

GRAFICOS Y ESTADISTICAS (UE5)

E-commerce: 10 tendencias

MARZO 2018



Introducción

Este estudio analiza las macro tendencias que afectan al comercio electrónico y responde a las siguientes preguntas: ¿cómo se comportan los consumidores en un entorno digital? ¿Qué tipo de contenido consumen los usuarios de e-commerce más activos?

El análisis se limita a la UE5: Francia, Alemania, Italia, España y el Reino Unido.

Los sitios de comercio incluyen:

- Comercios online como Amazon y eBay.
- Sitios establecidos por tiendas tradicionales, como Tesco, Carrefour o El Corte Inglés.
- Sitios de las marcas que permiten la compra de sus productos, como Apple Store.
- Sitios de venta especializados, ya sea ropa, libros, música, películas, productos electrónicos, juguetes, comida.
- Servicios tangenciales, por ejemplo, sitios de comparación como Google Shopping, y servicios de entrega como Deliveroo.

Para obtener más información sobre este estudio o sobre los productos de comScore, [contáctenos](#).

Todos los datos provienen de las herramientas de medición de audiencia de comScore a las que se hace referencia.

Productos de comScore

MMX multiplataforma ofrece informes integrales sobre más de 300,000 entidades de medios digitales, incluyendo el tamaño de audiencia, la composición demográfica, y el rendimiento dentro de segmentos de usuarios clave. Todas estas métricas se pueden comparar entre plataformas de medios digitales y se pueden usar para entender la actividad incremental proveniente de cada plataforma.

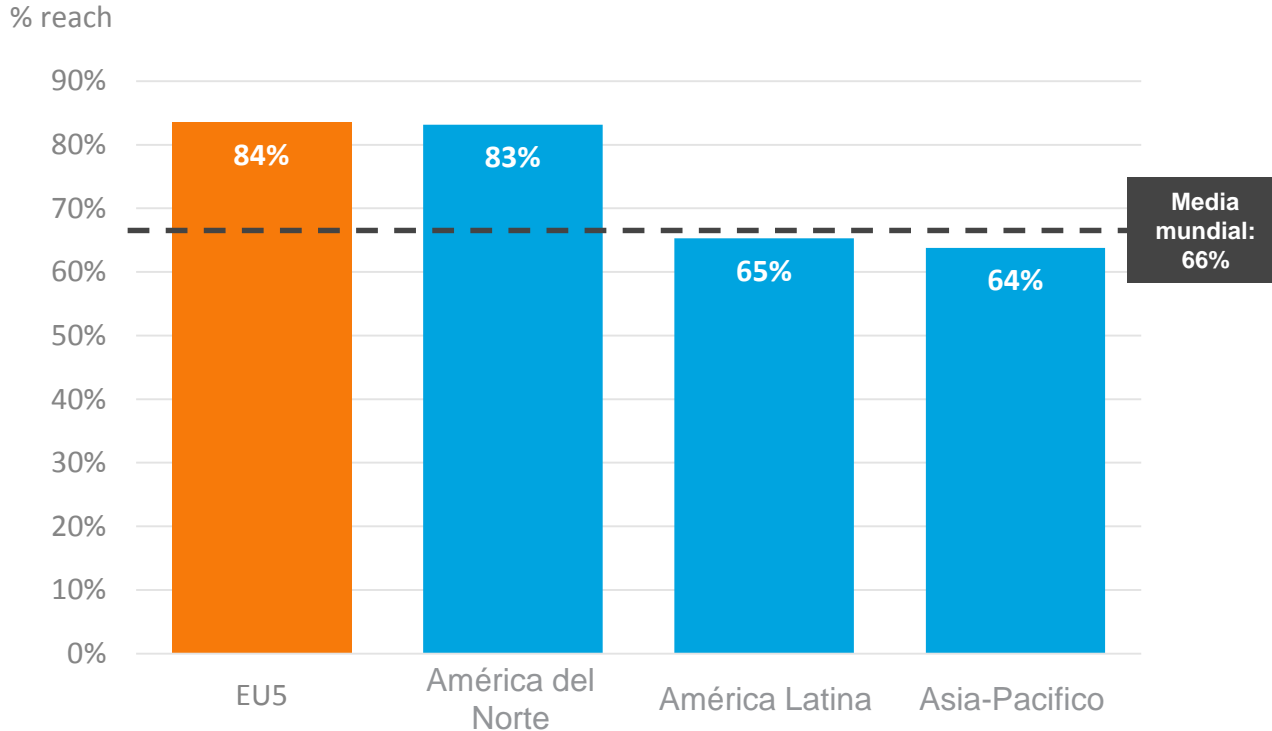
Mobile Metrix captura el comportamiento total de la audiencia móvil en navegadores y aplicaciones a través de smartphones y tablets. Con Mobile Metrix, las publicaciones pueden demostrar el valor de sus audiencias móviles, mientras que las agencias y los anunciantes pueden planificar y comprar estratégicamente publicidad digital en plataformas móviles para lograr sus objetivos de campaña.

