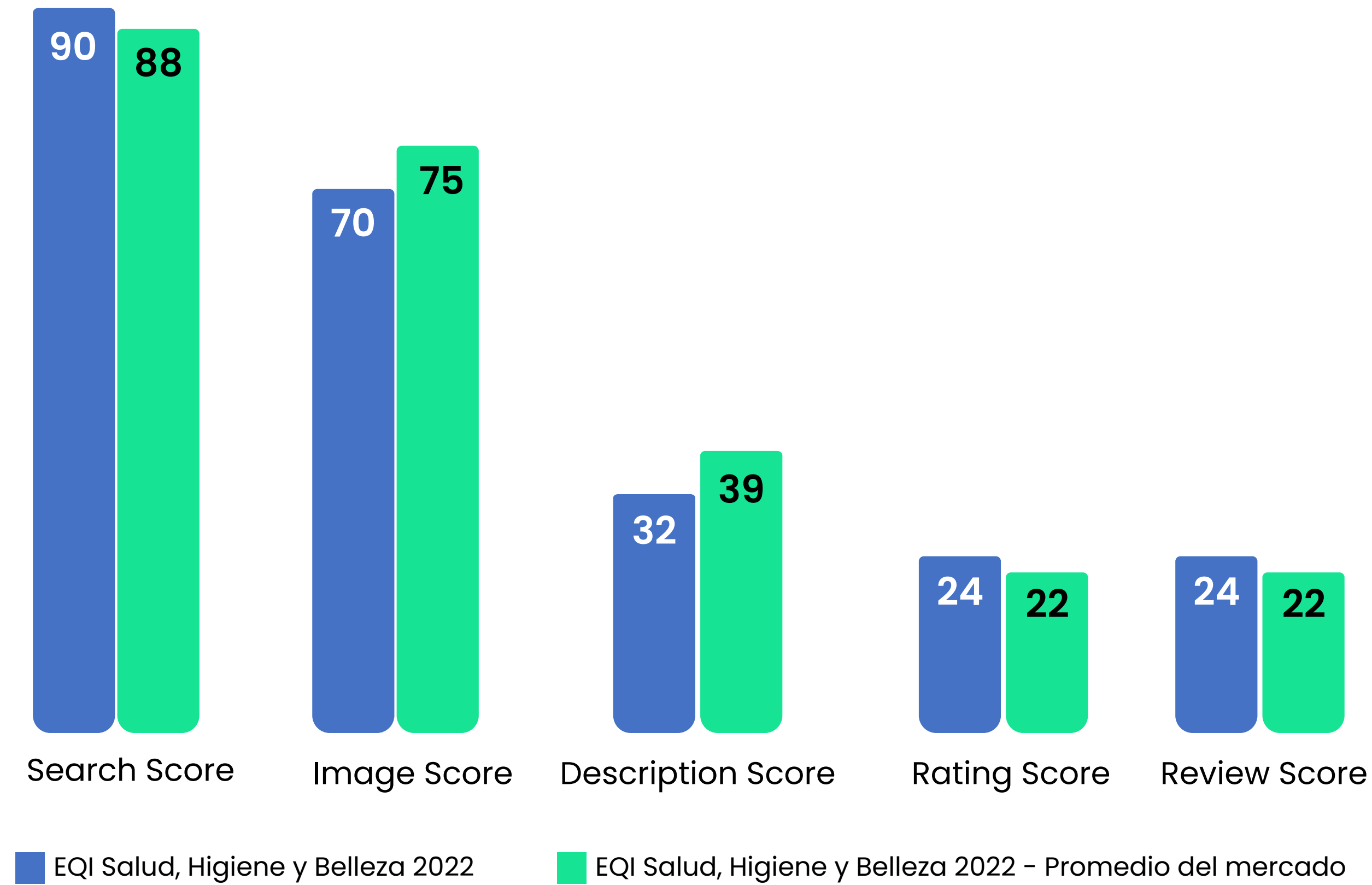
El puntaje EQI en la categoría de Maquillaje **estuvo 2% por debajo del puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





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

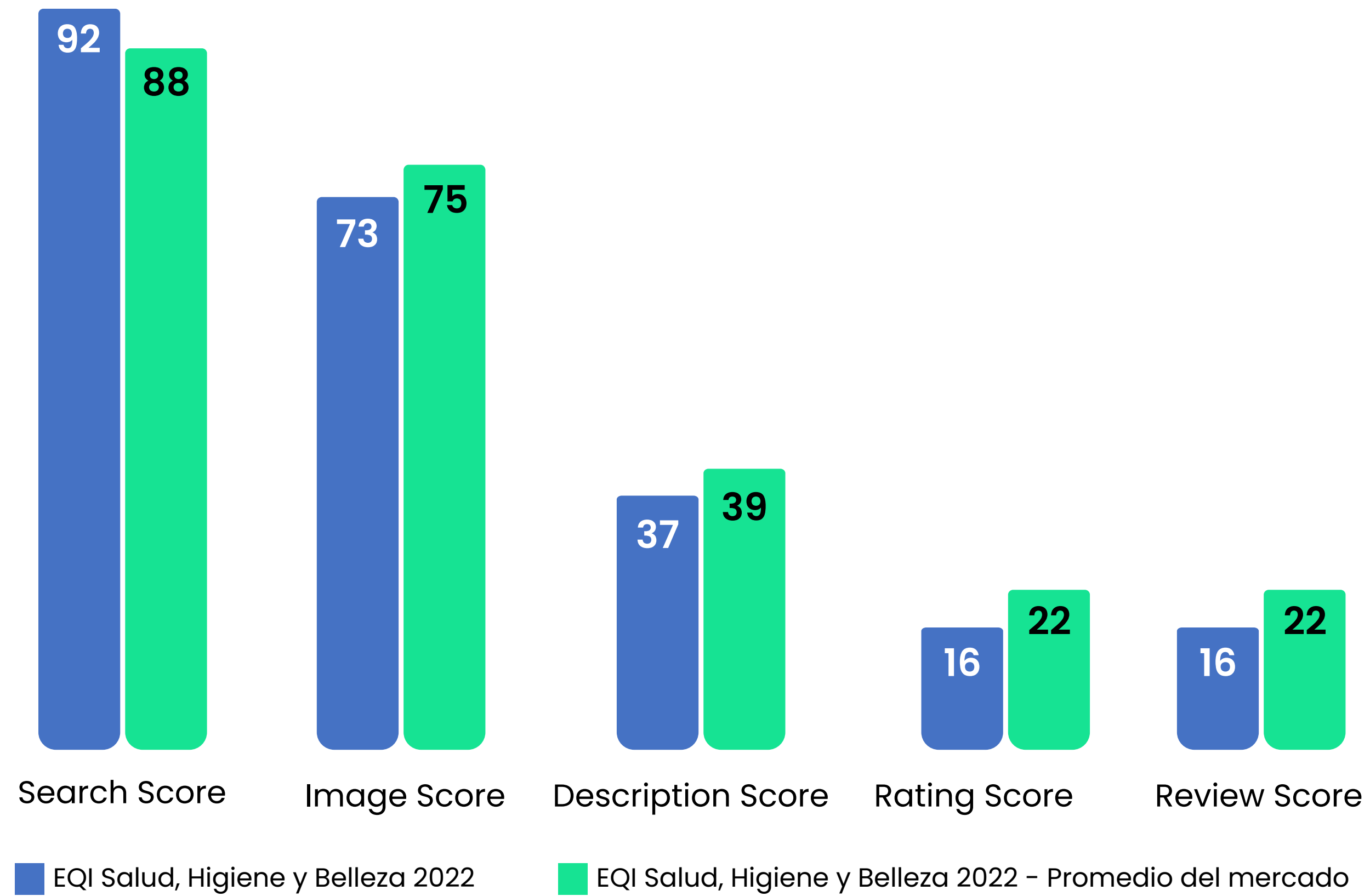
El puntaje EQI para la categoría de Higiene Personal **estuvo 6% por debajo de la nota promedio** para el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





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

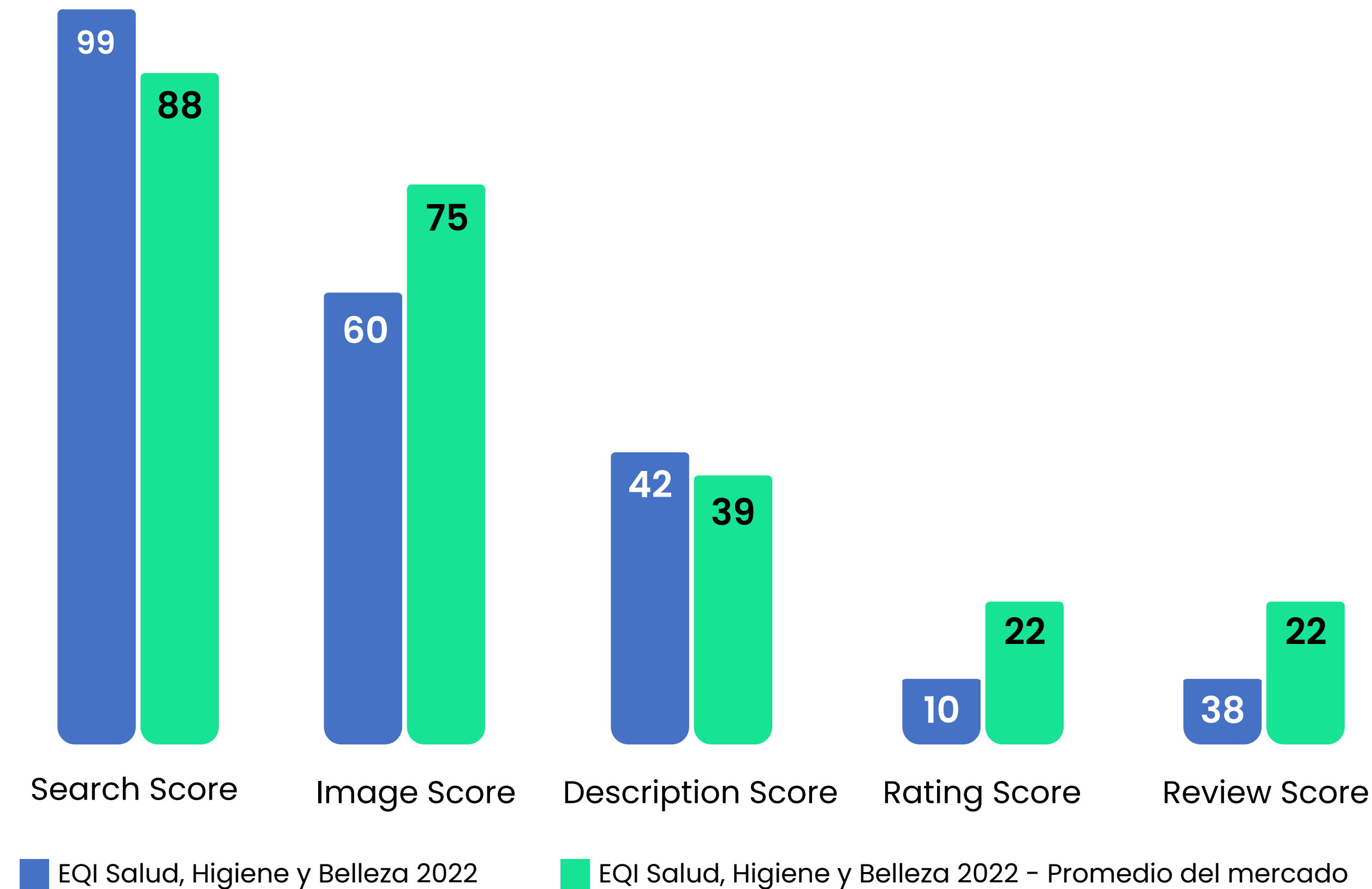
El puntaje EQI en la categoría de Perfumes **estuvo 13% por debajo de la nota promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





