

Amazon y eBay, los dos mejores marketplaces para vender online en Europa y EEUU

Amazon y eBay se han convertido en los dos portales de compra preferidos por los españoles, europeos y estadounidenses, potenciando la internacionalización de productos y servicios a través de ellos

Cada vez más personas se animan a comprar a través de Internet. Los eshoppers buscan todo tipo de productos y servicios a través del ecommerce y los marketplaces, y precisamente, estos últimos han conseguido consolidarse como uno de los canales preferidos por los usuarios, tal y como afirma el último Estudio Marketplaces 2019, presentado por Tandem, consultora especializada en marketplaces.

De esta forma, los marketplaces se han convertido en toda una oportunidad de internacionalización para las empresas españolas por varios motivos: “Plataformas como Amazon, AliExpress o El Corte Inglés ayudan a eliminar barreras de logística e infraestructura con las que se pueden encontrar en ciertas ocasiones los ecommerce. Además, el castellano se ha convertido en el cuarto idioma más utilizado en la red, lo que facilita la internacionalización a través de esta vía a las empresas de habla hispana. Por otro lado, también hay que destacar otra importante función de los marketplaces, que pueden servir en ciertas ocasiones como herramienta para testar productos y abrir así la puerta a la internacionalización”, afirma Mónica Casal, CEO de Tandem.

Sin embargo, hoy en día sólo el 5% de las ventas en España provienen del comercio online mientras que, en países como Francia, Reino Unido y Alemania este porcentaje aumenta hasta situarse en el 60% de las ventas, según datos recogidos por la consultora.

Amazon y eBay, los ‘reyes’ del marketplace en España, Europa y EEUU

En la actualidad, Amazon y eBay se han convertido en los dos portales de compra preferidos por los españoles, europeos y estadounidenses. Sin embargo, el tercer puesto varía dependiendo del continente y país. En el caso español, AliExpress se convierte en el tercer marketplace con mayor número de ventas, mientras que en Europa destacada la polaca Allegro y en Estados Unidos, el gigante Walmart se acerca a los dos grandes del sector.

Además, Amazon no sólo se ha convertido en uno de los marketplaces más reconocidos por los eshoppers, sino que también destaca por ser la plataforma preferida por los consumidores frente a las páginas web de toda la vida. “Amazon fue uno de los primeros marketplaces en aparecer en el mercado y desde entonces, ha conseguido generar una página web y app de lo más intuitiva para que el usuario pueda navegar por ella sin demasiadas complicaciones, además de ofrecer cantidad de servicios y comodidades para el consumidor” asegura Mónica Casal.

España, el país con mayor número de usuarios que compran viajes a través de un marketplace. En cuanto a categorías se refiere, ‘moda y belleza’ lidera la tabla de gasto en comercio electrónico a nivel mundial con más de 4.400 mil millones de dólares, según el informe Digital 2019 elaborado por

Hootsuite junto a la agencia we are social. A esta le siguen las categorías ‘electrónica’ y ‘alimentación y cuidado personal’ con 3.688 mil millones de dólares y 3.595 mil millones de dólares respectivamente.

En contraposición, en el caso de los marketplaces en España, la categoría ‘Electrónica’ se sitúa al principio de la tabla, siendo un 74% de los eshoppers los que han realizado al menos una compra de un artículo correspondiente a esta categoría, mientras que en segundo lugar se encuentra la categoría ‘moda’, con un 61% de usuarios que han comprado al menos en una ocasión un producto de este tipo.

Además, España se postula como el país con mayor número de usuarios que han comprado alguna vez un viaje a través de un marketplace, en concreto, 2 de cada 3 usuarios, llegando a situarse por encima de Reino Unido. De igual manera, Alemania se posiciona como el mejor país de Europa con mayor número de eshoppers que han obtenido alguna vez un producto de la categoría ‘moda’ a través de plataformas como Amazon o eBay, entre otras, convirtiéndose en un excelente mercado para vender productos relacionados con esta categoría.

“Los comercios offline que quieran abrirse camino de manera internacional a través del canal online, pueden servirse de plataformas como los marketplaces para que les ayuden con ese plan de internacionalización, ya que, con este tipo de canales, la compañía no tiene que preocuparse por llevar un flujo continuo de usuarios a la web sino que el propio marketplace se encarga de esto, haciendo mucho más fácil y sencillo todo el proceso de internacionalización”, sentencia Mónica.

Datos de contacto:

Tandem
916611737

Nota de prensa publicada en: [Vigo](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>