

EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL ECOMMERCE EN EL SECTOR HABITAT



GUIÓN

1) El Comercio electrónico en España	3
- Perfil del comprador online	5
- Usos y hábitos de la compra online	6
- Dispositivos de compra Online	7
- El papel de Alibaba	9
2) El Comercio electrónico en los países con mayor presencia en el sector hábitat online	10
- Ecommerce en España	11
- Ecommerce en Italia	13
- Ecommerce en Reino Unido	15
- Ecommerce en Alemania	17
- Ecommerce en Francia	19
- Ecommerce en Países Bajos	21
- Ecommerce en Portugal.....	23
- Ecommerce en Estados Unidos.....	25
- Ecommerce en Mexico.....	27
- Datos destacados de los países analizados.....	29
3) El eCommerce en el Sector del Habitat.....	30
- Situación en España	33
4) El impacto del Covid-19 en el eCommerce.....	34
- Efecto del Covid-19 en el sector del lujo	37
5) Caso de éxito: DORMIDEO.....	38
- Caso de éxito: KAVE HOME	40

DATOS SOBRE EL E COMMERCE EN ESPAÑA

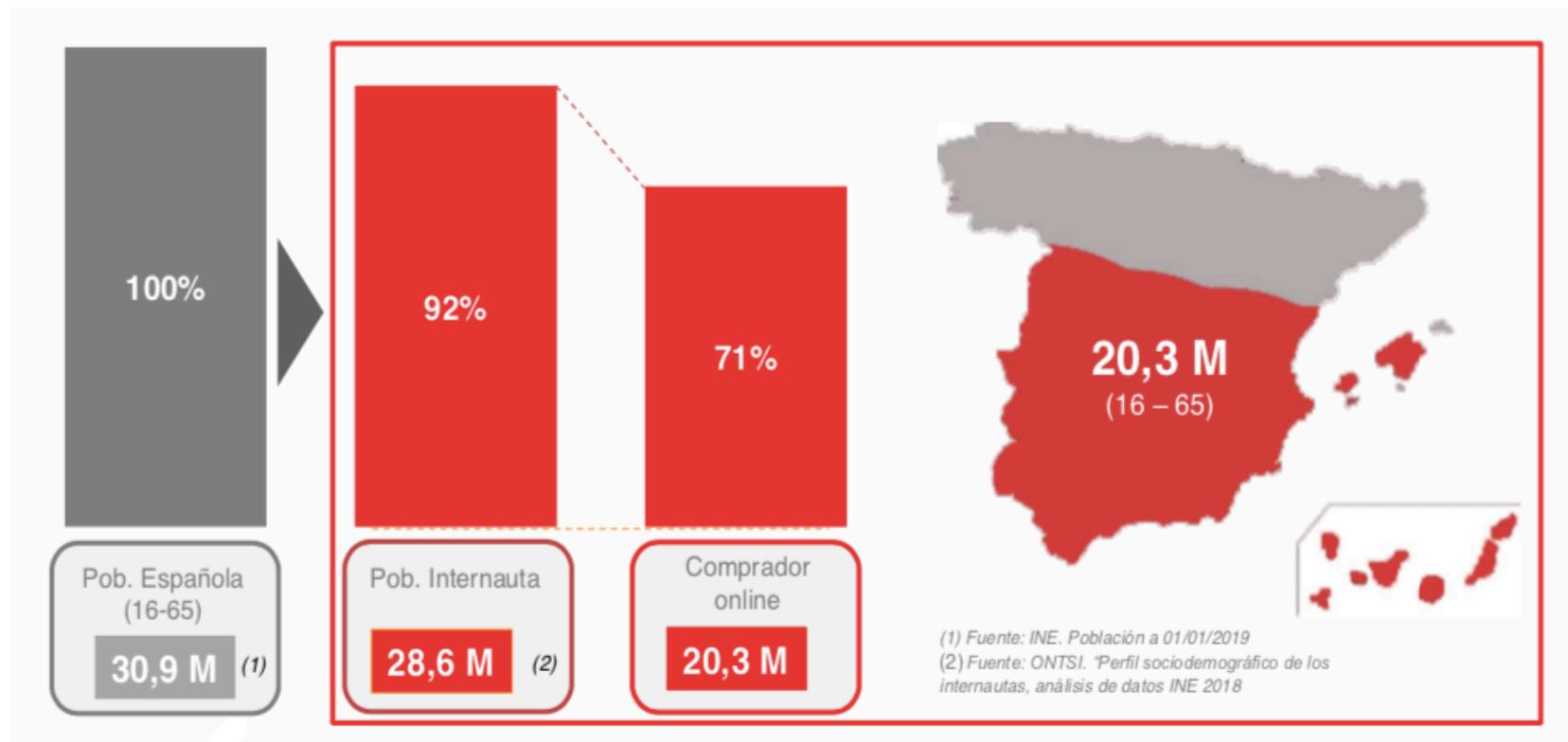
(Fuente: CNMCDATA)

- 3er trimestre 2019:
 - comercio electrónico alcanzó los 12.493 millones de euros
 - más de 210 millones de transacciones
 - 23,5% + de comercio electrónico respecto al año anterior
- Sectores con mayores ingresos = Agencias de viaje & Operadores turísticos
- Ventas desde webs españolas hacia el exterior = facturación de 2.677 millones de euros (un 39,1% más)



COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

(Fuente: IAB)



ESTUDIO IAB (2019)

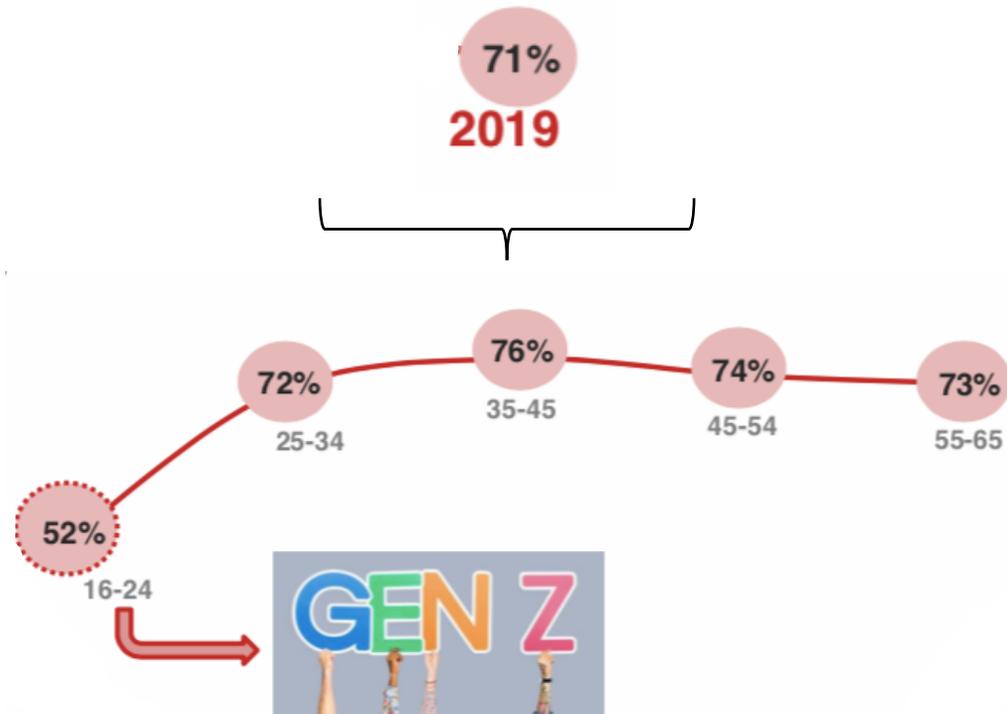
Del total de población internauta española de 16-65 años (30,9 millones) un 71% declara comprar online.