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.**

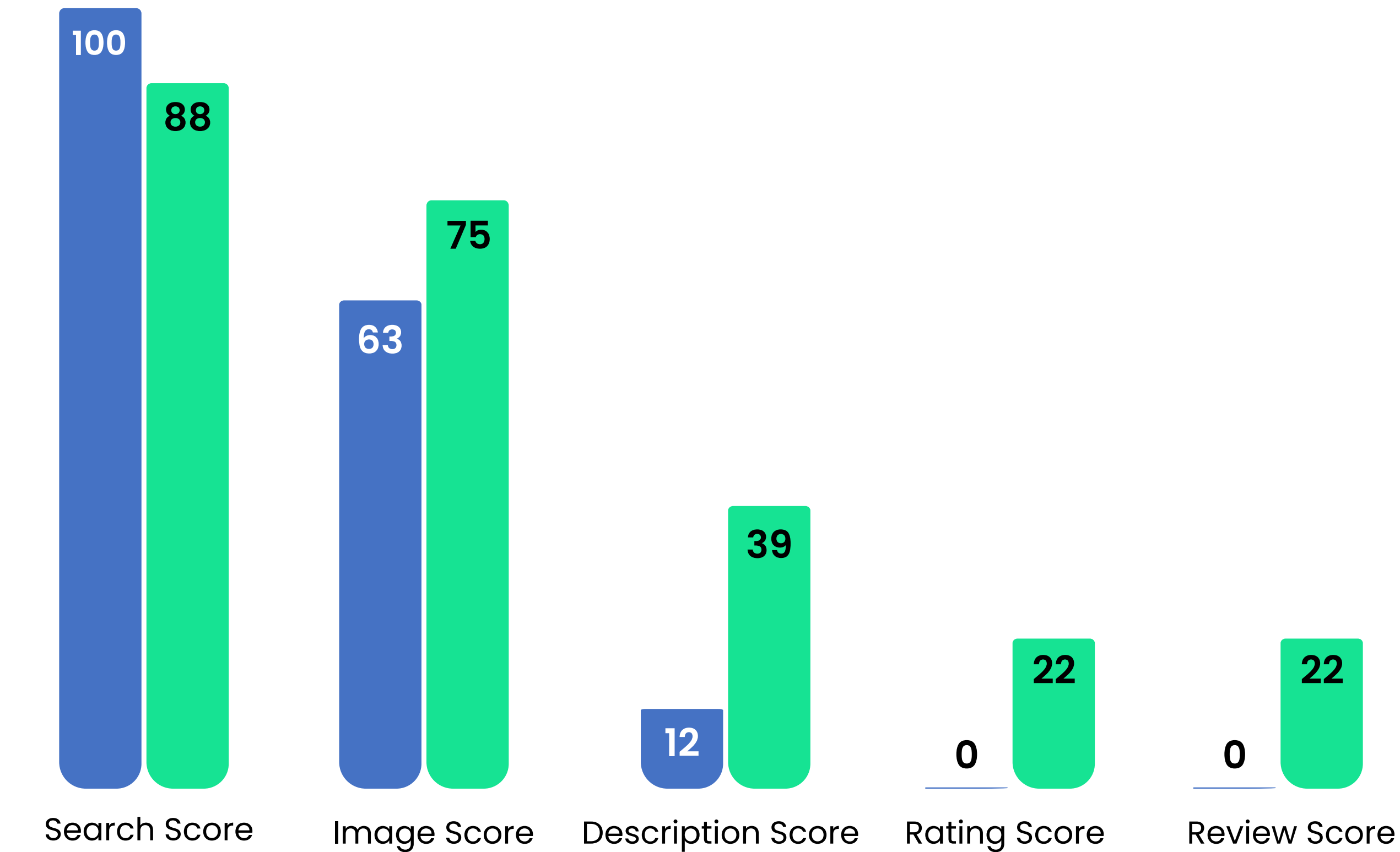
El puntaje EQI en la categoría Coloración Capilar **estuvo 34% por debajo de la nota promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





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
1°	Amazon	63
2°	Chedraui	40
3°	Bodega Aurrera	38
4°	Soriana Super	34
5°	Mercado Libre	32
6°	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



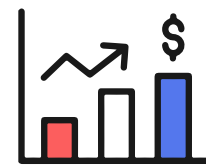


**RANKING
TOP 14
MARCAS EQI**

☆	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.



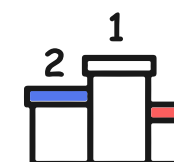
Mejor canal de venta: Marketplace es el canal de venta con mejor puntuación en el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022, situándose por encima de la media del segmento.



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.

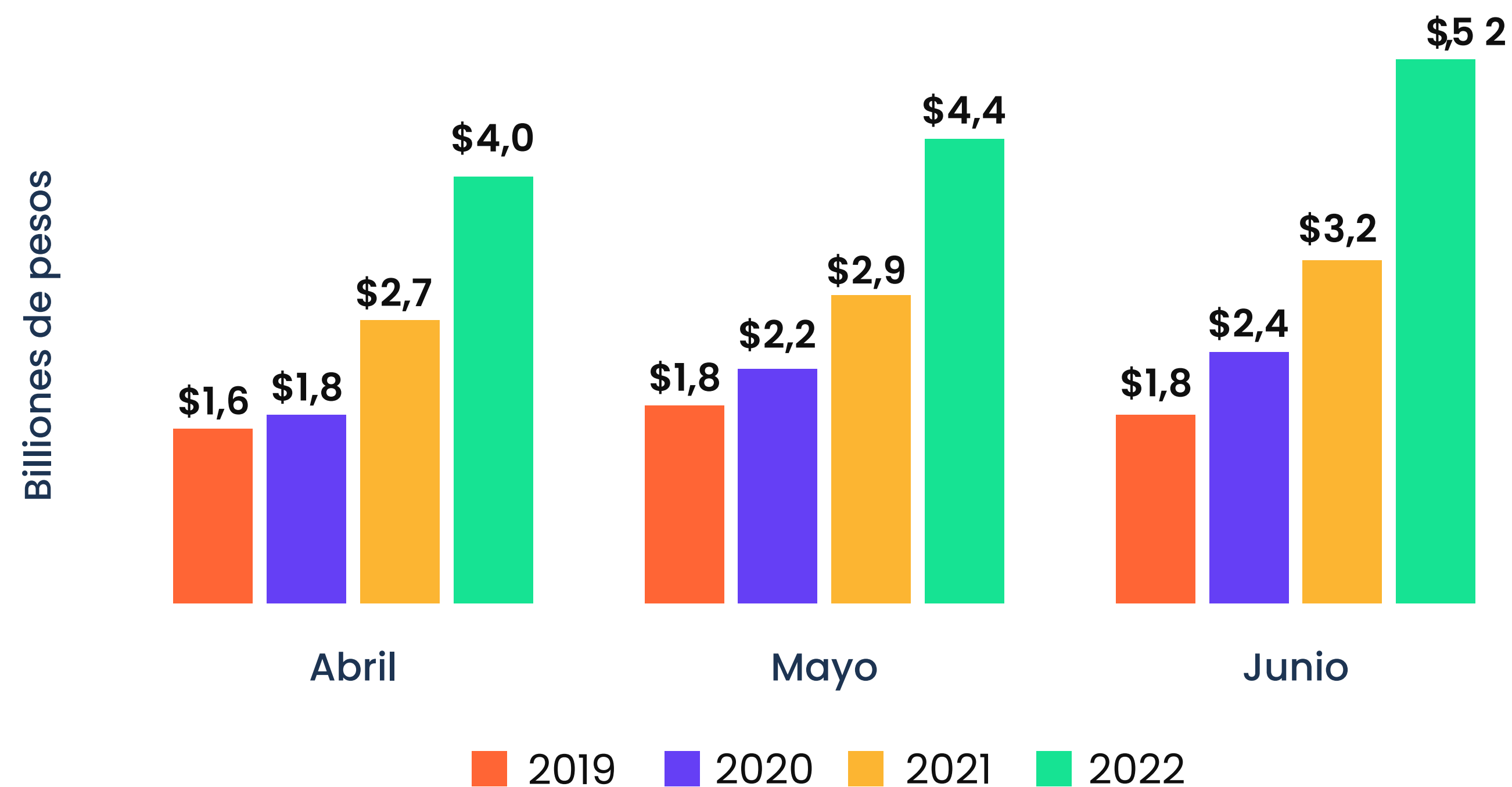


EQI de Salud,
Higiene y Belleza
Colombia



Comportamiento del consumidor colombiano

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

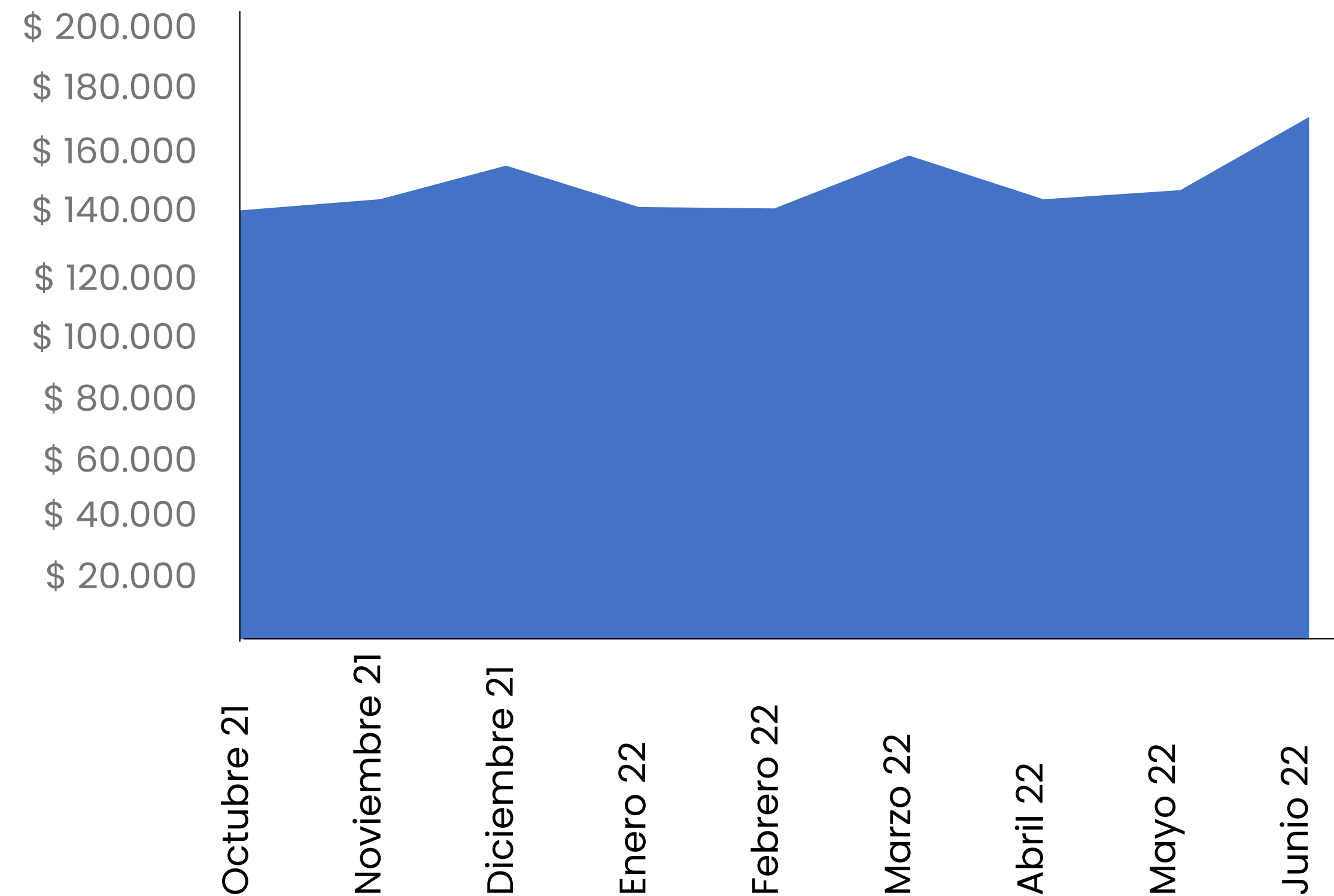


(Fuente: Informe Trimestral Agosto 2022 - Cámara Colombiana de Comercio Electrónico)