MobiLens proporciona información móvil sobre los comportamientos de los consumidores, las preferencias de los dispositivos móviles, la demografía y las tendencias de uso. Las agencias y los anunciantes obtienen una visión más profunda de sus audiencias móviles segmentando las mismas según los patrones de consumo, la demografía, el uso del dispositivo o los criterios de marca.

Segment Metrix es una herramienta de estrategia de medios y planificación que segmenta audiencias en línea a través de una variedad de factores, incluidos el nivel de actividad de los usuarios, en categorías o grupos personalizados. Al aprovechar el panel de comScore, esta herramienta proporciona flexibilidad para integrar segmentos definidos por el comportamiento, segmentos demográficos y segmentos definidos por el cliente.

01 | EU5, un mercado relativamente maduro

Q4 2017 reach (%) de la categoría comercio, por región

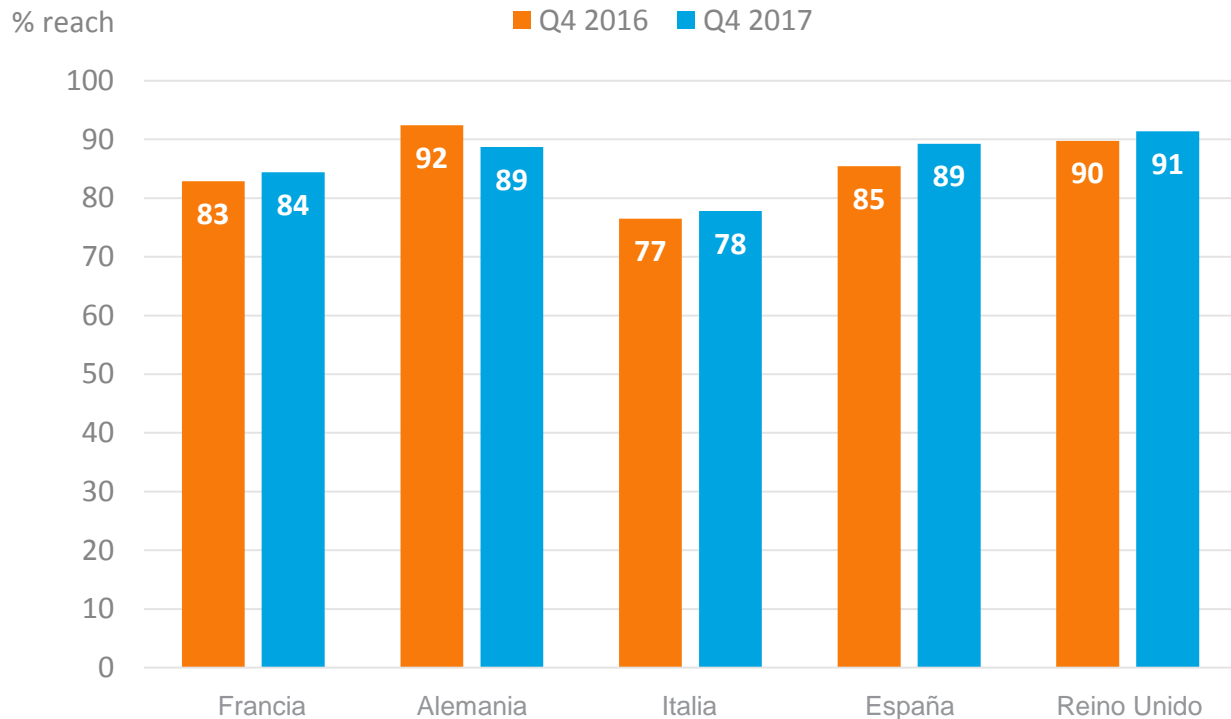


Con 18 puntos porcentuales por encima de la media mundial, los países de la UE5, junto con América del Norte, son las regiones con mayor penetración de e-commerce.

Estas regiones cuentan con altos niveles de penetración de banda ancha, poblaciones altamente urbanas, así como una infraestructura avanzada y capacidades logísticas.