7/10 internautas compran online

La **generación Z** (16-23 años) = la menos intensiva

PERFIL DEL COMPRADOR ONLINE

(Fuente: IAB)



Solo 1 de cada 2 individuos de la generación Z compran online.

Mujer



48%

Hombre



52%

Universitarios



+3pp

61% tiene estudios universitarios

Tiene hijos



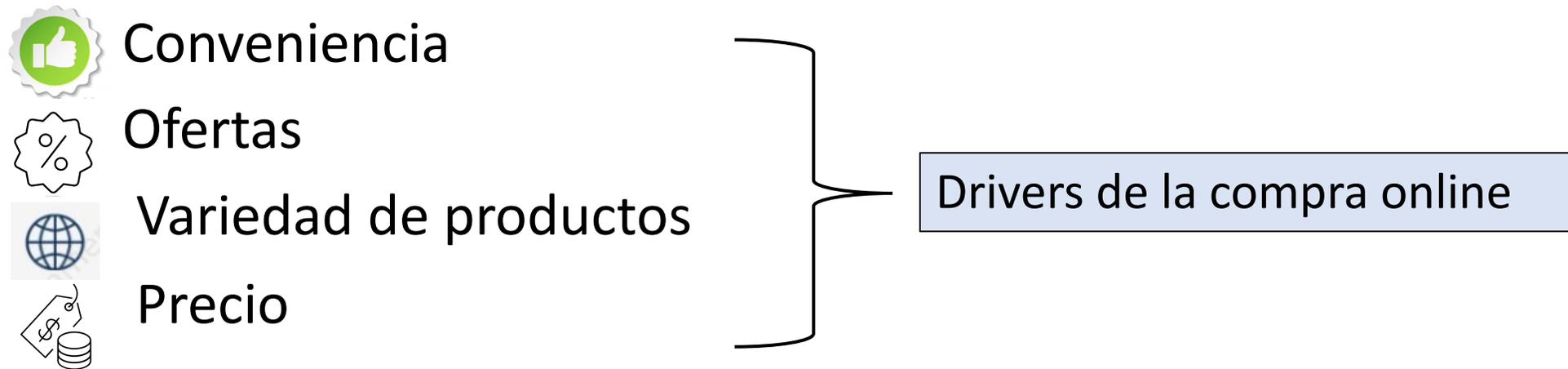
-7pp

52%

USOS Y HÁBITOS DE LA COMPRA ONLINE

(Fuente: IAB)

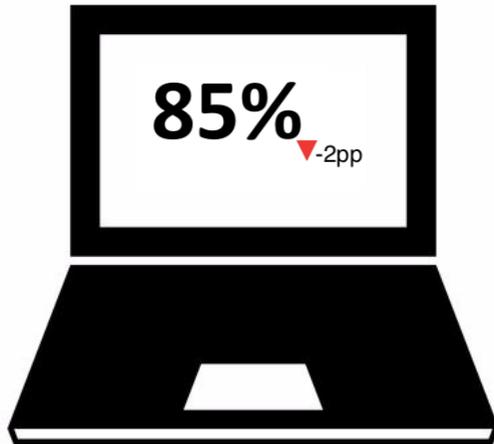
- Promedio de compra online: 3 veces al mes
- Gasto de 64€



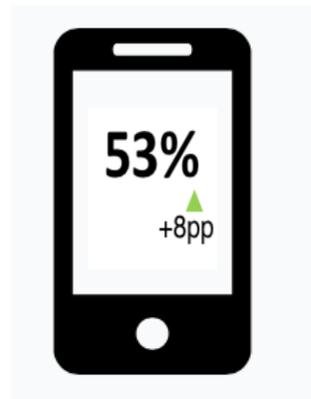
DISPOSITIVOS DE COMPRA ONLINE

(Fuente: IAB)

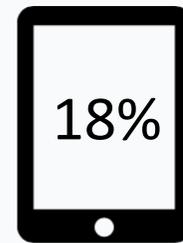
- Ordenador → pierde peso respecto al 2018
- Smartphone → gana importancia en 2019



ORDENADOR



SMARTPHONE



TABLET



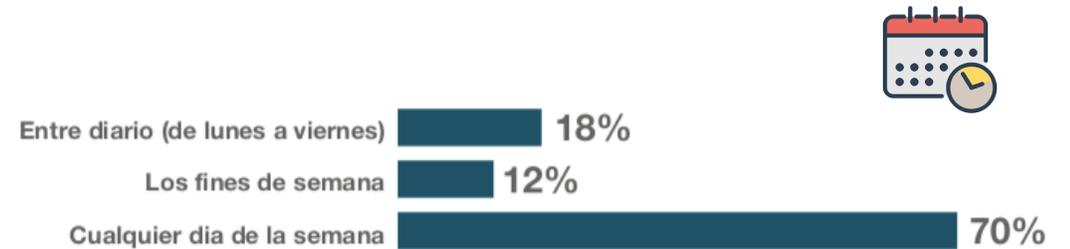
SMART TV
Y
CONSOLA

(Fuente: Cetelem)

-En 2019, aumentó el gasto medio en compras online.



-El eCommerce no entiende de horarios.



- Uno de los países europeos con más **potencial de crecimiento online** es **España** donde el ritmo de crecimiento es imparable. Un ejemplo de ello es la presencia de Alibaba en el país.



ALIBABA EN ESPAÑA



(Fuente: La Vanguardia)

- España es un mercado importante para Alibaba
- **Aliexpress** (del grupo Alibaba) lanzó en 2019 **AliExpress Business** para ofrecer aún más servicios y soluciones a las PYMES y comerciantes españoles que deseen digitalizar e internacionalizar sus negocios

AliExpress[™]
Businesses

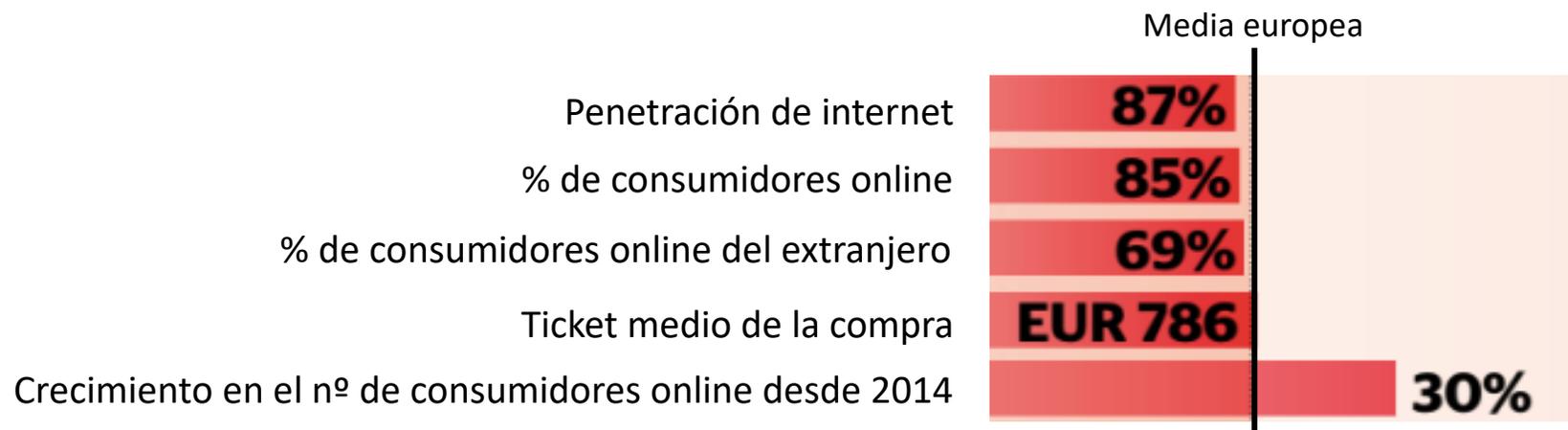


- **España** es el **tercer mercado** en volumen de compras online de Aliexpress sobre los 200 que poseen
- En 2019, Alibaba renovó su **alianza estratégica con Correos** durante 3 años más