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

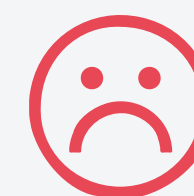


El consumidor omnicanal
representa
**1/3 de la población
colombiana**

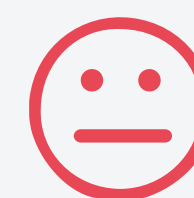


40% de las compras
online son de
consumo masivo

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**



0

35

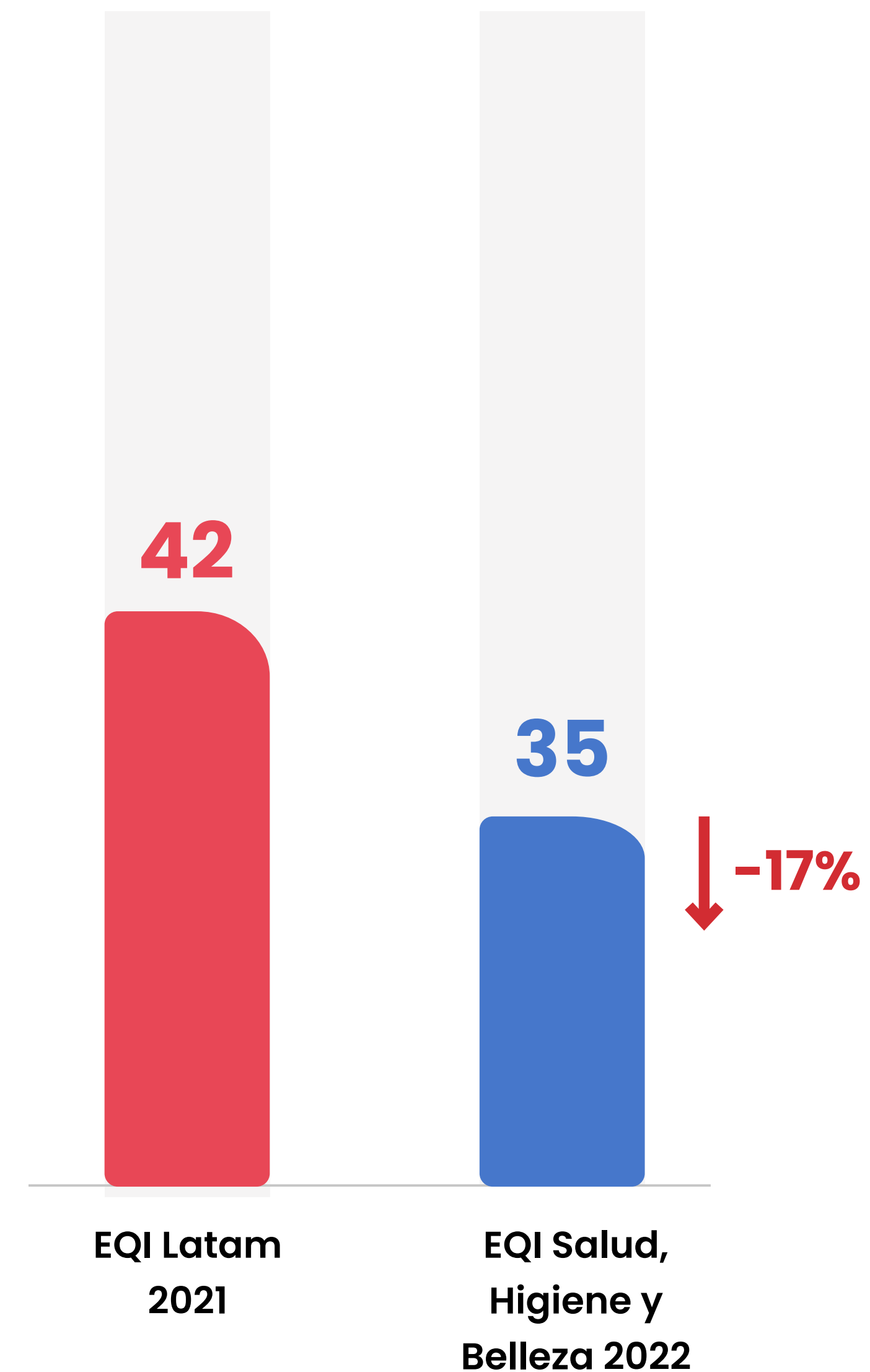
100

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.

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.

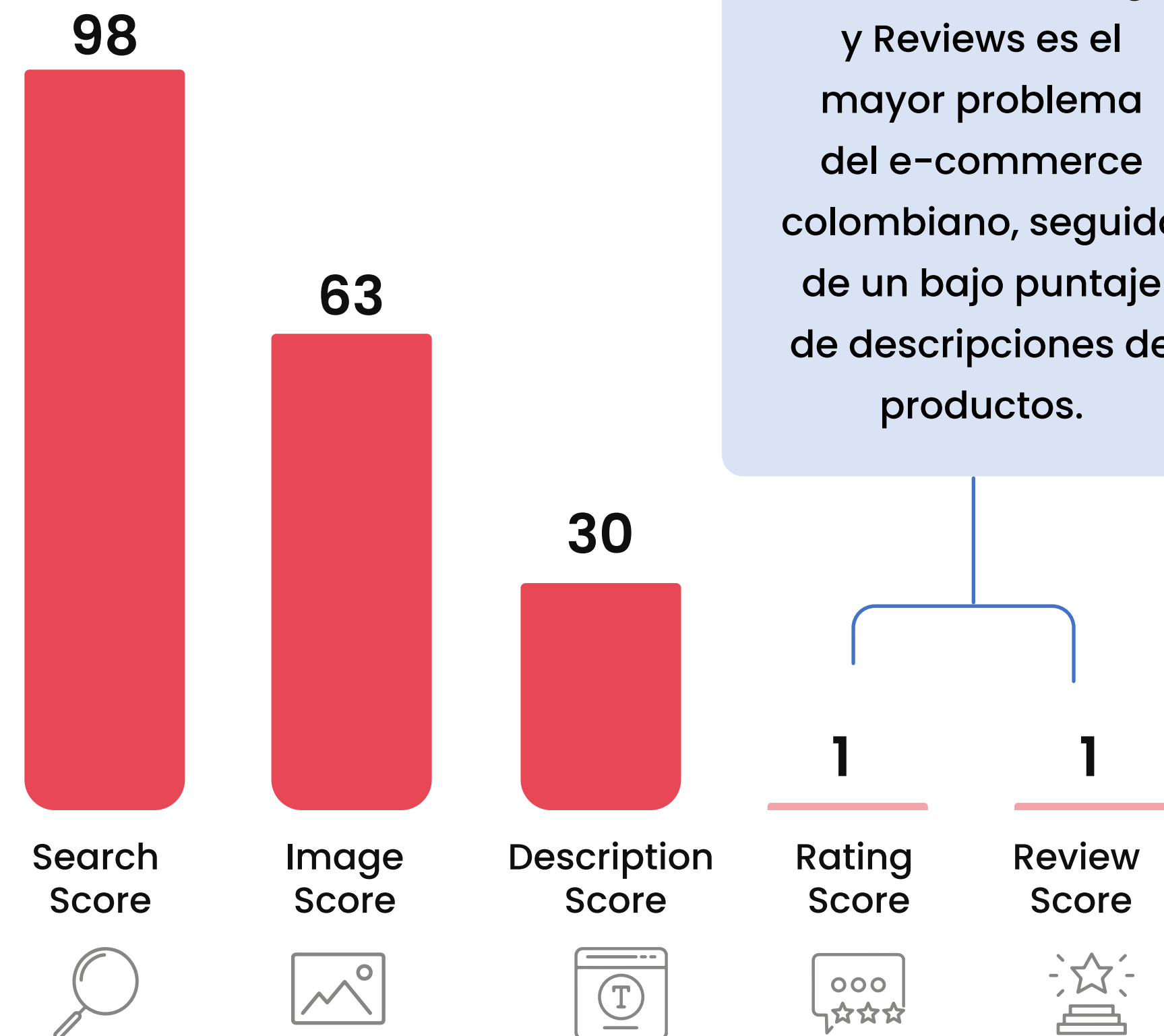


Resultado por criterio

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.

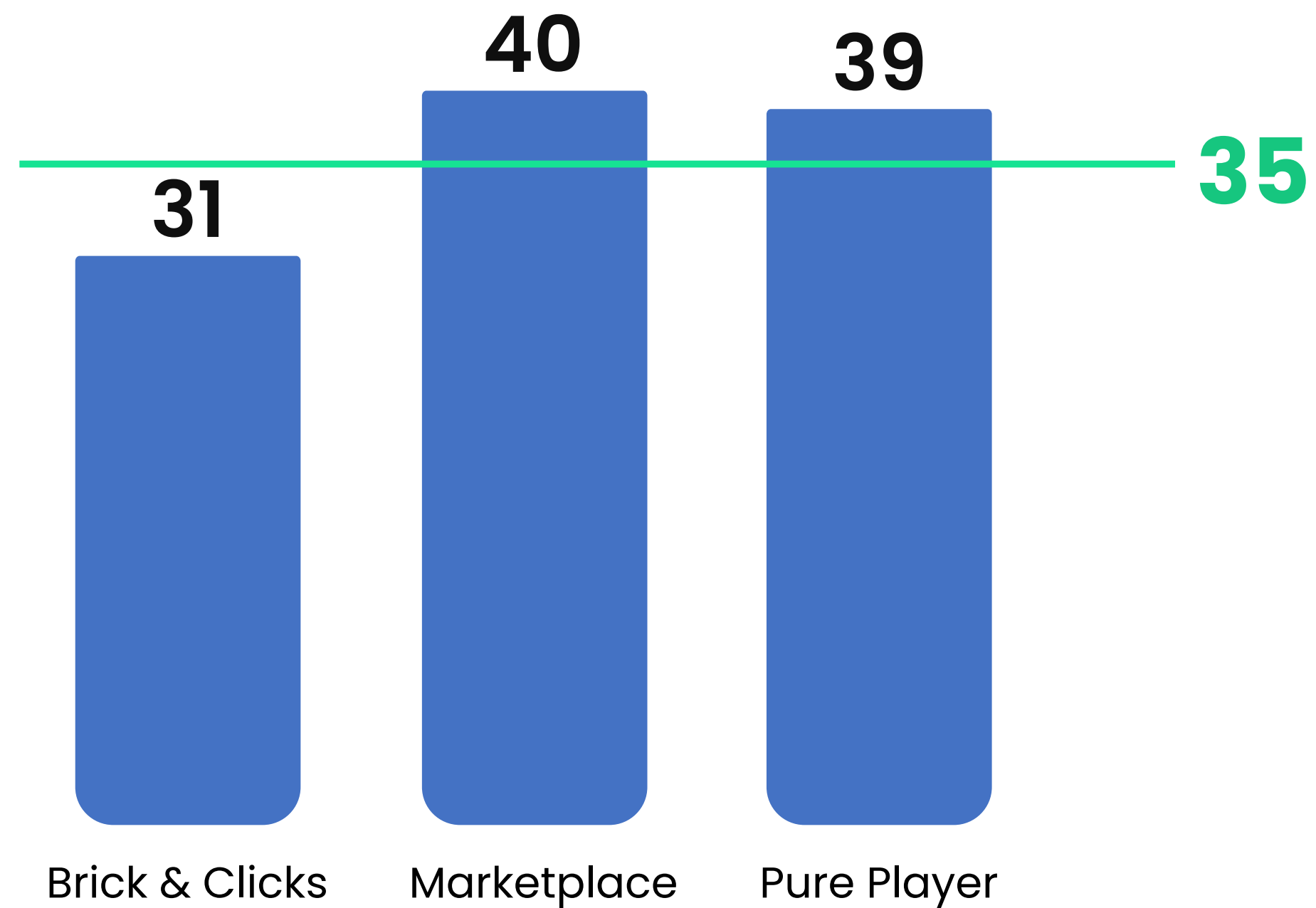
98 % por debajo de los criterios recomendados (60 puntos)

