TANDEM UP

Estudio Marketplaces España 2023

Dimensionamiento del canal

El 78% de la población de 16 a 70 años ha comprado alguna vez en Marketplaces

POBLACIÓN ESPAÑOLA	INTERNAUTAS	COMPRADORES ONLINE	=	COMPRADORES MARKETPLACE
100% 33,8 mill.	94% 31,7 mill.	78% 24,7 mill.		100% 24,7 mill.

La experiencia de compra en Marketplace está en el día a día del comprador online español

CONOCE algún Marketplace	100%
HA VISITADO algún Marketplace	100%
HA COMPRADO algún Marketplace	100%
SU E-COMMERCE PRINCIPAL DE COMPRA es algún marketplace	100%

El 100% de los compradores online son compradores en Marketplace

Radiografía del comprador en Marketplace

El comprador de marketplaces es tanto hombre como mujer de 42 años en promedio y con hijos en el hogar.

42,2 años
- 22% 18-30 años
- 33% 31-45 años
- 45% 46-65 años

RRSS donde son más activos
- Facebook 58%
- Instagram 56%
- YouTube 42%
- Twitter 30%
- Telegram 23%
- LinkedIn 20%

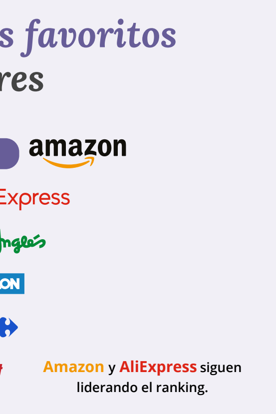
Mujer 50% / Hombre 50%

Á. Metropolitana (Madrid y Barcelona) 33% | Resto 67%

Hogar: 47% 21% 12% 5%

Preferencia de compra

Ante el mismo producto **6 de cada 10** prefieren comprarlo en su marketplace favorito frente a **4 de cada 10** que se decantan por el **eCommerce** propio de marca.



Los marketplaces favoritos de los compradores

90%	amazon
57%	AliExpress
50%	El Corte Inglés
50%	DECATHLON
43%	Carrefour
39%	MediaMarkt
38%	ebay
30%	zalando
29%	LEROY MERLIN
27%	fnac

Amazon y **AliExpress** siguen liderando el ranking.

El Corte Inglés mantiene su tercera posición aumentando el % de penetración.

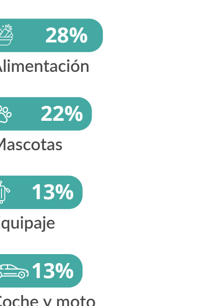
Decathlon consigue ganar una posición e igualarse con **El Corte Inglés**.

eBay desciende en posición, situándose **MediaMarkt** por encima.

Las categorías de venta más populares

La electrónica, la ropa y calzado, el hogar, los libros, cine y música y la informática son los productos que más se compran en marketplaces.

La categoría de electrónica vuelve al nº1 en detrimento de hogar.



TOP 3
- Electrónica 65%
- Ropa y calzado 61%
- Hogar 57%

- Libros, música y cine 52%
- Informática 51%
- Juguetes y juegos 38%
- Deporte 38%
- Papelería y material de oficina 37%
- Belleza y Parafarmacia 34%
- Accesorios/ joyería/ relojería 32%
- Alimentación 28%
- Mascotas 22%
- Equipaje 13%
- Coche y moto 13%
- Bebé 9%

Hábitos de Compra

Para **6 de cada 10** compradores online, los **Marketplaces se convierten en sus fuentes de información** para sus compras.

amazon / AliExpress / ebay	BUSCADORES Google / Microsoft Bing	Web de la tienda	Web Comparadoras	Tienda Física	Foro Blogs	Webs agregadoras ofertas	RRSS
60%	49%	46%	20%	16%	15%	13%	12%

Frecuencia de compra ▲ 11,8 veces/año (11,4 veces/año 2022)

Más de 2 veces/mes	7%
2 veces/mes	12%
1 vez/mes	28%
Cada 2 meses	23%
Cada 4 meses	8%
Cada 6 meses	15%
Con menor frecuencia	7%

Gasto promedio 82,4 €/compra ▲ (70,4 € 2022)

Menos de 25 euros	13%
Entre 25 y 50 euros	35%
Entre 51 y 100 euros	31%
Entre 101 y 150 euros	8%
Entre 151 euros y 500 euros	14%

El **gasto medio** y la **frecuencia de compra aumentan** respecto al año anterior.