E COMMERCE EN ESPAÑA

(Fuente: Postnord)

- 2019
-  - **31.2 millones** de compradores online
 -  - **85%** de la población de entre 15-79 años compraron online
 -  - **665€** : gasto medio de compra de toda la población dentro de la franja de edad de 15-79 años
 -  - El **51%** de los consumidores españoles que compraron algo online del extranjero, lo hicieron de China



Top 3 Marketplaces Internacionales



La crisis financiera del 2008 incrementó la sensibilidad al precio en España, por eso, muchos compran online de China



El 64% de los consumidores e-commerce españoles consideran que los gastos de envío gratis son importantes



La 2ª población más exigente con la rapidez de envío (1/4 de los compradores exigen 48 horas como máximo)

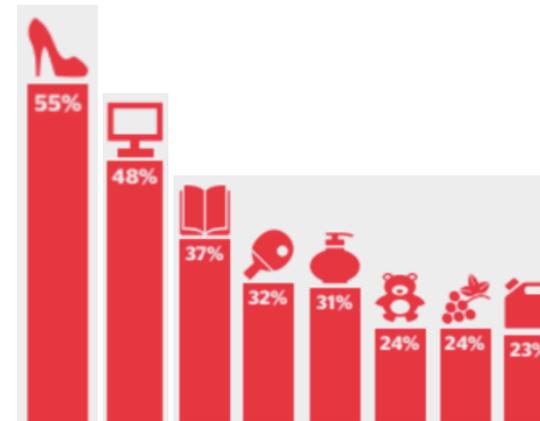


La ropa y el calzado lideran los productos más comprados online en 2019.

Preferencias de envío y pago

  **56%** Le dan importancia a poder elegir el horario de envío

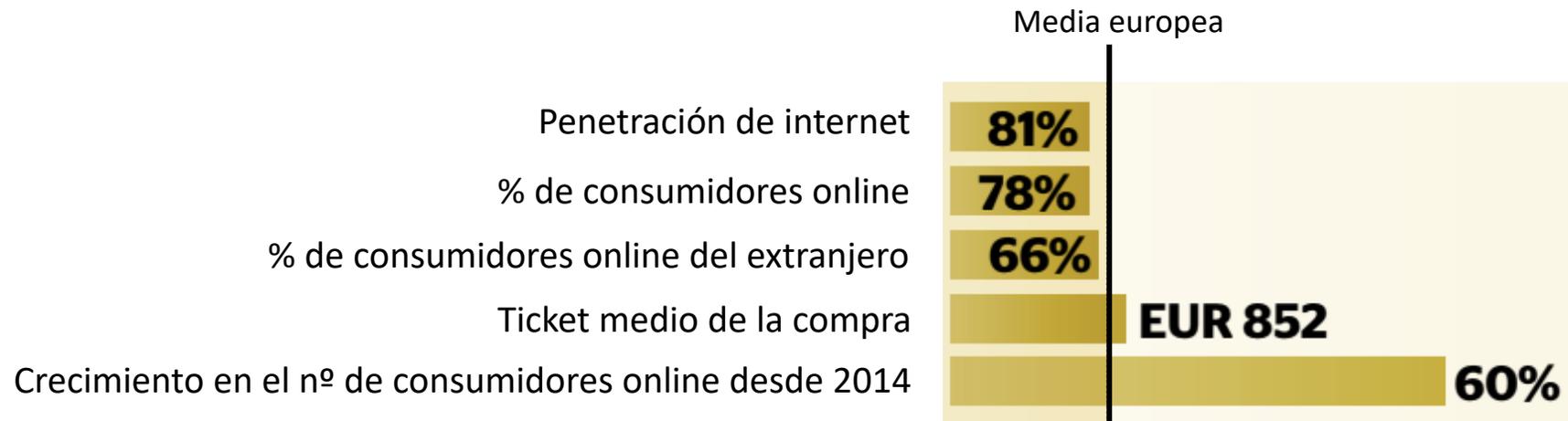
 +  **PayPal** Suman el **90%**



E COMMERCE EN ITALIA

(Fuente: Postnord)

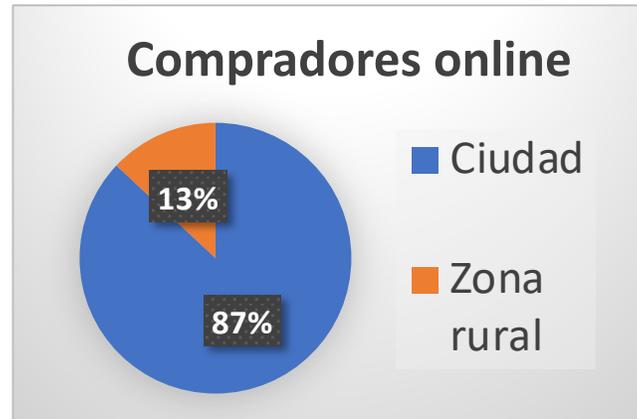
- 2019
-  - **37.8 millones** de compradores online
 -  - **78%** de la población de entre 15-79 años compraron online
 -  - **668€** : gasto medio de compra de toda la población dentro de la franja de edad de 15-79 años
 -  - **14 millones** de compradores online más que en 2014



Top 3 Marketplaces Internacionales



Existen muchas diferencias entre Norte y Sur



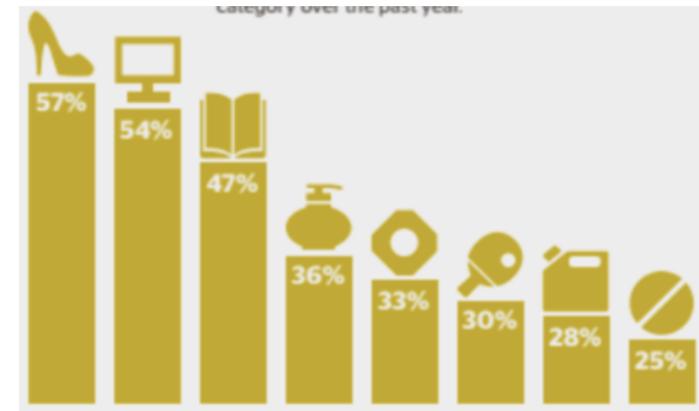
Principales participantes eCommerce domésticos



Amazon ha invertido más de 1.6 billones de euros en su operación en Italia desde 2010.