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



■ Nota EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

— Promedio del Mercado

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**

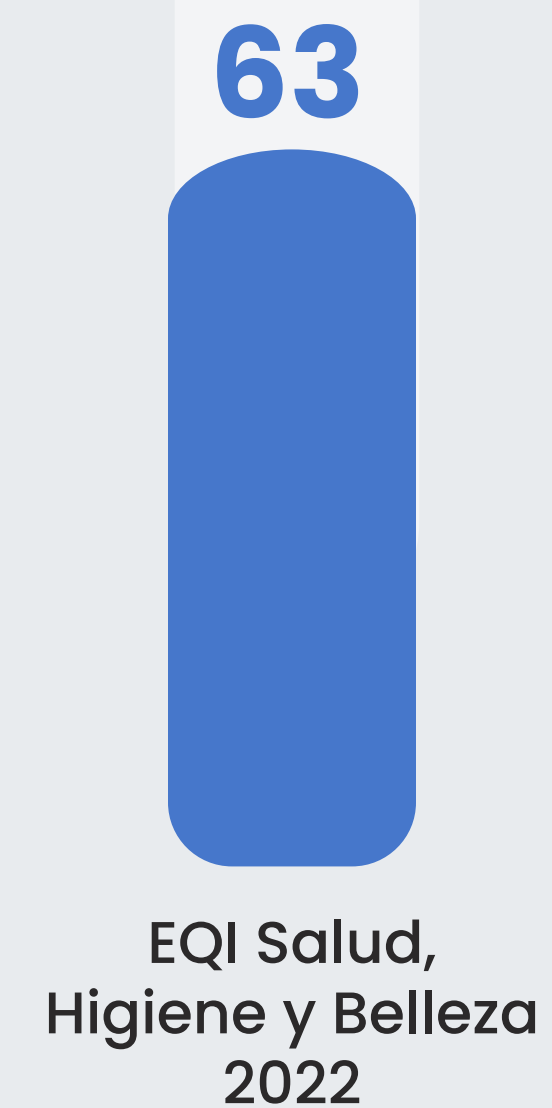




Image Score

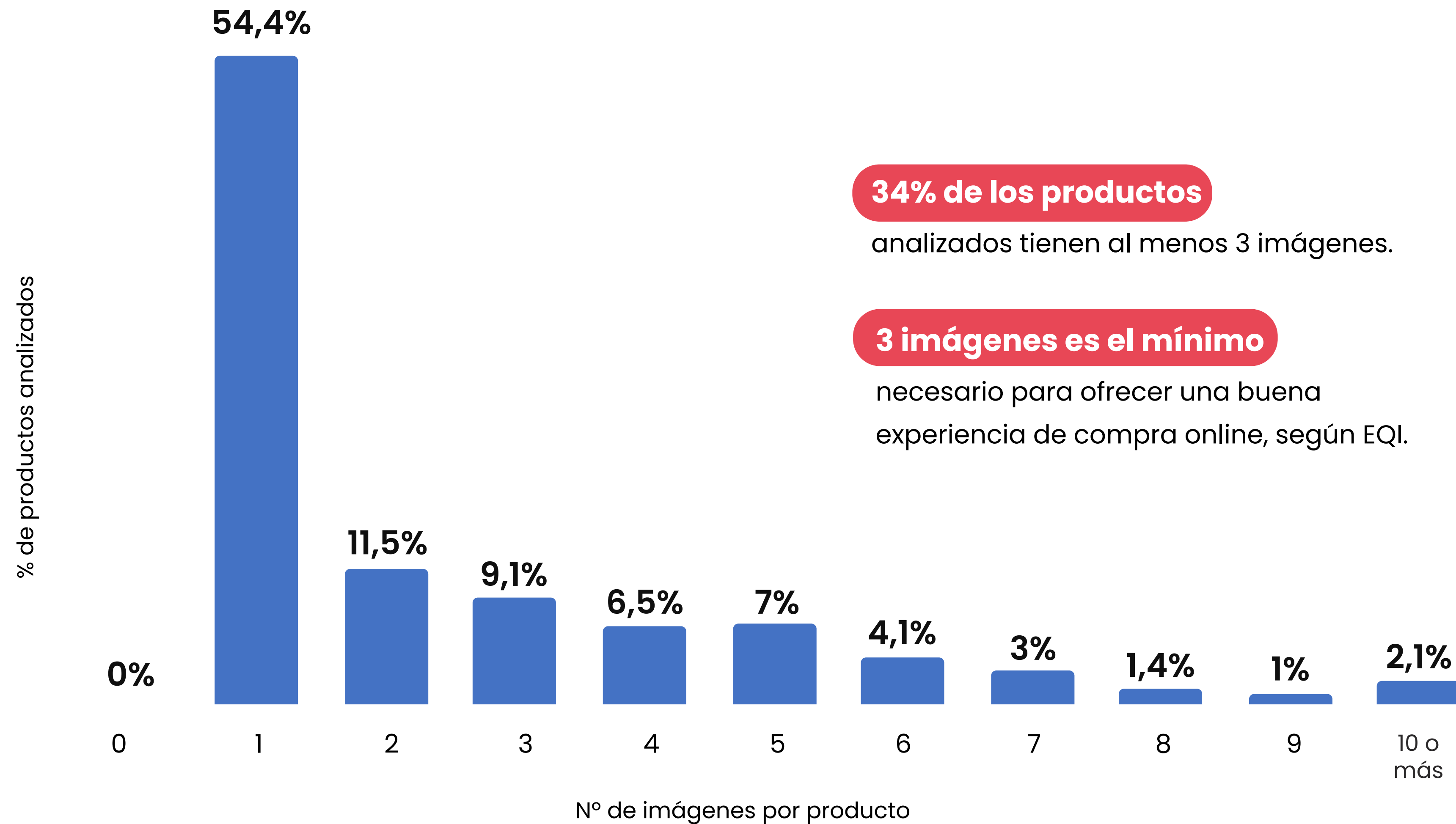
El Image Score se calcula según el número de imágenes en la página del producto. De esa forma, la puntuación es 100 cuando el producto tiene 3 imágenes o más.

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





Promedio de imágenes por producto

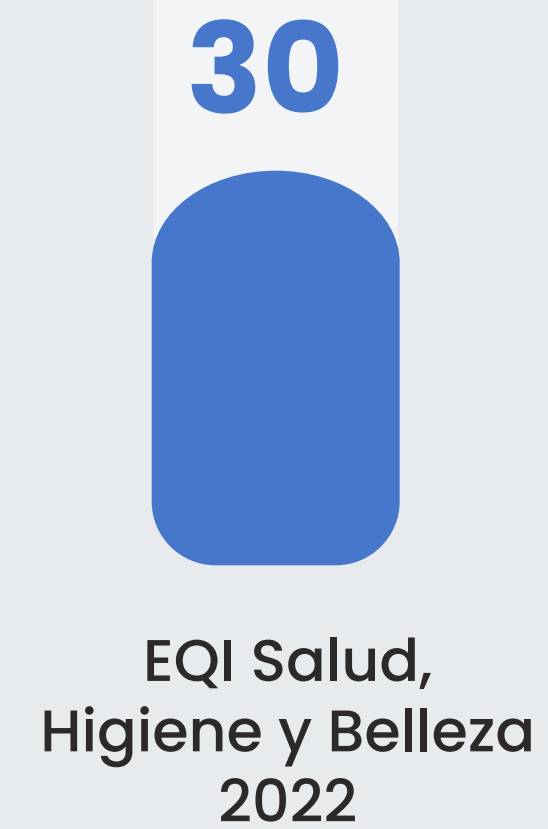




Description Score

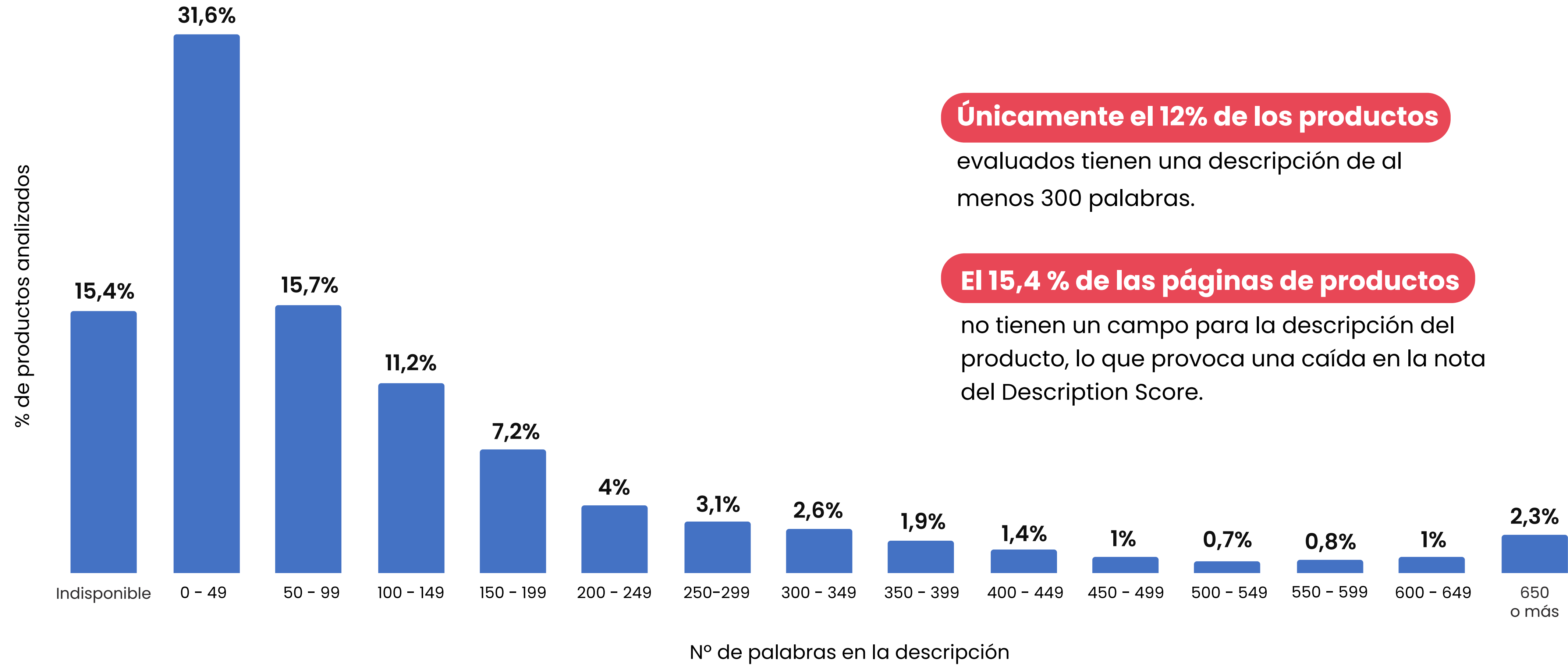
El Description Score se calcula según el número de palabras de la descripción. Por lo tanto, si la descripción es de 300 palabras o más, el resultado será 60. Si la descripción es mayor o igual a 1700 palabras, la puntuación será de 100.