MediaMarkt (200€) y El Corte Inglés (131€) lideran el ticket promedio. Amazon (15 veces) y Carrefour (14 veces) lideran la frecuencia media de compra.

Principales drivers de compra

El Marketplace Ideal para los españoles: precio económico, gastos de envío gratis, calidad en general de los productos, variedad de productos, ofertas y promociones.

TOP 10 DRIVERS

Precio económico	45%
Gastos de envío gratis y/o económicos	42%
Calidad en general de los productos	30%
Variedad de productos	28%
Ofertas y promociones	28%
Facilidad de devolución y/o reclamaciones	25%
Entrega rápida	23%
Inspira confianza	23%
Tiene varias opciones de pago y es fácil, rápido y seguro	14%
Es fácil navegar por la web	8%

Conversión a venta

	amazon	AliExpress	El Corte Inglés	DECATHLON	Carrefour	MediaMarkt
Conoce	96%	86%	83%	79%	82%	80%
Visita	92%	70%	66% ▲	68% ▲	65%	63%
Compra	90%	57%	50% ▲	50% ▲	43%	39%
Habitual búsqueda	83%	28%	26%	23%	19%	21%
Compra principal	83%	▼ 27%	20%	13%	17%	9%
Tasa conoce → visita	96%	81%	80% ▲	86%	79%	79%
Tasa visita → compra	98%	81%	76%	74%	66%	62%
Tasa compra → compra principal	92%	47% ▼	40% ▲	26%	40%	23%

Amazon sigue teniendo la capacidad de **captar al 98% de sus visitantes** y de **fidelizar a 9 de cada 10 compradores.**

El corte inglés y **Decathlon** consiguen fortalecer su funnel este año.

Dispositivos de compra

Los usuarios compran en Marketplaces principalmente **a través de la web.**

Además, **crece el uso del móvil** equiparándose con el ordenador. El uso del **móvil** está asociado al **seguimiento del pedido.** El **ordenador** destaca para **buscar, poner el producto en la cesta y comprar** el producto.

El efecto Amazon

De los compradores online...

CONOCE amazon	COMPRA EN amazon	BUSCA habitualmente en amazon	COMPRA habitualmente en amazon	USUARIO prime
96%	90%	83%	83%	64% ▲

Productos más comprados en Amazon

Cuando los usuarios recuerdan su última compra en Amazon, lo que han comprado es...

- Electrónica 20%
- Ropa y calzado 17%
- Hogar y muebles 16%
- Libros, música y cine 16%
- Informática 15%
- Belleza y Parafarmacia 12%

Alternativas de los usuarios a la compra en Amazon

¿Comparas en otros sitios?

- Solo en amazon 57%
- En otras páginas web/e-commerce 30%
- En tienda física 19%

Alternativas a Amazon

- En tienda física 66% ▲
- En otras páginas web / e-Commerce 34% ▼

La suscripción es la mejor aliada de Amazon

Prime sigue aumentando desde 2019 (2021: 56%; 2022: 68%; 2023: 71%)

prime
- Si 71% ▲
- No 29%

Frecuencia y gasto
- 13,6 veces/año
- 86,1€ /compra

Categorias top

Electrónica	72%
Hogar y muebles	65%
Ropa y calzado	66%
Libros, música y cine	58%

WWW.TANDEMUP.NET

Mucho más que una agencia Amazon, somos marketplace experts

Fuente: Estudio Marketplaces 2023 by Tandem Up