La ropa y el calzado lideran los productos más comprados online en 2019.



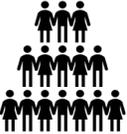
Preferencias de envío y pago

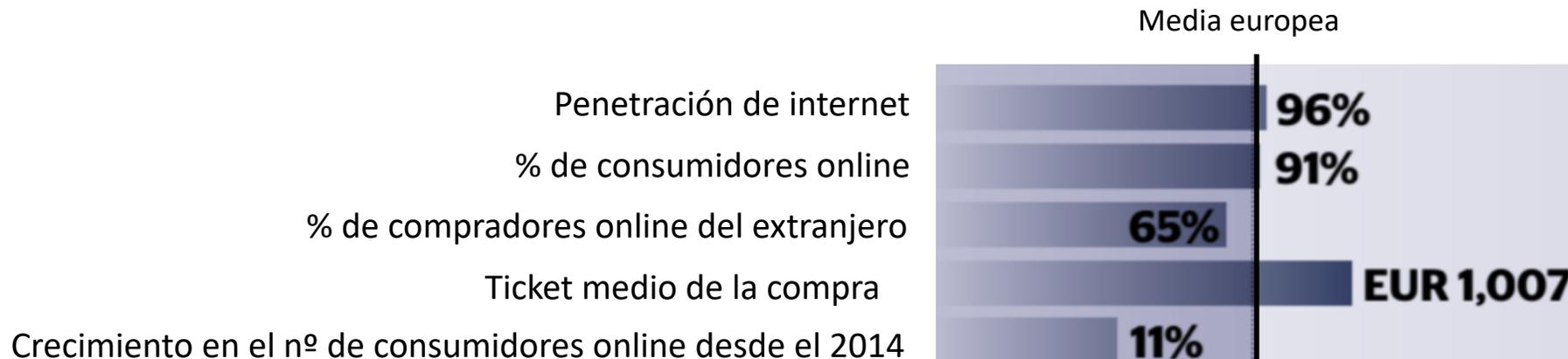
- 68%** Recibirlo en casa durante el día
- 40%** CartaSí : método de pago online más popular

E COMMERCE EN REINO UNIDO



(Fuente: Postnord)

- 2019
-  - **46.8 millones** de compradores online
 -  - **91%** de la población de entre 15-79 años compraron online
 -  - **921€**: gasto medio de compra de toda la población dentro de la franja de edad de 15-79 años
 -  - El BREXIT ha creado incertidumbre



Top 3 Marketplaces Internacionales



El porcentaje de consumidores británicos que compra online alguna vez es mayor entre la gente de 50 y 64 años.



Reino Unido es el segundo mercado eCommerce más grande de Europa.



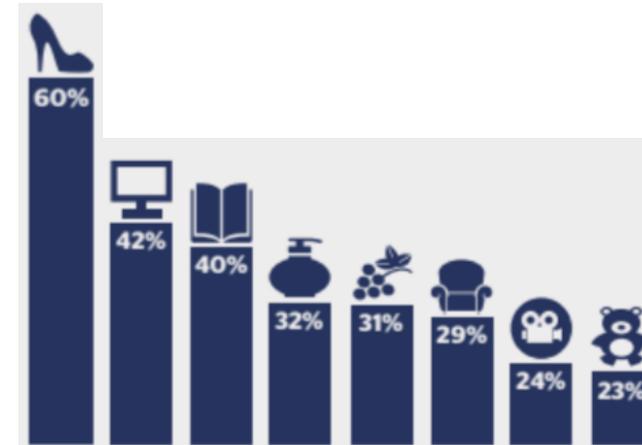
Gasto total online de los ingleses 2019:

47.1 billones de euros

Es común integrar la experiencia de compra con redes sociales como Instagram.



- La ropa, el calzado y la electrónica del hogar lideran los productos más comprados online en 2019.
- El sector hogar está en la 6ª posición.



Preferencias de envío y pago

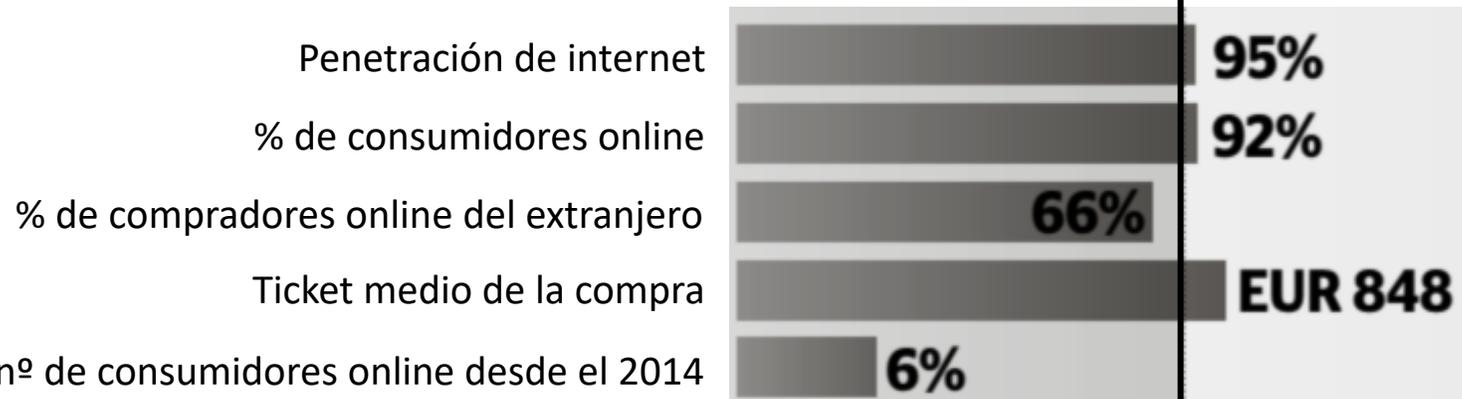
- 62%** Recibirlo en casa durante el día
- Junto con tarjetas de crédito, es el método preferido

E COMMERCE EN ALEMANIA

(Fuente: Postnord)

- 2019
-  - **61.5 millones** de compradores online (1 de los mayores mercados europeos y del mundo)
 -  - **92%** de la población de entre 15-79 años compraron online
 -  - **601€**: gasto medio de compra de toda la población dentro de la franja de edad de 15-79 años
 -  - Gran madurez de mercado = competición intensa

Media europea



Top 3 Marketplaces Internacionales



Los consumidores alemanes usan el teléfono móvil cada vez más para comprar online = incrementa la importancia de las **apps** de tiendas



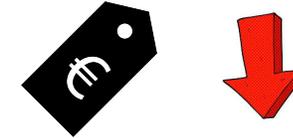
Preferencias de envío y pago

 **42%** Recibirlo en casa durante el día

 **37%** Recibirlo en el buzón

 **PayPal** "Cash is King", pero el pago por Paypal es popular también

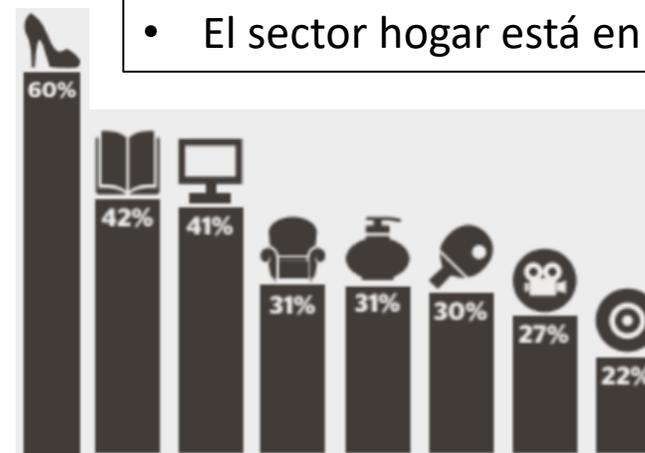
La importancia del precio es menor en Alemania que en otros países europeos