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%

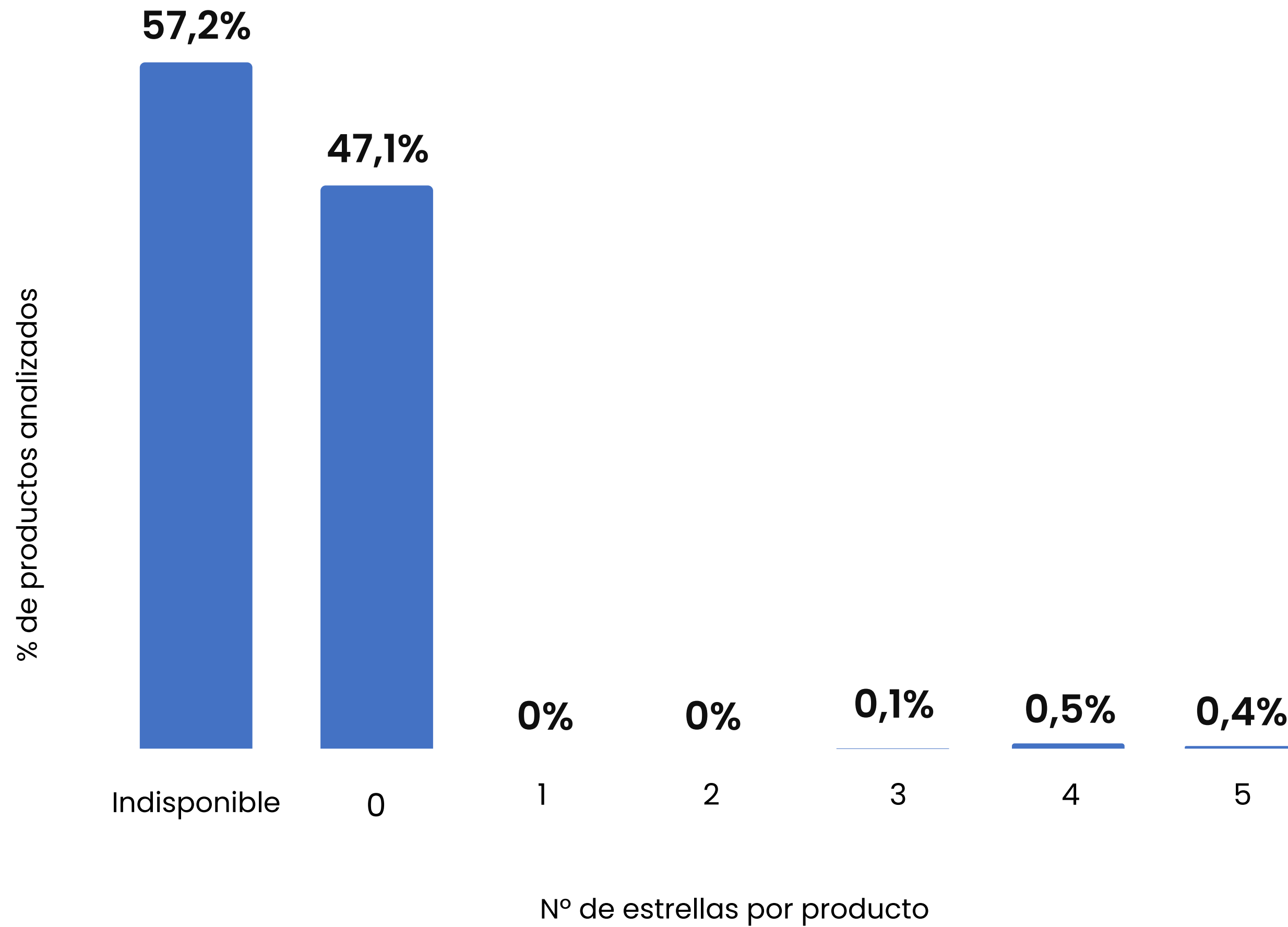
1

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.

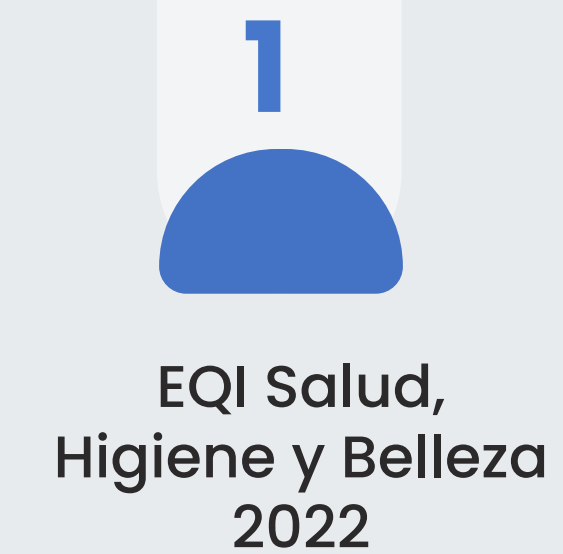




Review Score

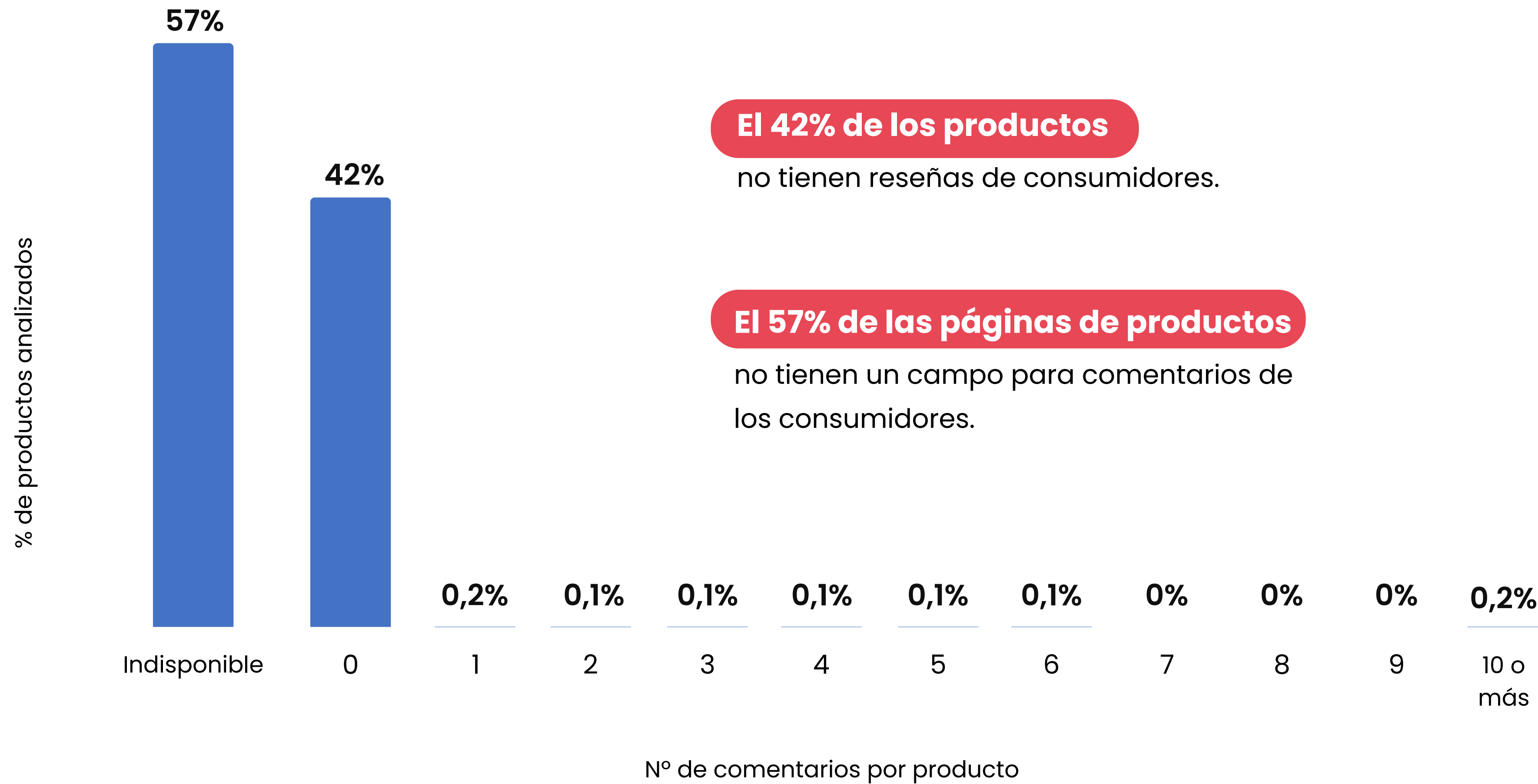
El Review Score se basa en la cantidad de comentarios de los consumidores en la página del producto. Para obtener el mínimo recomendado de 60, el índice debe tener entre 1 y 4 comentarios, por encima de 5 comentarios la puntuación es 100.