02 Commerce en línea: hacia una unificación de hábitos

Reach (%) de la categoría de e-commerce Q4 2017 vs. Q4 2016

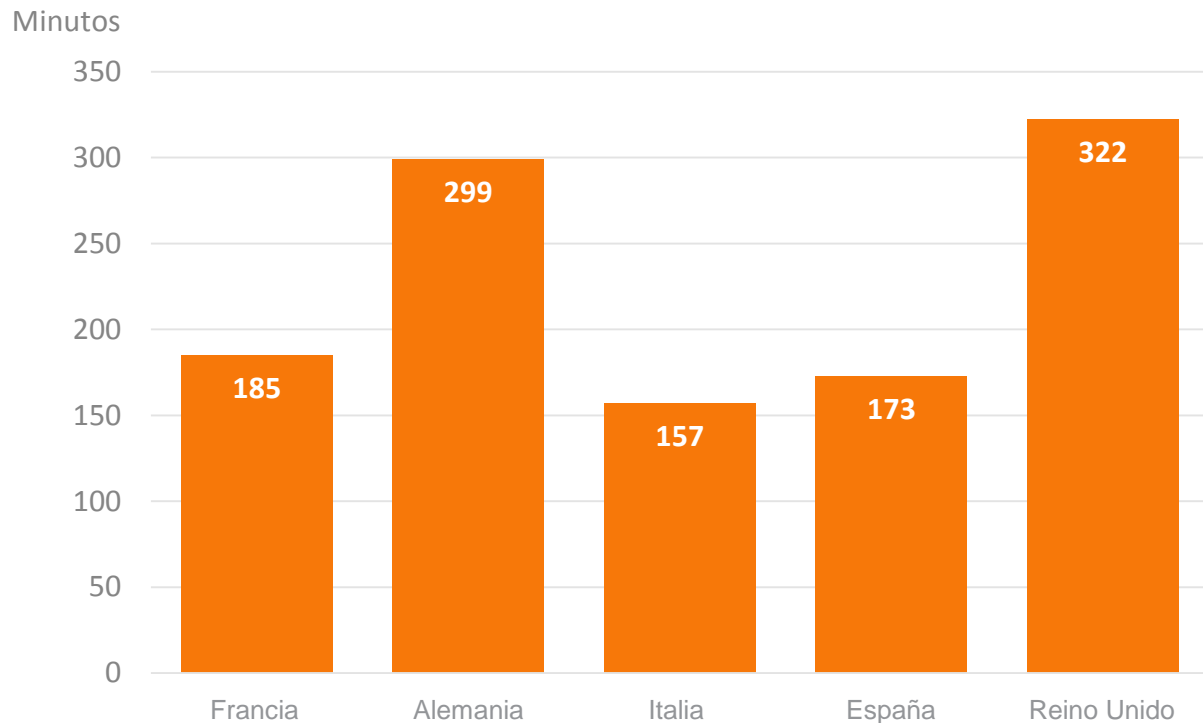


Entre 2016 y 2017, el alcance minorista aumentó lentamente (de 1 a 3 puntos porcentuales) en todos los países de la UE5 salvo en Alemania.

Fundamentalmente, la diferencia entre los países con mayor y menor alcance se ha reducido de 15 puntos en 2016, a 13 en 2017, lo que sugiere una