La transparencia es lo más importante para los Alemanes, que detestan los cargos ocultos



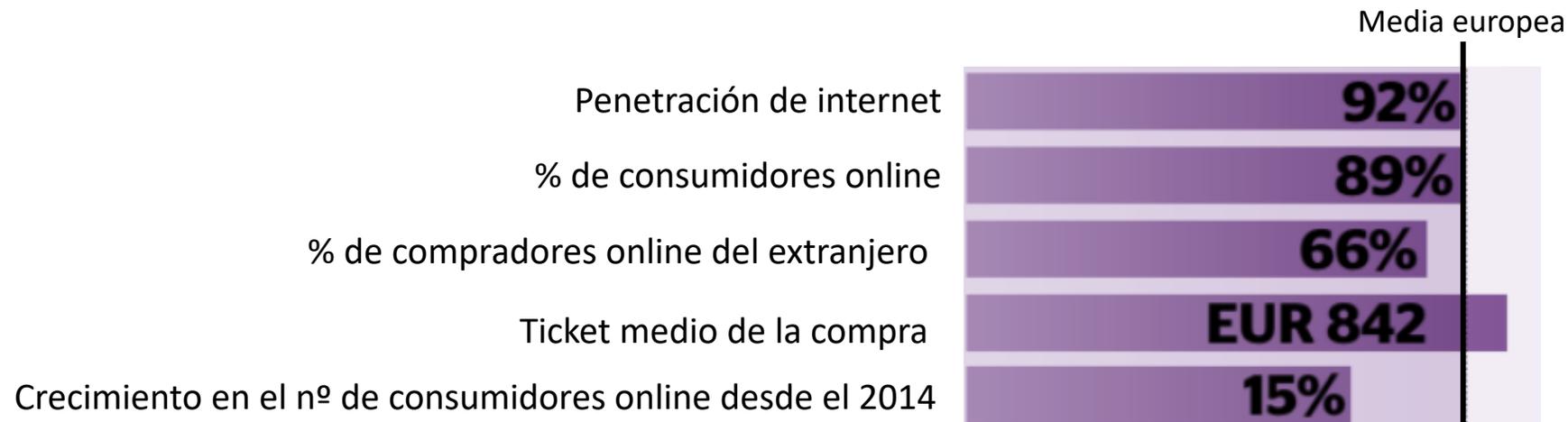
- Ropa, calzado y libros = productos más comprados online en 2019.
- El sector hogar está en la 4ª posición.



E COMMERCE EN FRANCIA

(Fuente: Postnord)

- 2019
-  - **45 millones** de compradores online
 -  - **89%** de la población de entre 15-79 años compraron online
 -  - **746€**: gasto medio de compra de toda la población dentro de la franja de edad de 15-79 años
 -  - La importancia de un precio bajo ha disminuido **del 50% al 41%** desde 2014 hasta 2019



Top 3 Marketplaces Internacionales



En 2018, 6 participantes eCommerce franceses crearon “Les French Days” como alternativa al Black Friday.



Preferencias de envío y pago

-  **43%** Recibirlo en el buzón
-  **23%** Recibirlo en casa durante el día
-  Tarjetas de crédito y débito son el método más popular

Marketplaces domésticos importantes



6/10 consumidores franceses piensan que es importante que la web esté en Francés



- Ropa, calzado y electrónica del hogar = productos más comprados online en 2019.
- El sector hogar está en la 7ª posición.

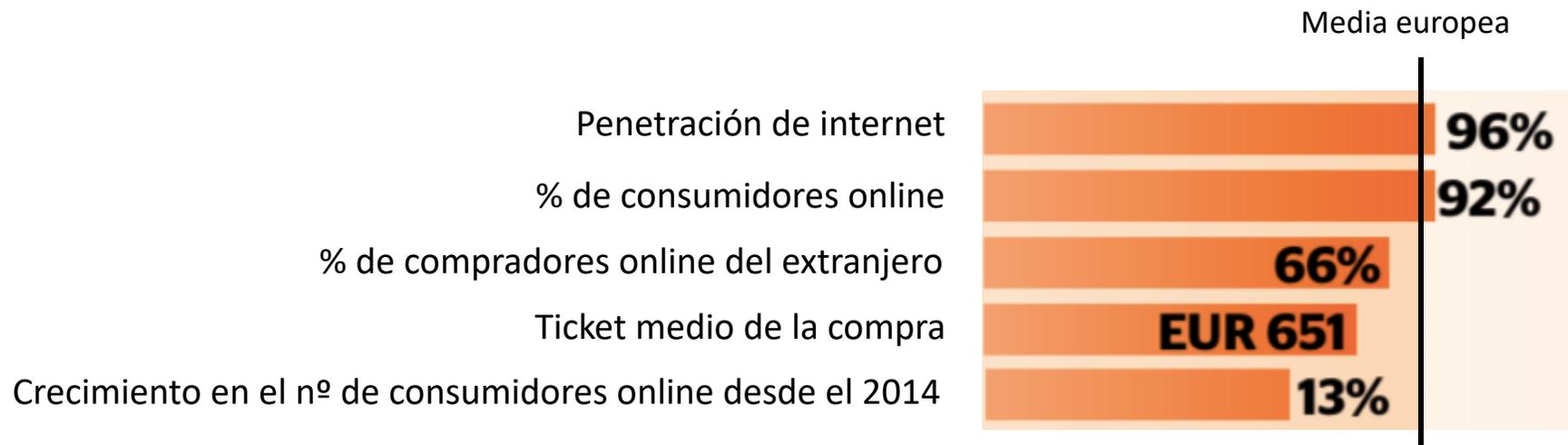


E COMMERCE EN LOS PAÍSES BAJOS



(Fuente: Postnord)

- 2019
-  - **12.6 millones** de compradores online
 -  - **92%** de la población de entre 15-79 años compraron online
 -  - **601€** :gasto medio de compra de toda la población dentro de la franja de edad de 15-79 años
 -  - Uno de los mayores mercados e-commerce el mundo, según la ONU



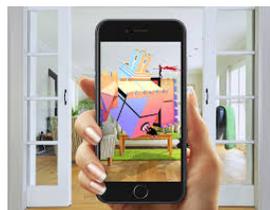
Top 3 Marketplaces Internacionales



La población más exigente con la rapidez de envío (1/3 de los compradores exigen 2 días como máximo)



IKEA decidió lanzar su app de realidad aumentada primero en Francia y los Países Bajos



Holanda tiene la mayor proporción de gente joven de entre 15-29 años como compradores en Europa



Preferencias de envío y pago

 50% Recibirlo en casa durante el día

 50% De los pagos domésticos online se realizan a través de iDEAL

- Ropa, calzado y electrónica del hogar = productos más comprados online en 2019
- El sector hogar está en la 5ª posición



E COMMERCE EN PORTUGAL



(Fuentes: Marketing4ecommerce)