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%

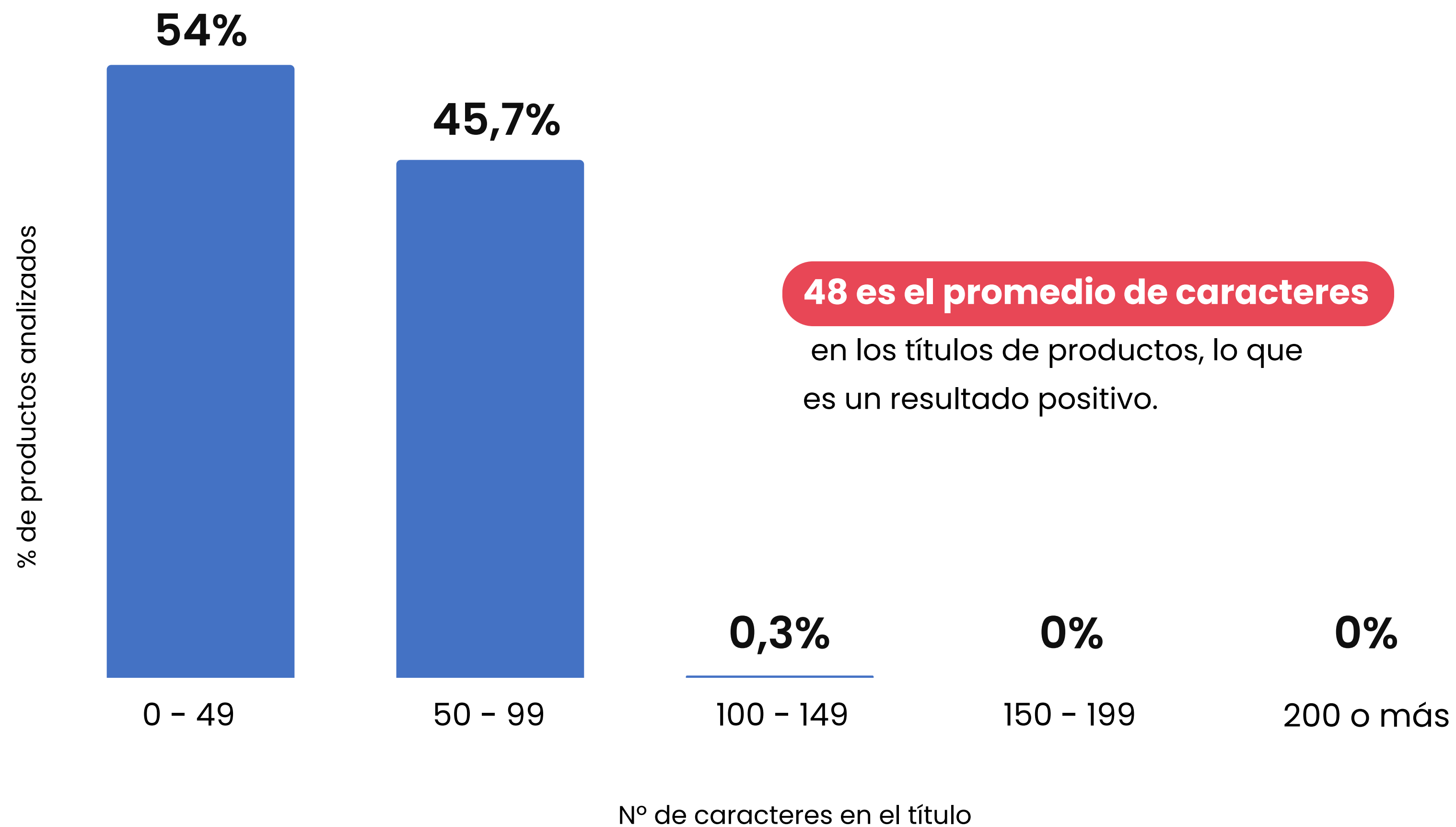
98

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

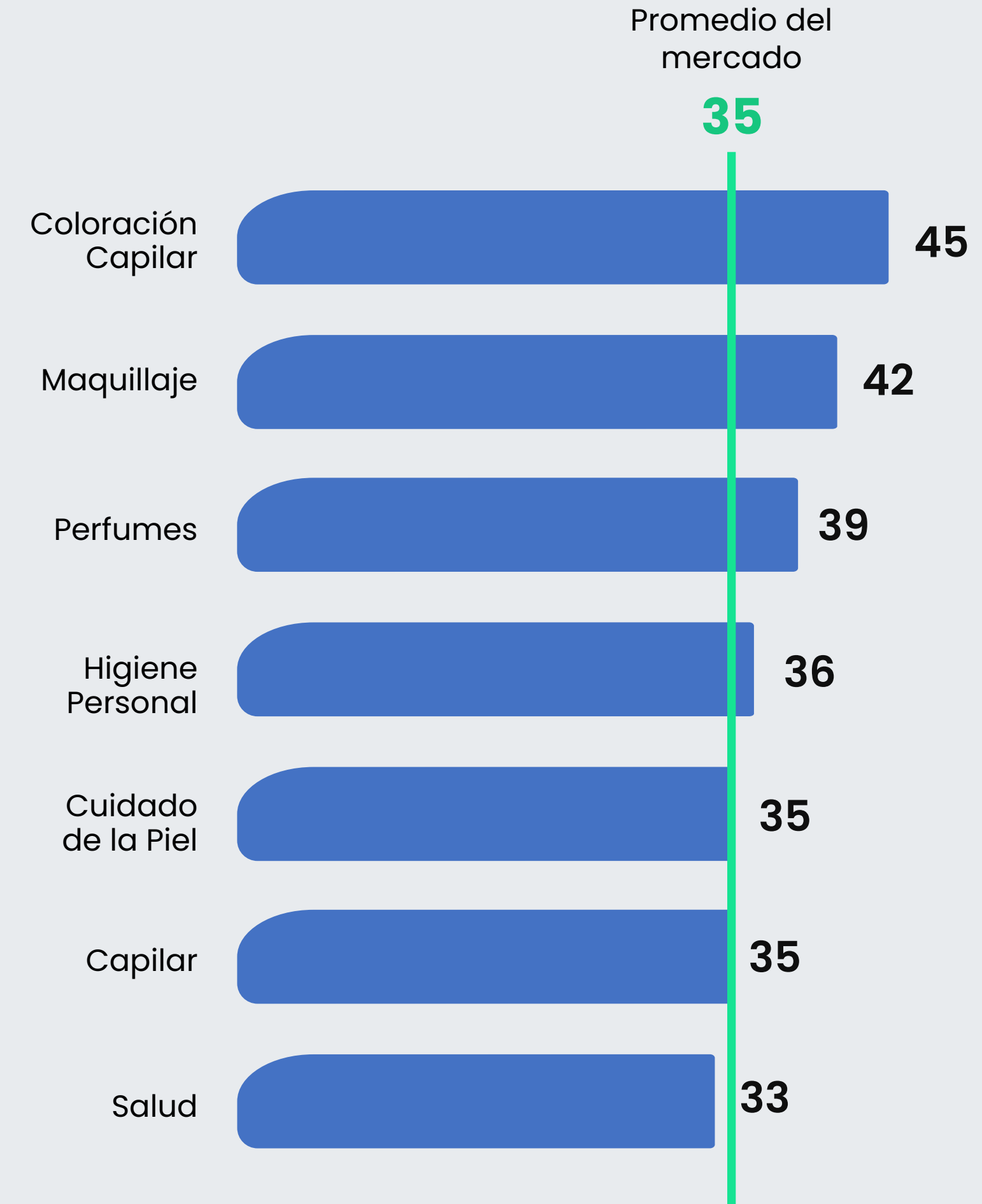
Las categorías de **Coloración Capilar**, **Maquillaje**, **Perfumes e Higiene Personal** tuvieron un puntaje EQI por encima del promedio del mercado

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.**



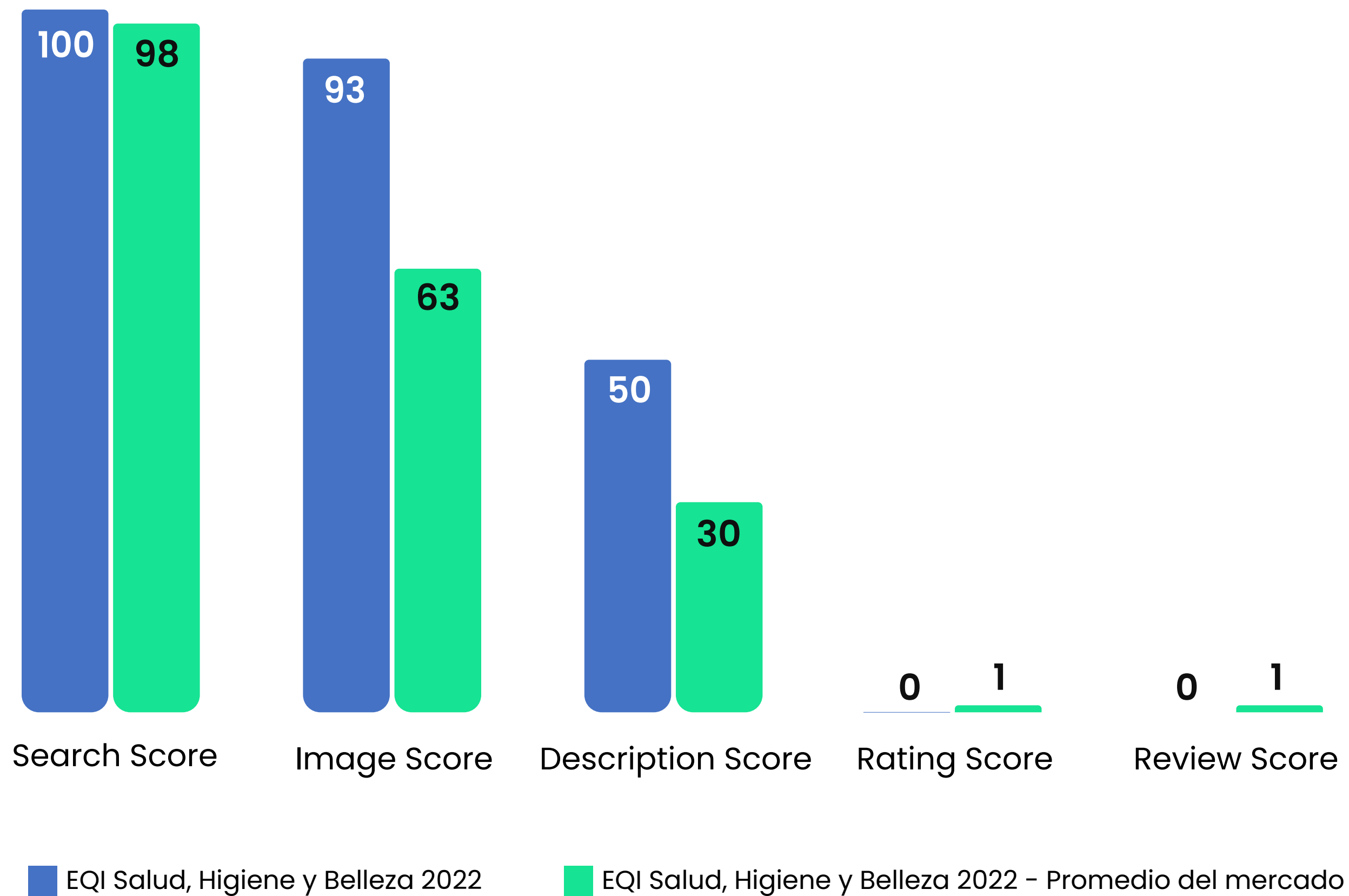
El puntaje EQI en la categoría de Coloración Capilar **fue 28% superior al puntaje promedio** en el segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Coloración Capilar

Resultado por criterio



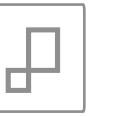
Search Score:
2% por encima del promedio del mercado, con un puntaje de 100



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

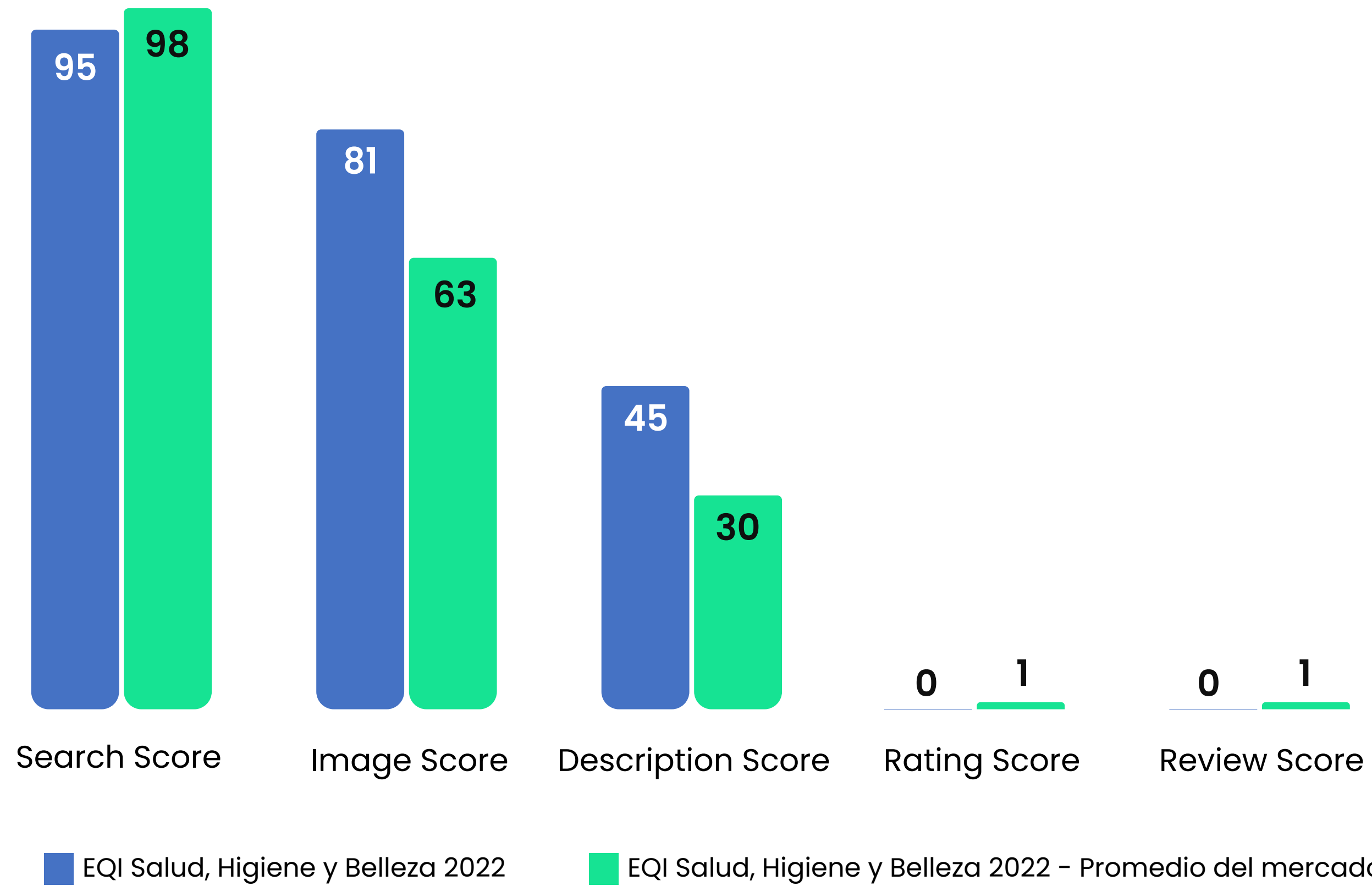
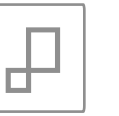


