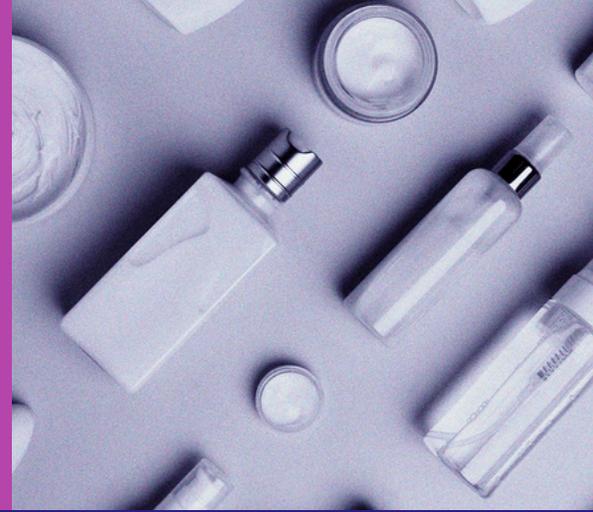




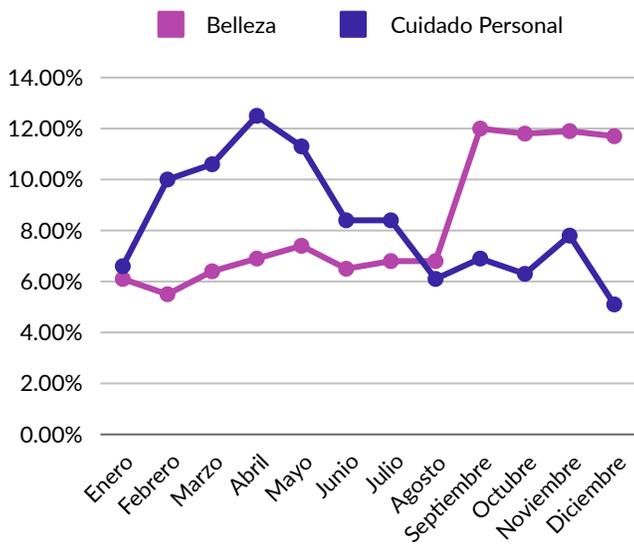
Perspectivas del Comercio Online para Belleza y Cuidado Personal 2024 - España



El MikMak Shopping Index* revela la intención de compra y el nivel de interacción de los compradores europeos con las marcas de Belleza y Cuidado Personal en su última [guía del sector](#). Esto es lo que los datos muestran para España.

La Belleza destaca a fin de año, y el Cuidado Personal en primavera

Participación de *Purchase Intent Clicks** por Mes - España



Los compradores de Belleza prefieren tiendas especializadas, y Amazon crece en Cuidado Personal

Top 5 Tiendas en España por Participación de *Purchase Intent Clicks**

Belleza	Cuidado Personal
Druni - 23.7%	Amazon - 26.5%
El Corte Ingles - 16.9%	Druni - 14.8%
Douglas - 9.6%	Primor - 9.0%
Primor - 8.4%	El Corte Ingles - 6.7%
Arenal - 6.4%	Atida - 6.0%
Other - 35.1%	Other - 37%

Meta impulsa conversiones para marcas de Belleza y Cuidado Personal a través de medios digitales

Principales Fuentes de Medios en España por *Purchase Intent Rate**



***Purchase Intent Clicks:** Representa el tráfico de compradores, medido por la cantidad de veces que un comprador hace clic en al menos una tienda durante una sesión dentro de contenido de marca habilitado para el comercio.

***Purchase Intent Rate:** El porcentaje de compradores que hicieron clic en al menos una tienda, lo que indica su probabilidad de realizar una compra.

La Interacción de los Compradores es Máxima para Fragancias, Cuidado Facial y Productos para Uñas

Top 5 Productos por *Purchase Intent Rate**

Belleza

1. Fragancia
2. Crema Iluminadora
3. Loción Bronceadora
4. Suero para Uñas
5. Set de Regalo de Esmalte para Uñas

Cuidado Personal

1. Protector Solar Facial
2. Crema Gel Facial
3. Suero Anti-envejecimiento
4. Set de Cuidado Facial para Hombres
5. Crema Contorno de Ojos

Obtén [el informe completo](#) para más información y descubre cómo se compara España con 5 mercados clave europeos de Belleza y Cuidado Personal.

[DESCARGAR GUÍA](#)

*El **MikMak Shopping Index** fue desarrollado para proporcionar un conjunto estandarizado de métricas, metodologías y puntos de referencia que ayuden a impulsar los resultados comerciales y la estrategia de las marcas. Se trata de una recopilación de los principales KPIs de comercio online, obtenidos de cientos de marcas, más de 250 canales y más de 7,000 integraciones con tiendas, con el objetivo de comprender el comportamiento de compra en línea de los consumidores.

Este documento ilustra los datos de España desde el 1 de enero de 2024 hasta el 1 de enero de 2025.