2017



- El 73% de la población compró online en 2017



- Al menos un **61%** de las pymes de Portugal se respaldan con especialistas en el área publicitaria online



- **609,6€** : gasto medio de compra de toda la población dentro de la franja de edad de 15-79 años



- **8,6%** de las compras generales se realizan a través de internet

Penetración de internet

79%



Estimaciones 2025: el eCommerce portugués llegará a los **8,9 mil millones de euros**



ANIEME

Top Marketplaces Internacionales

ebay

Amazon

Aliexpress

Crterios más importantes online para los portugueses



95% No aceptan costes añadidos



94% Importancia del envío gratis

Preferencias de envío



79% Recibirlo en casa



59% Los Digital wallets son muy populares

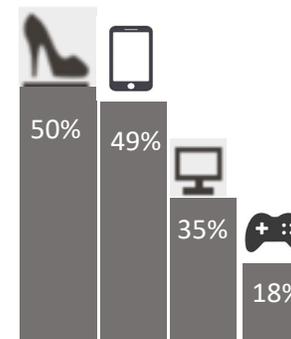
Comportamiento del e-shopper



La transparencia en cuanto a los precios del producto Y las políticas de devolución, entregas son importantes



La ropa y el calzado lideran los productos más comprados online en 2019.



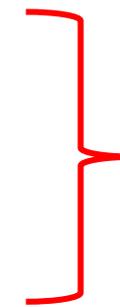
E COMMERCE EN ESTADOS UNIDOS



(Fuentes: Ecommerce Foundation, Marketing4ecommerce)

- 2019
-  - **263 millones** de compradores online
 -  - Estados Unidos ocupa la 2ª posición en cuanto a consumo online anual
 - Y X** - La generación Y y la Generación X son los mayores compradores en línea
 -  - Valor del eCommerce en EEUU: **323.435 millones de euros**

Penetración de Internet	90%
% e shoppers	82%
E- PIB	2.57%



Redes sociales más populares



ANIEME

Top 3 Marketplaces Internacionales



Los usuarios eCommerce en EEUU son exigentes y activos en las redes sociales



Las ventas online realizadas desde móviles siguen en aumento



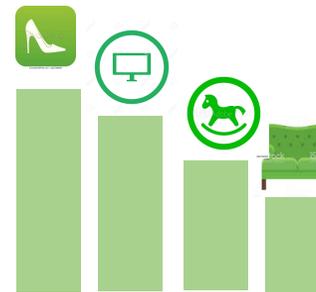
Wayfair es la tienda de muebles online más grande en EEUU.



El comprador online estadounidense está motivado principalmente por los precios y envíos rápidos



- Ropa, calzado y electrónica del hogar = productos más comprados online en 2019
- El sector hogar está en la 4ª posición



E COMMERCE EN MEXICO

(Fuentes: Ecommerce Foundation, Marketing4ecommerce, Forbes, Ecommerce rentable)

- 2018
-  - El **38%** de la población recurrió al ecommerce de manera semanal
 -  - De 2017 a 2018, la cifra de compra online semanal creció **del 7% al 38%**
 -  - 6/10 mexicanos confirman que una vez que se realiza la 1ª compra online la confianza se duplica.
 -  - Valor del eCommerce en México: 396.000 millones de pesos (19.000 millones de euros)

Penetración de internet	68%
% e-shoppers	75%
E-PIB	2.22%



Redes sociales más populares

Top 3 Marketplaces Internacionales



La penetración de los servicios en línea es cada vez mayor (ex: Banca online)



Jornada realizada una semana antes del Blackfriday En Mexico, que ha impulsado el ecommerce



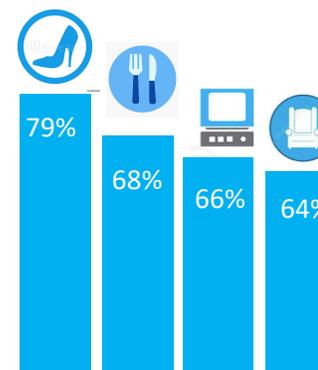
Preferencia de envío y pago

-  **84%** Prefieren las tarjetas de débito
-  **58%** Compran online por la razón de recibirlo a domicilio

Las visitas provenientes de dispositivos móviles pasaron de 600 mil a principios de 2018, a más de 800 mil a finales



- Ropa, calzado y electrónica del hogar = productos más comprados online en 2018.
- El sector hogar está en la 4ª posición.



- País con mayor gasto per cápita: **ESTADOS UNIDOS**
- País europeo con el mayor mercado ecommerce: **ALEMANIA**
- País con mayor crecimiento eCommerce: **FRANCIA Y ALEMANIA**
- País donde el sector Hogar online está más arriba: **MÉXICO Y ALEMANIA**
- País europeo donde se ha comprado más a través de marketplaces: **ITALIA (98%)**
- Países donde el ecommerce se ha desarrollado más rápido en los últimos años : **ITALIA Y ESPAÑA**
- País con mayor crecimiento mCommerce (comercio electrónico usando el teléfono móvil o Tablet): **MÉXICO**
- País donde más proporción de los compradores online está dispuesta a pagar extra para un envío rápido: **REINO UNIDO (42%)**
- País elegido por el ránking UNCTAD'S "B2C E-Commerce Index" como país más preparado para adaptarse al ecommerce : **PAISES BAJOS**
- País que más compra fuera de sus fronteras online: **ALEMANIA (44.1 millones** de personas adquirieron bienes del extranjero)
- País donde se está registrando un mayor crecimiento en las devoluciones: **ITALIA (46%) Y ESPAÑA (45%)**

SITUACIÓN DEL ECOMMERCE DE MOBILIARIO

(Fuentes: ecommerce news, Cetelem)

NUEVA TENDENCIA



- Cada vez son **más** las **personas** que adquieren muebles online en España

- Las **nuevas tecnologías** permiten que los usuarios puedan dejar constancia de sus opiniones tras la compra del producto



- Los consumidores pueden comprar muebles y artículos de decoración de forma **rápida, cómoda, barata y eficiente** sin moverse de sus casas

MARKETPLACES



- Aunque en 2019, los Marketplaces perdieran fuelle frente a las webs de las tiendas en muchos sectores, en el sector del mueble se mantuvo igual (Cetelem)

	Marketplaces	Web de la tienda	Web del fabricante
Hogar	41% =	39% +3	20% +3

ASPECTOS IMPORTANTES PARA VENDER MUEBLES ONLINE

(Fuente: ONiAd)

- Tener una **web tecnológicamente actual**, de diseño y atractiva para los clientes
- Tener un buen **posicionamiento SEO orgánico**
- Las **redes sociales** y Google addwords → herramientas fundamentales
- La **visualización del producto en 3D** o en 360 grados es importante
- Contar con herramientas para asegurar el contacto humano como el **chat online**, ya que la mayoría de ventas online de mobiliario han tenido previamente un contacto con la empresa



EL SECTOR DEL HABITAT ONLINE EN NÚMEROS

(Fuentes:marketing4ecommerce, ecommercenews, ICEX)



El valor de mercado del comercio electrónico en el sector hábitat en Reino Unido ascendió a **6.900 millones de dólares en 2018**



Los ingresos de las ventas de muebles y electrodomésticos online en EEUU en 2019 alcanzaron un valor de **55.594 millones de euros**, muy por encima de los de la comida y artículos de aseo personal (26.410 M€)



En **2019**, se invirtieron **13.837 millones de euros** en comprar muebles y electrodomésticos online en **Japón**