Image Score:
28% por encima del promedio del mercado



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





Perfumes

EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

39

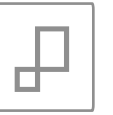
Promedio del mercado

35

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



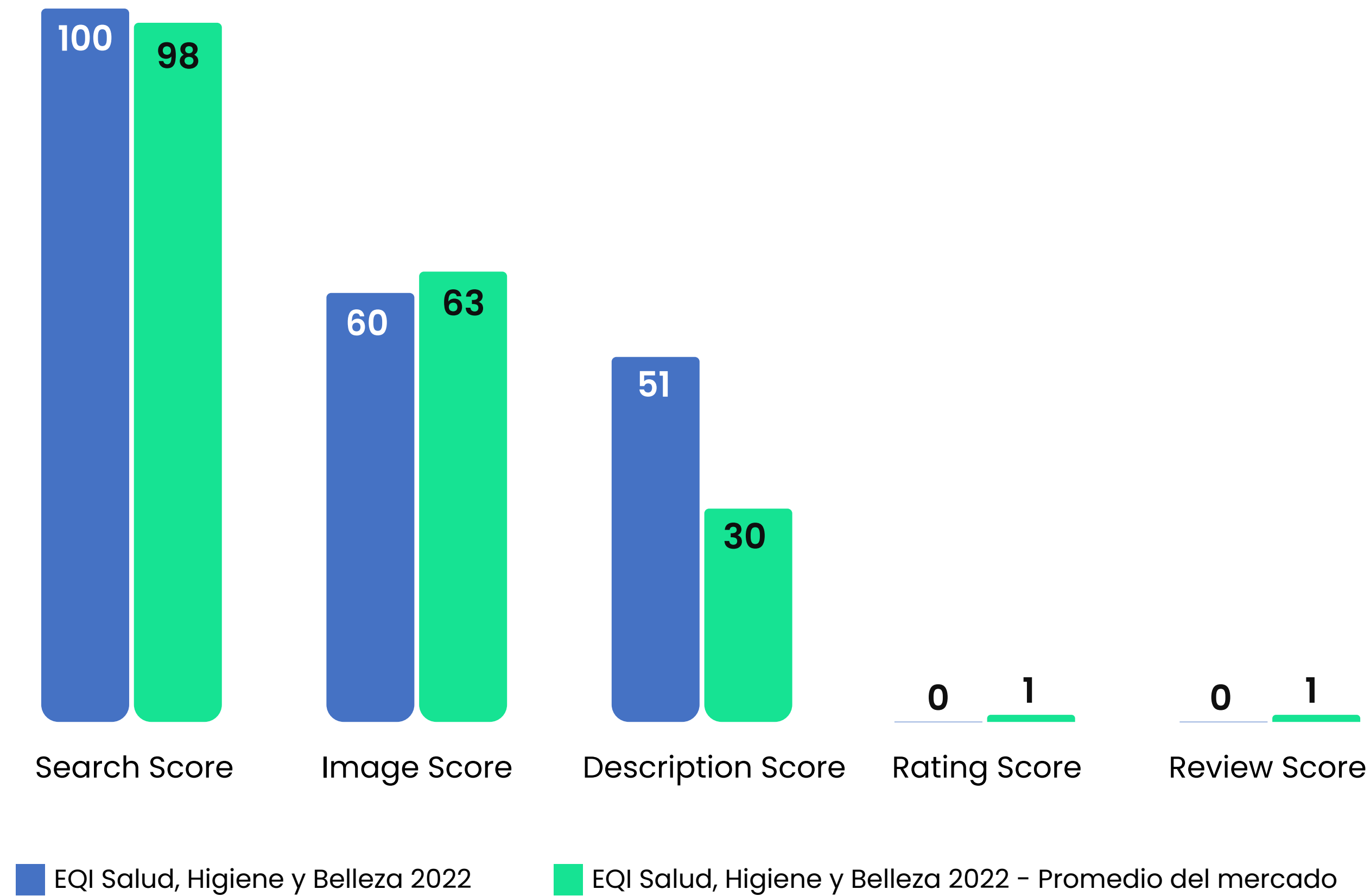
El puntaje EQI para la categoría Perfumes **estuvo un 11% por encima del puntaje promedio** del segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Perfumes

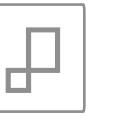
Resultado por criterio



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.**



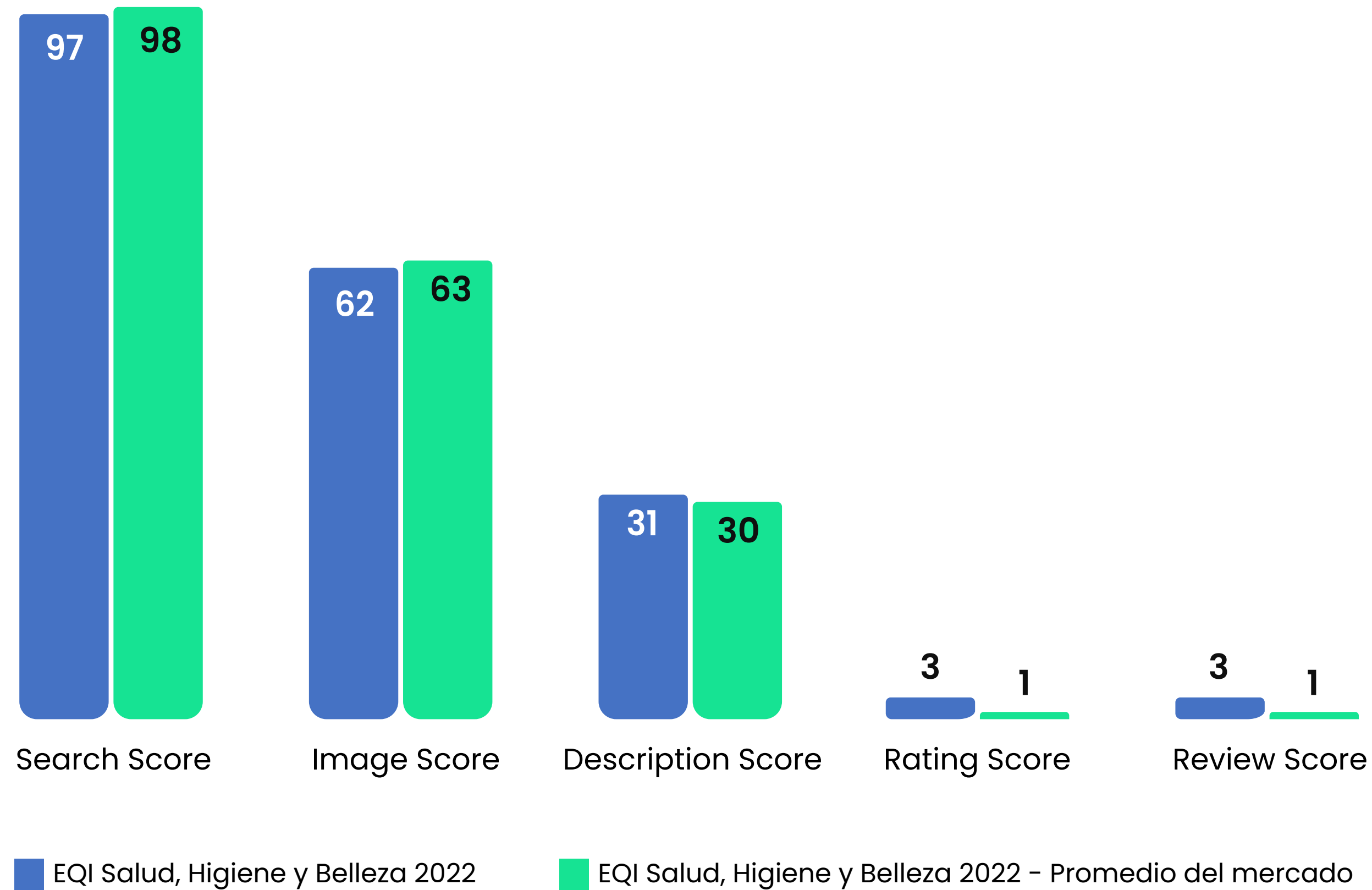
El puntaje EQI para la categoría Higiene Personal **estuvo un 3% por encima del puntaje promedio** del segmento Salud, Higiene y Belleza.





Higiene Personal

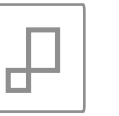
Resultado por criterio



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

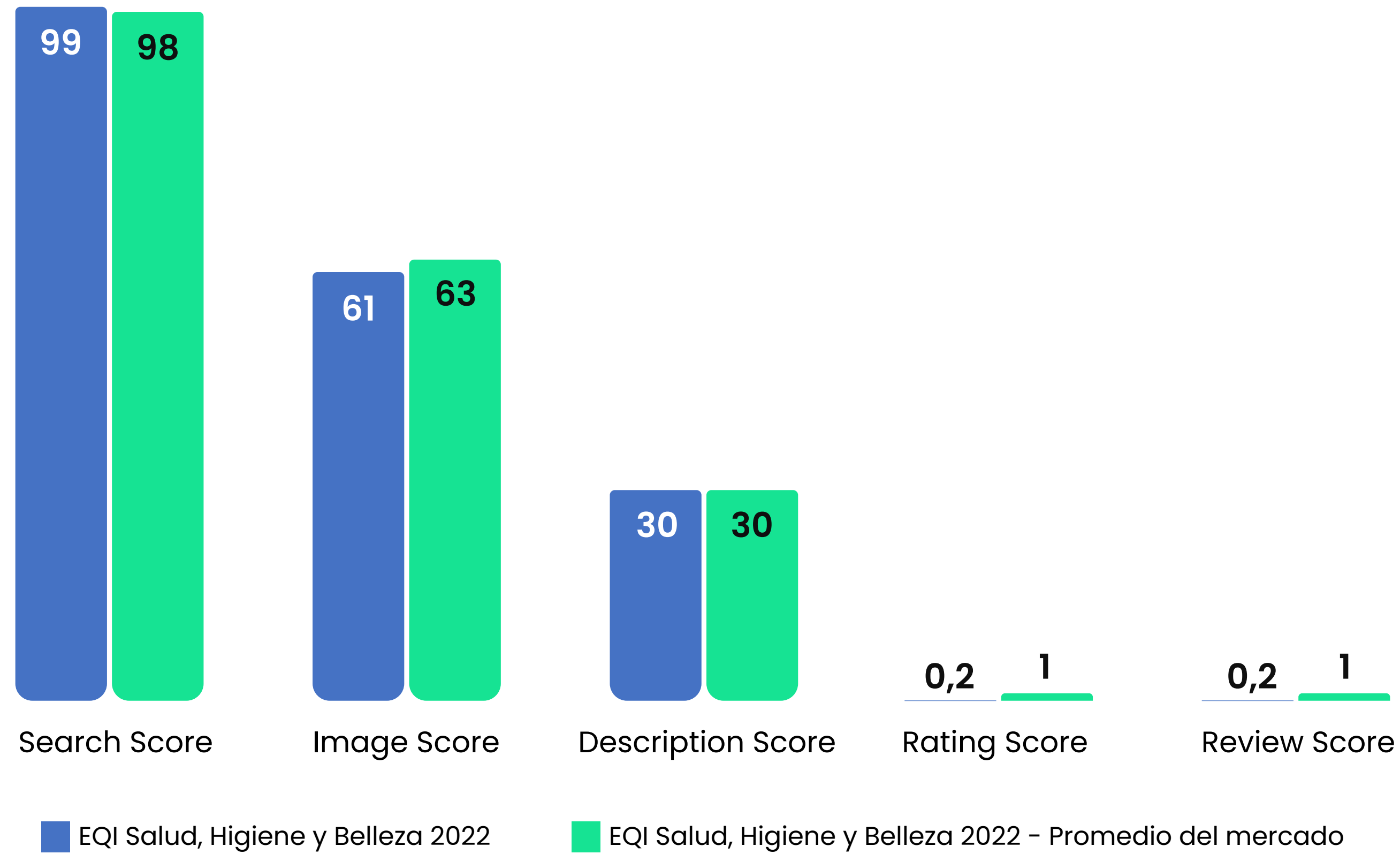
La nota EQI para la categoría de Cuidado de la Piel **fue igual al puntaje promedio** para el segmento de Salud, Higiene y Belleza.