posible alineación de los niveles de penetración de compras en línea en Europa.

03 Los británicos y los alemanes compran hasta caer rendidos

Minutos por visitante por mes, Q4 2017



Si bien los niveles de penetración son similares entre países, el tiempo pasado en sitios de e-commerce varía mucho.

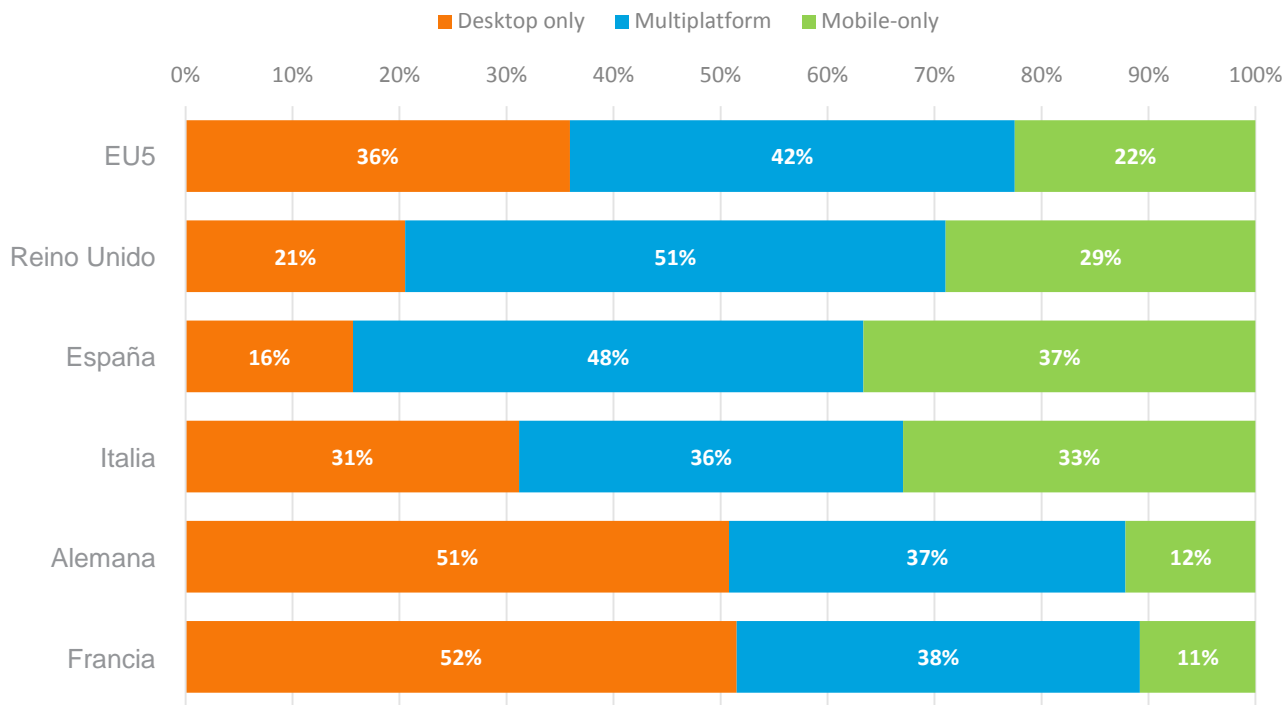
Los usuarios en el Reino Unido y Alemania pasan más de 5 horas al mes explorando sitios e-commerce.