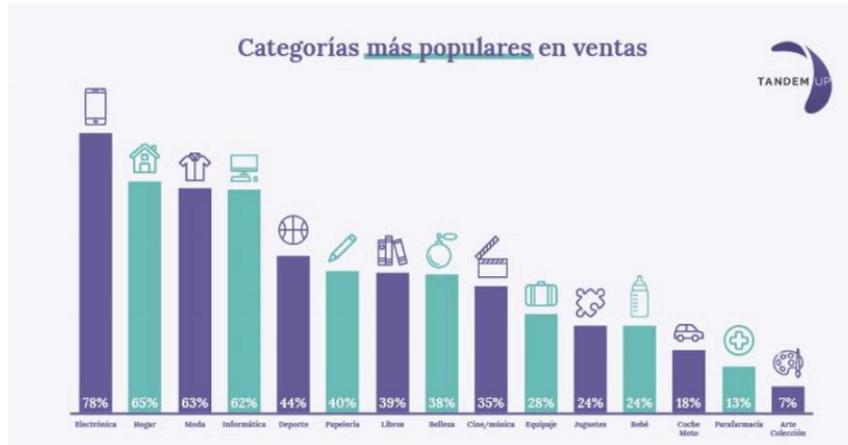


La venta online de muebles aumentó un **42%** en **2017** en España y actualmente sigue creciendo a gran velocidad

SITUACIÓN ECOMMERCE SECTOR HABITAT EN ESPAÑA

(Fuente: Tandem Up)

- Según **Tandem Up**, en 2020, el Sector Hogar ha ganado posiciones, subiendo hasta la 2ª posición, por delante de la ropa



- Analizando la compra por género vemos que las **mujeres** compran en mayor proporción **hogar** que los hombres
- Según Tandem Up, el sector **Hogar ha visto incrementadas sus ventas casi un 10%** durante el Estado de Alarma
- Los consumidores de áreas metropolitanas** compran especialmente en las categorías de : electrónica (78%), moda (73%) y hogar (63%).
- El **top 3 del ranking** de ventas por categoría de los compradores intensivos sería el siguiente: electrónica, Hogar e Informática

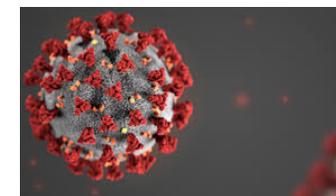
EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL ECOMMERCE MUNDIAL

(Fuente: We Are Social)

- Incremento de las ventas online

→ El 47% de los internautas del mundo han incrementado sus compras online.

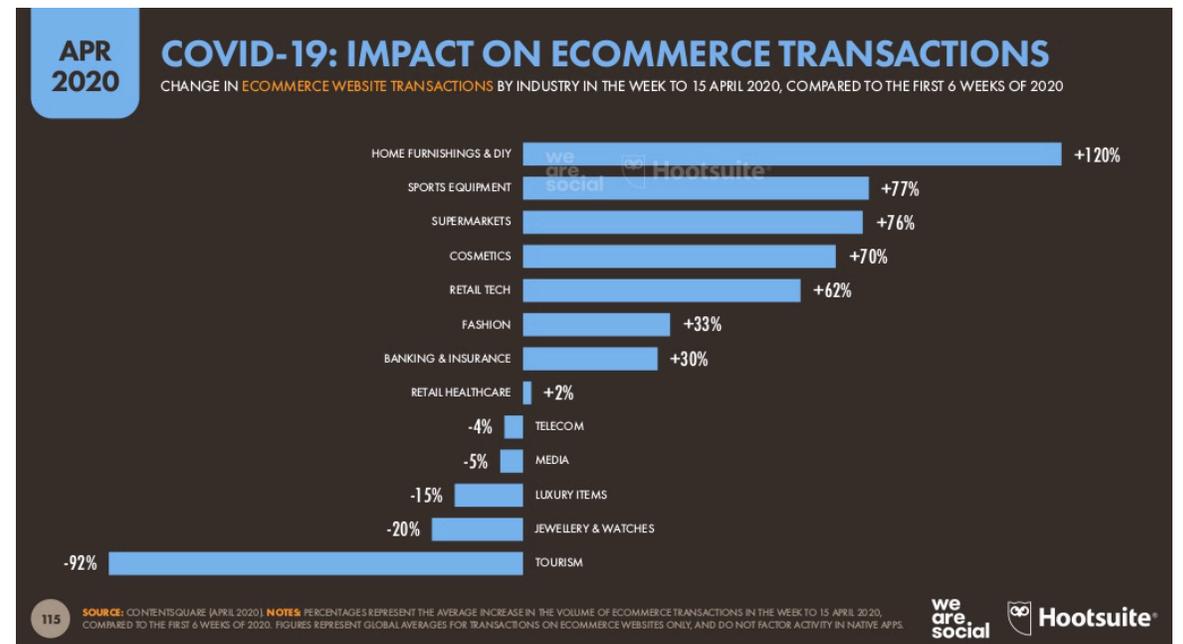
- China	↑	67%	
- Singapur	↑	46%	
- EEUU	↑	41%	
- Brasil	↑	39%	
- Reino Unido	↑	37%	
- España	↑	25%	



- **Home Furnishings & DIY** ha registrado el mayor incremento → **+120%**

- Le sigue el **equipamento deportivo** con un incremento del **+77%**

- En 3er lugar se encuentran los **supermercados** con un incremento del **+76%**

