



# Amazon, el rey del eCommerce en España

**Los grandes marketplaces Amazon y Aliexpress lideran en facturación y número de pedidos**

[eShow](#), la mayor feria de eCommerce y marketing digital que abrirá sus puertas mañana en Barcelona, publica hoy su reconocido **Top 300, el ranking de referencia para conocer los eCommerce que lideran el negocio en España**. Esta guía es elaborada anualmente por la revista oficial de eShow, **The eShow Magazine**, y **Netquest**, a partir de los datos recopilados a través del sistema Nétrica. El Top 300 revela los rankings de **los eCommerce con mejores resultados en 2017 en cuanto a facturación, pedidos, conversión y ticket medio, además de adelantar tendencias en el sector para 2018**.

Como era de esperar, los dos grandes marketplaces internacionales, **Amazon y Aliexpress son los líderes del mercado**, tanto en facturación como en número de pedidos. Buenas noticias también para las empresas de origen español, **El Corte Inglés (3ª)** y **PC Componentes (5ª)**, se cuelan en el Top5 de facturación.

## Top 5 eCommerce en España por facturación

1. AMAZON: 4.241.155.363 €
2. ALIEXPRESS: 1.234.064.597€
3. EL CORTE INGLÉS: 683.899.357 €
4. EBAY: 678.301.232 €
5. PC COMPONENTES: 314.000.000 €

La primera conclusión del Top 300 de eShow es que el comercio electrónico en España tiene un dueño y su nombre es Amazon. Con 4.241.155.363 euros de facturación el gigante estadounidense ha liderado con superioridad el eCommerce nacional, siendo también el web-shop con más tráfico del año (98.174.893), muy por delante de AliExpress, El Corte Inglés y Ebay.

## Ranking por número de pedidos

En número de pedidos, encontramos un panorama similar: **Amazon, Aliexpress y Ebay** encabezan el ranking con una diferencia notable sobre el resto, situándose el **Corte Inglés** en cuarto lugar. El gigante de Jeff Bezos recibió, en 2017, 53.014.442 pedidos, su competidor chino alcanzó los 16.904.994 y Ebay 13.566.025. La web de la cadena de grandes almacenes española, en cambio, tuvo que 'conformarse' con 3.757.689 pedidos.

**Carrefour, Decathlon, Zalando, Gearbest, Zara y Privalia**, por este orden, completan el Top10 de los pedidos únicos en España. Mercadona, que cuenta con la tasa de conversión más alta de los Top 300 (4,9%), se encuentra en el lugar 17 de los pedidos, con 1.154.591 operaciones.

## Top 10 eCommerce en España por pedidos

1. AMAZON: 53.014.442
2. ALIEXPRESS: 16.904.994
3. EBAY: 13.566.025
4. EL CORTE INGLÉS: 3.757.689
5. CARREFOUR: 2.401.456

## Electrocosto líder en ticket medio de compra

El eCommerce español de electrodomésticos y tecnología **Electrocosto** se confirma un año más como el número 1 en ticket medio de compra en España, con 308 euros. Completan el Top5 otras empresas del mismo sector, todas ellas con

un ticket medio por encima de los 200 euros: **Apple** (250€), **Pc Componentes** (230€) **Samsung** (210€) y BQ (200€).

### **Top 5 eCommerce en España por ticket medio**

1. ELECTROCOSTO: 308 €
2. APPLE: 250 €
3. PC COMPONENTES: 230 €
4. SAMSUNG: 210 €
5. BQ: 200 €

### **Madurez del mercado y precio como factor decisivo**

En cuanto a conclusiones generales, el Top 300 de eShow arroja fundamentalmente dos: el comercio electrónico en España por fin ha alcanzado su madurez y el precio sigue siendo el factor principal de decisión.

Tras repetidos informes de la CNMC hablando de crecimiento del sector (+23,4% según el último informe), 2017 parece ser el año en el que el comercio electrónico ha llegado un punto de madurez. Prueba de ello es el hecho de que el 74% de los internautas entre 16 y 65 años han comprado online en el último año.

En cuanto a factores decisivos para la compra, falta el último empujón para llegar a la madurez total. El precio sigue siendo el elemento más importante en la decisión de compra, pero sí apreciamos un acercamiento del mercado nacional a otros más maduros, como el británico, donde la experiencia de compra resulta ser clave para el usuario.

En cuanto a los canales, el móvil sigue ganando posiciones, empujando consigo a los comercios que desarrollan buenas estrategias en mCommerce. Tras varios años de escalada, con su punto álgido en 2017, para el próximo ejercicio 2018 prevemos una moderada evolución de las ventas a través de dispositivos móviles.

Otro dato a destacar es la previsión de un ligero aumento del presupuesto destinado por los eCommerce a dos áreas: marketing y logística.