En comparación, Francia pasó más de 3 horas al mes mientras que Italia y España pasaron poco menos de 3 horas al mes.

Fuente: comScore MMX multiplataforma

04 El acceso multiplataforma gana terreno

Reach (%) de l'e-commerce, Q4 2017, por plataforma



Multiplataforma a la orden del día: más de un tercio de los consumidores acceden a sitios de e-commerce tanto a través de sus ordenadores como de sus dispositivos móviles.

También observamos que aproximadamente un tercio de los internautas acceden *únicamente* a sitios de e-commerce a través de sus móviles.

05 | Caso práctico: el e-commerce en Alemania

Actividad efectuada en el smartphone al menos una vez (Nov 2017)

Tamaño de audiencia (000)



Los dispositivos móviles sirven principalmente como una herramienta de investigación: las comparaciones de precios y búsquedas de características de productos caben dentro de los comportamientos más comunes.

Es de destacar el hecho de que en el período de abril a noviembre de 2017, la búsqueda de cupones y ofertas fue la actividad de mayor crecimiento (+ 11,4%).

Fuente : comScore MobiLens, Nov 2017

06 Amazon lidera en la UE5

Top tres de sitios de e-commerce, en reach (%)

	#1	#2	#3
Francia	Amazon.fr	Cdiscount.com	Fnac.com
Alemania	Amazon.de	Ebay.de	Otto.de
Italia	Amazon.it	Ebay.it	Eprice.it
España	Amazon.es	Elcorteingles.es	Aliexpress.com
Reino Unido	Amazon.co.uk	Ebay.co.uk	Argos.co.uk

Amazon domina el panorama del e-commerce en Europa: su alcance es del 41% en España y llega al 69% en el Reino Unido.

Sin embargo, encontramos que cada país europeo alberga una o más marcas locales, como por ejemplo, Otto en Alemania, Fnac en Francia o Eprice en Italia.

07 Caso práctico: Amazon vs el comercio tradicional en España

Compradores en Amazon vs. visitantes únicos (000)



Amazon está ganando participación en la categoría de bienes de consumo, que anteriormente pertenecía a los minoristas tradicionales.

En España había más compradores en Amazon que visitantes de las tiendas en línea de El Corte Inglés Supermercado. Un patrón similar aparece en otros países de la UE5.