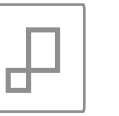


Cuidado de la Piel

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

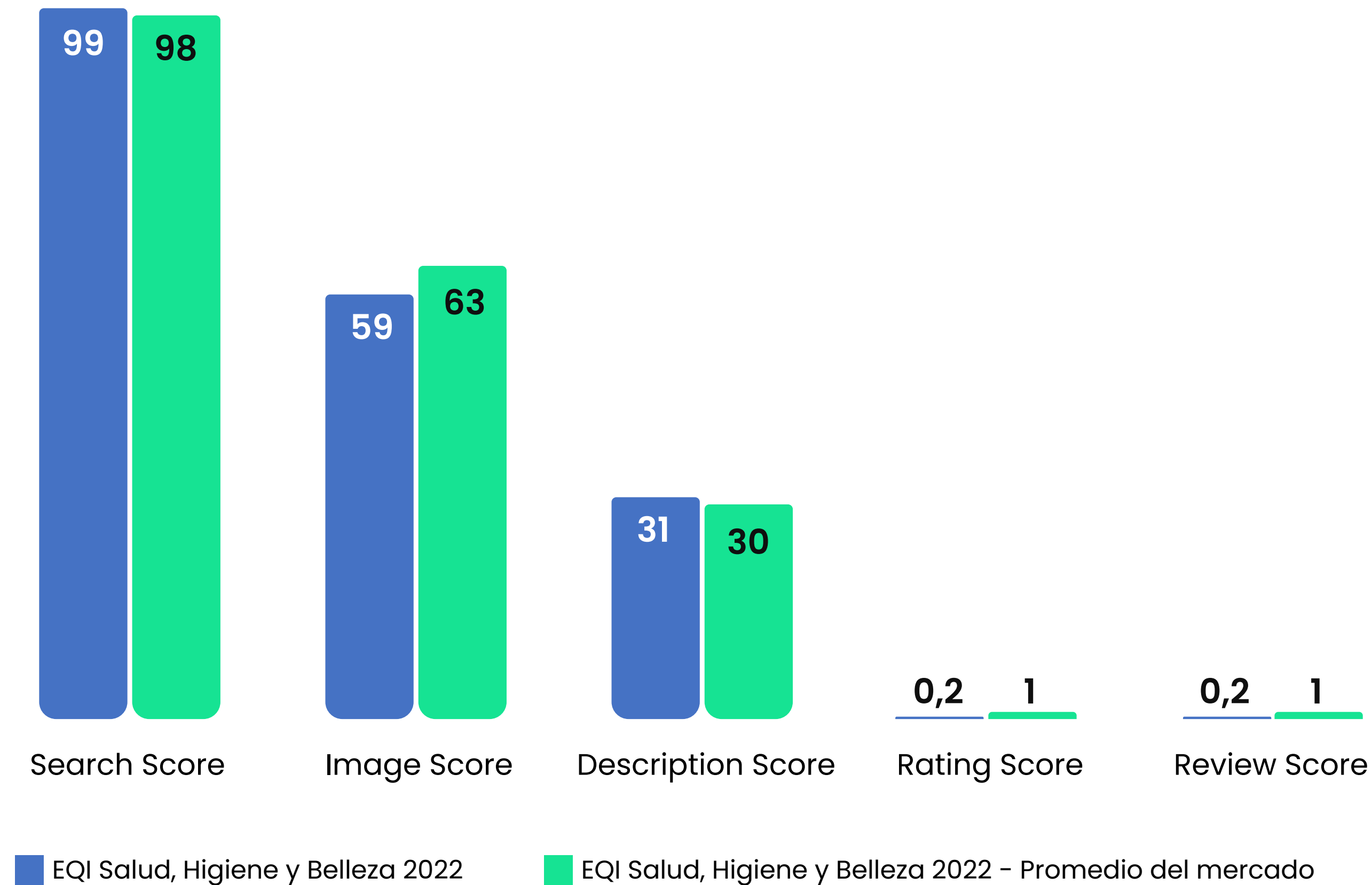
El puntaje EQI en la categoría Capilar fue **igual al puntaje promedio** en el segmento Salud, Higiene y Belleza.





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

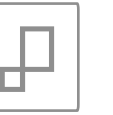
Promedio del mercado

35

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



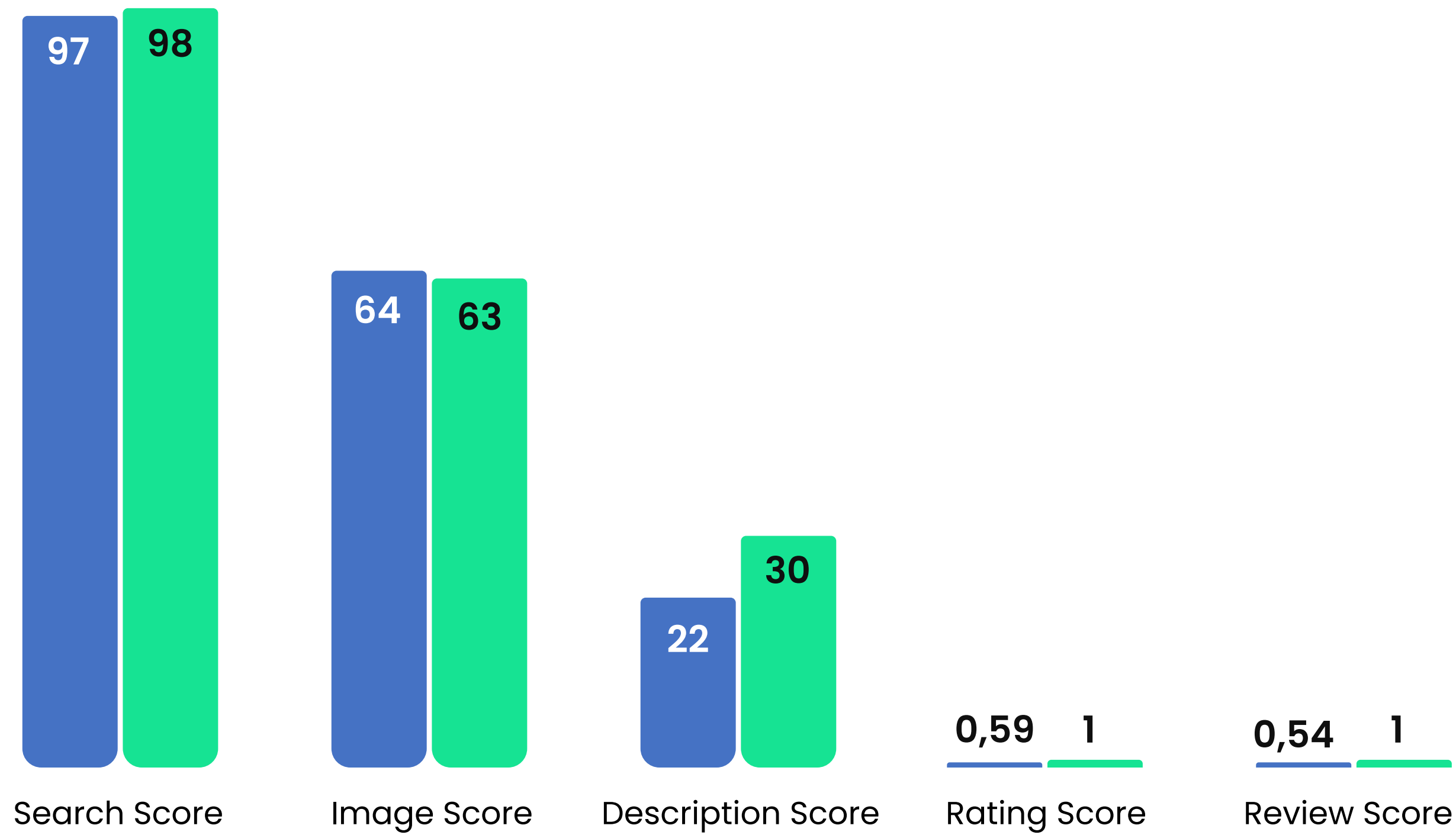
El puntaje EQI para la categoría Salud estuvo un **6% por debajo del puntaje promedio** del segmento de Salud, Higiene y Belleza.





Salud

Resultado por criterio

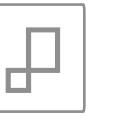


■ EQI Salud, Higiene y Belleza 2022

■ 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



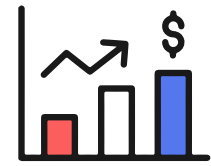


RANKING
TOP 14
MARCAS EQI

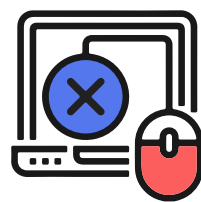
☆	MARCAS	NOTA EQI
1°	Gillette	41
2°	Head & Shoulders	40
3°	Oral B	53
4°	Colgate	53
5°	Nivea	52
6°	Pantene	50
7°	Dove	46
8°	Palmolive	46
9°	Rexona	46
10°	Maybelline	44
11°	L'Óreal Paris	44
12°	Axe	40
13°	Revlon	37
14°	L'Óreal	34



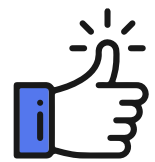
Principles insights



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).



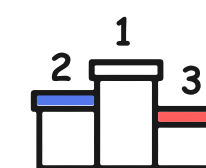
Mejor canal de venta: Marketplace es canal de venta con mejor puntuación en el EQI Salud, Higiene y Belleza 2022, situándose por encima de la media del segmento.



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

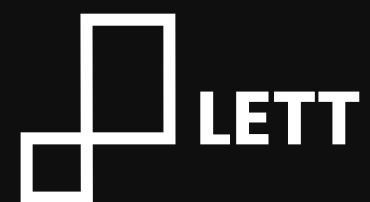


Síto web campeón: Alkosto fue el e-commerce que obtuvo la mayor puntuación en el ranking EQI 2022.



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

BRASIL

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

COLOMBIA

Carulla
Éxito
Farma Todo
Jumbo
La Rebaja

MÉXICO

Bodega Aurrerá

Marketplace

BRASIL

Amazon

Zattini
eFácil

Mercado livre
Dafiti
Submarino
Americanas

COLOMBIA

Mercado Libre

MÉXICO

Amazon
Mercado Libre

Pure Players

BRASIL

Beleza na Web
Farma Delivery
Época cosméticos
Qualidoc

COLOMBIA

Merqueo

Multicanales

BRASIL

Magazine Luiza
Extra
Casas Bahia
Carrefour
Ponto Frio

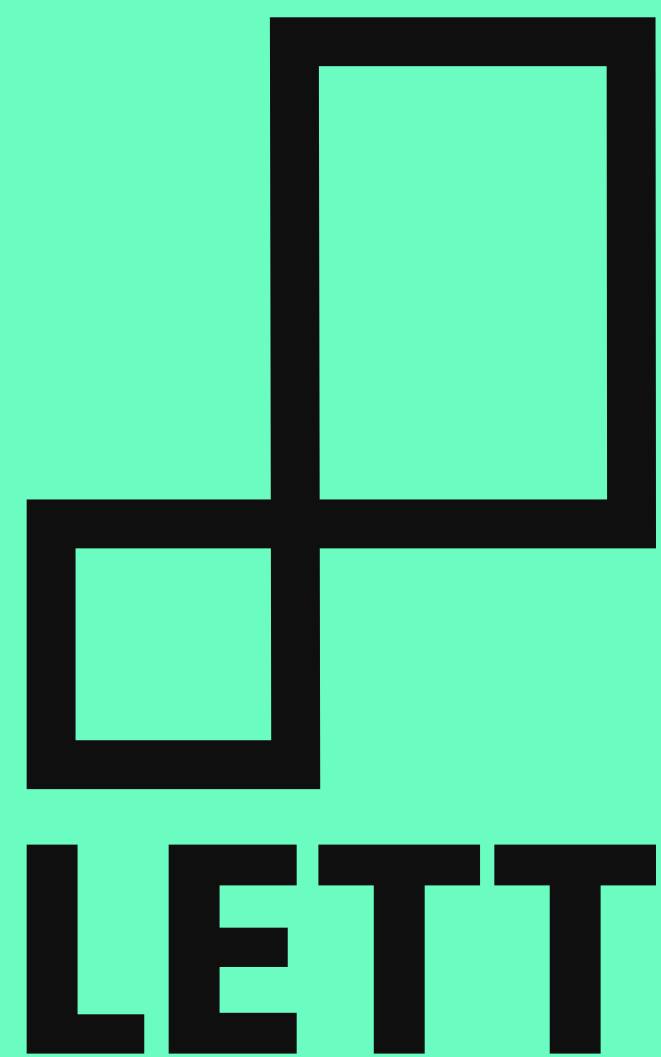
COLÔMBIA

Alkosto
Olímpica

MÉXICO

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

