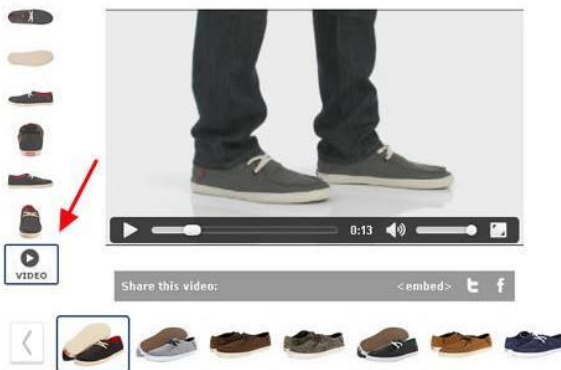


## Ecommerce de calzado en España: más de 50 millones por trimestre con un ticket medio de 79 euros

Casi 80 euros. Eso es lo que gastan, de media, los españoles cada vez que compran calzado por Internet. La cifra es cerca de diez euros mayor a la del gasto por transacción en prendas de vestir. Aunque el volumen de negocio del ecommerce de calzado es muy inferior al de las prendas, el calzado fue el subsector de la moda que mejor arrancó este año en Internet, registrando un crecimiento interanual del 40,8% hasta superar por primera vez la barrera de 50 millones de euros en el primer trimestre.



Desde 2012, las ventas de calzado a través de Internet se han mantenido al alza, con crecimientos interanuales de más del 40% a medida que nuevos operadores daban el salto al ecommerce y que la compra online de estos productos se ha ido normalizando.

Durante 2013, la facturación del sector del calzado a través de Internet casi se duplicó, con un aumento del 70,2%, hasta 102,75 millones de euros. Aunque con una cifra de negocio online muy superior, de 451,73 millones de euros, las prendas de vestir registraron un incremento menor ese año, del 48,8%.

En el cuarto trimestre de 2013, coincidiendo con la campaña de Navidad, el valor de las compras online de calzado se disparó un 80,2%. Aunque, para entonces, la moda ya había empezado a crecer más rápido, con un alza del 80,6%.

Al año siguiente, el sector comenzó a normalizarse, con alzas todavía galopantes, pero más moderadas, de entre el 50% y el 70% cada trimestre. Sin embargo, durante el último trimestre de 2014 el calzado sufrió un frenazo en la red, con un crecimiento del 34,4%. Esa ralentización se experimentó también en las prendas de vestir, mientras que el total del ecommerce mantuvo el ritmo con un alza del 24,5%.

Tras cerrar 2014 con una facturación online de 152 millones de euros, el sector del calzado comenzó 2015 acelerando, con un crecimiento del 40,8%, superior al de las prendas, que se situó en 40,3%, y alcanzando 50,40 millones de euros.

Por su parte, el ticket medio en el calzado online se ha mantenido en los últimos tres años por encima de 80 euros, salvo en el tercer trimestre de 2014, cuando se situó en 77,56 euros. Al igual que ha ocurrido en prendas de vestir, y también en el conjunto del ecommerce, el gasto medio por transacción online en calzado ha ido cayendo cada trimestre, en términos interanuales, a medida que las compras a través de la Red se volvían algo más frecuentes.

Si en el primer trimestre de 2012 los consumidores gastaban, de media, 92,10 euros cada vez que compraban calzado por Internet, en el primer trimestre de este año la cifra se situó en 79,22 euros.