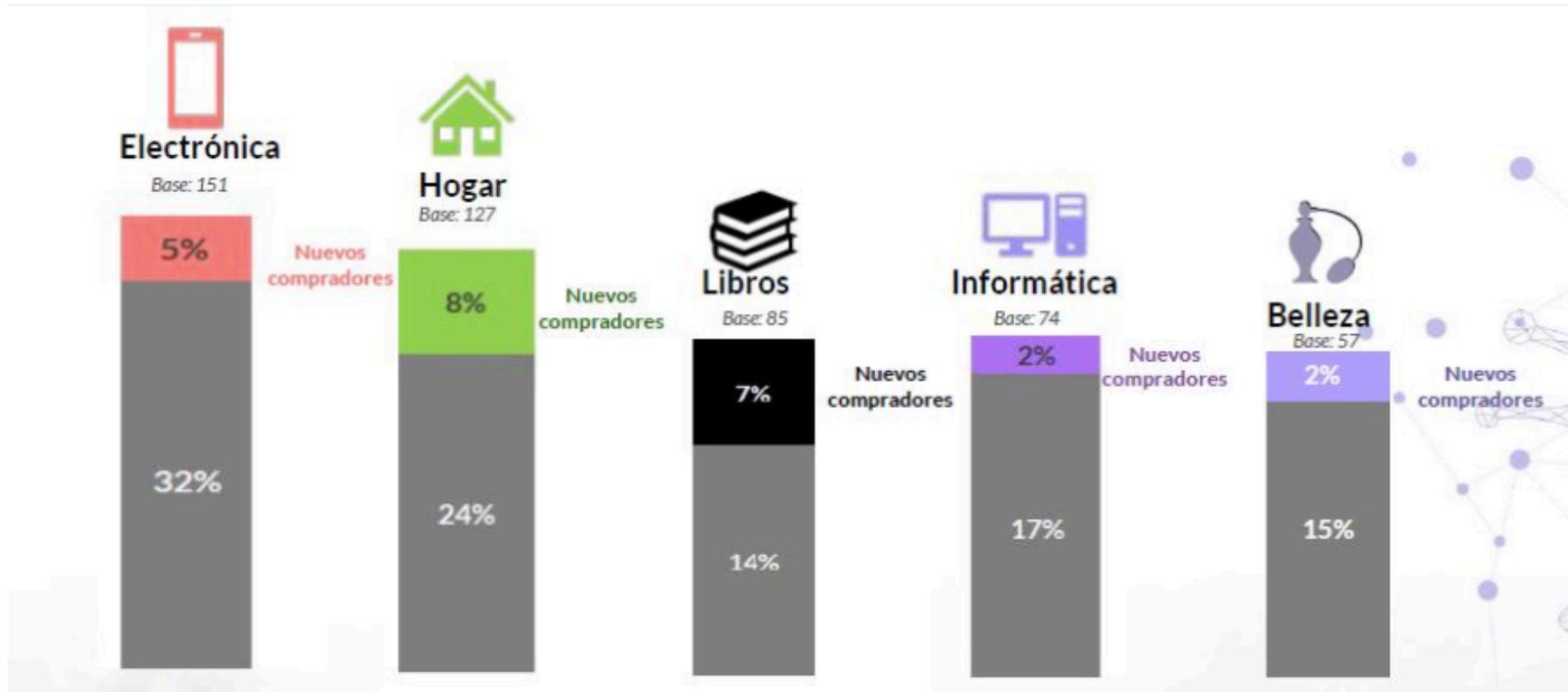


Estos cambios han llegado para quedarse, y van a acelerar todavía más, el uso del ecommerce como canal de distribución.

Según **Tandem Up**, marketplaces como Amazon han notado una bajada en las frecuencias de compra, pero **han conseguido que el 64% del total** de sus consumidores habituales a lo largo del año recurran a su plataforma solamente en el último mes de marzo



- Según Tandem Up, en España, si nos fijamos en los nuevos compradores durante el confinamiento, vemos que destacan en las categorías de **hogar (8%)** y **libros (7%)**:



- Un **39%** de los consumidores **ha incrementado sus compras** con respecto a antes del confinamiento
- Casi la mitad** de los shoppers de marketplaces **compran ahora más que nunca**

EFECTO DEL COVID-19 EN EL SECTOR DEL LUJO

(Fuente: Bain & Company)



- Antes de la pandemia, el sector del lujo estaba viviendo cambios, ya que llegó un momento en el que fue necesario adaptarse y **centrarse más en el consumidor**, en lo **digital** y **sostenible**
- El **Covid-19 no solo ha afectado al sector bajo y sector medio**, ya que ha llevado a la **industria del lujo a centrarse en el e-commerce** y a desbloquear el potencial del marketing digital

6 tendencias:

- 1) Más China: La compra de lujo es más probable que se retome primero en China
- 2) **Cambio acelerado hacia la compra digital**
- 3) Incremento en la conciencia medioambiental y social por parte de la población
- 4) Enorgullecimiento local
- 5) Más necesidad de inclusión
- 6) Incremento en las actitudes post-aspiracionales: La importancia de los comportamientos éticos incrementará



CASO DE ÉXITO:



(Fuente: Marketing4ecommerce)

¿QUÉ ES DORMIDEO?

- Empresa nativa digital con 2 años de experiencia
- Start-up española especializada en colchones

¿A QUÉ SE DEBE SU ÉXITO?

- + de 50.000 pedidos
- + de 6 millones de euros de facturación

TRAYECTORIA

- 2018: 2 millones de facturación
- 2019: 4,2 millones de facturación



FABRICANTES, NO DISTRIBUIDORES

Se encargan de todo el proceso de fabricación y venta del colchón:

- 1- Cortar la espuma
- 2- Crear la platabanda y la tapa
- 3- Coser el colchón.

- 2019 : 60% de las compras realizadas desde móvil
- Tienda online en Shopify
- Presencia en Amazon, Carrefour, Aliexpress, ManoMano



“Sabíamos que las tendencias de los consumidores habían cambiado y que ahora un porcentaje amplio del público podía estar preparado para comprar colchones online.”

“Queríamos estar donde está nuestro público objetivo, y decidimos centrar todos nuestros esfuerzos desde el primer minuto en marketing digital”



ENRIC GENOVART



**PLANES 2020:
EXPANSIÓN EN FRANCIA**



(Fuente: Kave Home, Marketing4ecommerce)



¿QUE ES KAVE HOME?

- Marca de muebles Española creada como “spin-off” de Juliá Group

¿A QUÉ SE DEBE SU ÉXITO?

- 2019: Facturación total de 59 millones de euros
- Cuentan con 200 trabajadores

TRAYECTORIA

- Tras 5 años como referentes en el ecommerce, Kave Home abrió 3 tiendas físicas en España en 2019
- Con la ayuda de socios locales ya tienen presencia física directa en Corea, Vietnam y Uruguay

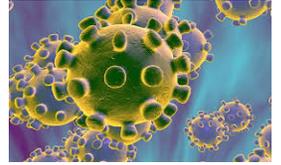
FABRICANTES, NO DISTRIBUIDORES

- Siguen cuidadosamente todo el proceso de diseño, fabricación y distribución de los productos con el fin de crear diseños atractivos y funcionales, de gran calidad y a precios asequibles.

- El ticket medio empezó siendo bajo, pero ha ido creciendo progresivamente
- Internacionalización: Presente en 7 países europeos y próximamente se prevé la entrada a Australia



IMPACTO DEL COVID-19 PARA KAVE HOME



- Ha crecido el número de primeros clientes
- Estos primeros clientes van subiendo el ticket medio de compra
- El hogar ha cobrado más relevancia a raíz del confinamiento, y es importante hacer de él un lugar donde sentirse seguro y cómodo
- A pesar de que al principio se viera una reducción del consumo, sobretodo en los países del Sur de Europa, ha incrementado el tráfico y las transacciones online



BIBLIOGRAFÍA

- <https://marketing4ecommerce.net/como-facturar-6-millones-de-euros-con-un-ecommerce-de-colchones-gracias-al-cpc-shopify-y-amazon-case-study/>
- <https://www.emarketservices.es/emarketservices/es/menu-principal/actualizate/noticias/facturacion-ecommerce-espana-crecio-23,5--new2020850813.html>
- <https://elobservatoriocetelem.es/wp-content/uploads/Informes/observatorio-cetelem-ecommerce-2019.pdf>
- <https://marketing4ecommerce.net/radiografia-del-ecommerce-en-portugal/>
- <https://ecommercerentable.es/e-commerce-portugal/>
- <https://www.forbes.com.mx/el-panorama-de-e-commerce-en-mexico-en-2019/>
- <https://marketing4ecommerce.net/radiografia-del-ecommerce-en-eeuu-asi-es-el-mercado-online-mas-potente-de-occidente/>
- <https://www.anieme.com/noticias/comunicados-de-anieme/el-impacto-del-covid-19-en-el-ecommerce-mundial-sector-mueble-y-afines/>
- <https://ecommerce-news.es/la-venta-de-muebles-online-una-tendencia-para-2019-91089>
- <https://marketing4ecommerce.net/radiografia-del-ecommerce-en-japon-un-mercado-potente-en-una-sociedad-digitalmente-avanzada/>
- <https://ecommerce-news.es/top-5-ecommerce-por-facturacion-espana-95144>
- <https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=2255>