08 Ropa y Electrónica en cabeza

Top 3 de las categorías de productos, en % reach

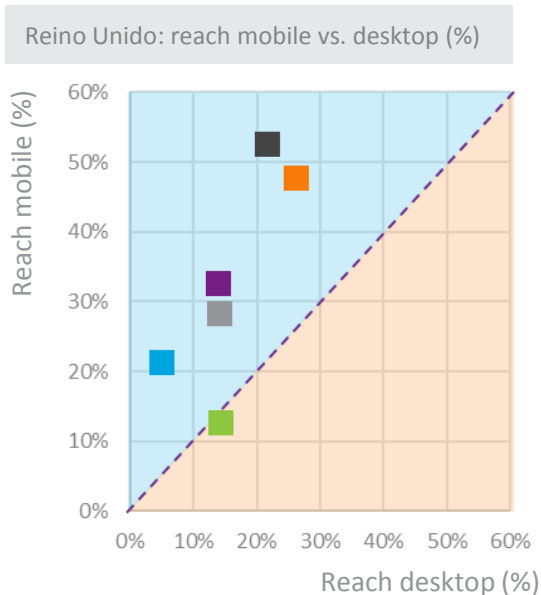
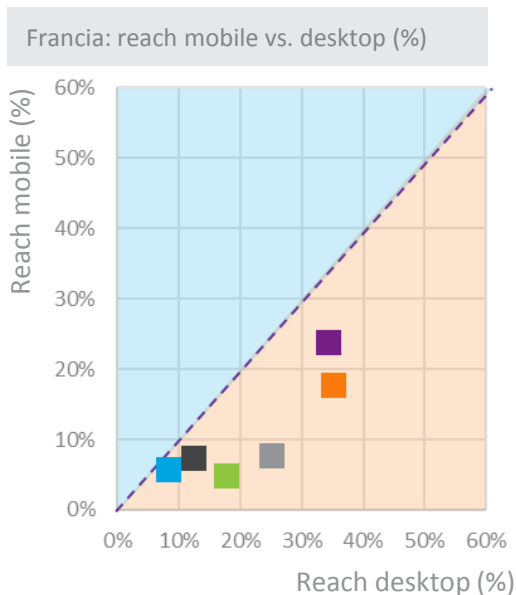
	#1	#2	#3
EU5	Ropa	Electrónica	Decoración interior
Francia	Electrónica	Ropa	Decoración interior
Alemania	Electrónica	Ropa	Software
Italia	Electrónica	Ropa	Libros
España	Electrónica	Ropa	Alimentación
Reino Unido	Alimentación	Ropa	Decoración interior

Ropa y electrónica de consumo atraen más tráfico. Mientras que Amazon domina el panorama del e-commerce en Europa, en cada país hay un puñado de campeones: tiendas minoristas especializadas como Mediamarkt para la electrónica de consumo en Alemania, o La Redoute para la ropa en Francia. En el Reino Unido, la categoría de alimentos debe su posición destacada a Tesco, el mayor minorista de alimentos del país.

09 ¿Una transición gradual de Desktop-first a Mobile-first ?

Reach mobile vs. reach desktop

- Ropa
- Libros
- Software
- Electrónica
- Alimentación
- Decoración Interior



Cuando comparamos el reach de cada segmento comercial observamos que los países europeos se dividen en dos grupos. En el primer grupo, que incluye el Reino Unido y España, los consumidores privilegian el acceso a sitios de e-commerce a través de un dispositivo móvil. En el segundo grupo, que incluye Francia y Alemania, es más probable que los consumidores lo hagan a través de un ordenador. Italia se mantiene en el medio.

10 | A dónde van los adictos a las compras

20% de los usuarios de sitios de comercio más activos: contenido más visitado

	Francia	Alemania	Italia	España	Reino-Unido
Ocio	+17%	+16%	+20%	+6%	-2%
Juegos	+28%	+31%	+45%	+28%	+17%
Estilo de vida	+44%	+68%	+50%	+47%	+46%
Noticias	+48%	+61%	+37%	+6%	-9%
Redes sociales	+19%	+28%	+13%	+12%	+7%

Lectura de la tabla: El 20% de los internautas que más tiempo pasan en sitios de e-commerce tiene una probabilidad del 19% más alta que el usuario medio de visitar una red social en Francia.

Cuando analizamos el comportamiento del 20% de los internautas que más tiempo pasan en sitios de e-commerce, observamos que los sitios de estilo de vida son los que más tienden a visitar. Lo mismo ocurre con sitios de noticias en Francia, Alemania, e Italia, aunque no sea el caso en España o el Reino Unido. En comparación, las redes sociales y sitios de ocio se posicionan en la media, posiblemente debido a su tamaño.

Leer más

comScore apoya a los especialistas del marketing y de los medios en todas las etapas del ciclo de vida de la publicidad, mediante la medida de las audiencias y consumidores digitales. Para recibir más información escribe a info@comscore.com o visita comscore.com.

Informes adicionales

[Global Mobile Report](#)

[Jerarquía de Necesidades Móviles](#)

[Top 10 Temas Candescentes en Digital](#)