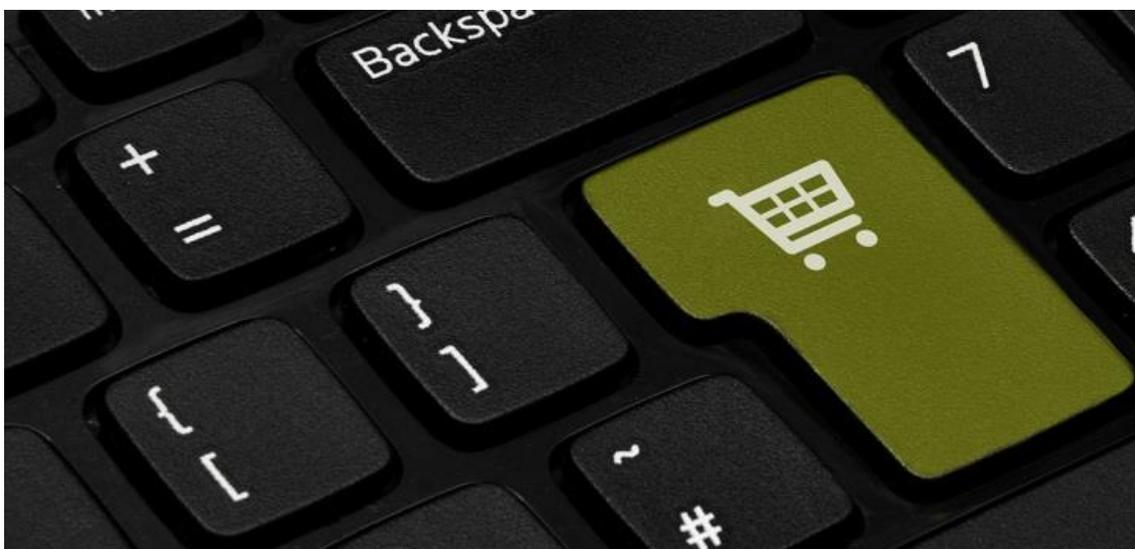


Indicador de la Moda Online: el sector remonta en la recta final del año y copa ya el 4,7% de las ventas E



Las ventas de ropa y calzado a través de Internet se incrementaron un 26,9% en el cuarto trimestre y el ecommerce batió récords de cuota de mercado en valor y en volumen.

La moda remonta en la Red al calor de la campaña Navideña. En el cuarto trimestre de 2016, la cifra de negocio online de prendas de vestir, calzado, accesorios y textil hogar se disparó un 26,9% en relación al mismo periodo del año anterior, retomando así la racha de crecimientos a doble dígito que dejó atrás en el tercer trimestre.

Según el Indicador de la Moda Online, elaborado a partir de datos de Kantar Worldpanel, el peso de las ventas en la Red en el sector de la moda también se elevó, hasta situarse en el 4,7%, el mayor en la serie histórica del indicador, que se remonta a 2014. El dato supone que casi cinco de cada cien euros que los españoles desembolsan en textil, calzado, accesorios y textil hogar los gastan a través de la Red.

El peso de las ventas online se mantiene al alza de manera casi ininterrumpida desde 2014. Entonces, el canal online apenas copaba el 2,4% de las ventas de moda en España. En 2015, el ecommerce ganó impulso y superó el 3% de la facturación del sector. Durante el año pasado, el canal ha evolucionado de manera desigual, con un ascenso en el segundo trimestre pero una nueva caída en el tercero, hasta el 3,5%.



DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

Lo mismo ha ocurrido con las ventas, que comenzaron el año con subidas a doble dígito, del 15,4% y del 37,8% en el primer y segundo trimestre, respectivamente, pero un brusco frenazo en el tercer periodo, con una variación del 8,3%, la menor de la serie.

Evolución de la cuota de mercado de Internet en las ventas de moda

En porcentaje sobre las ventas totales de moda



Fuente: *Indicador de la Moda Online (Kantar Worldpanel)*

Source: [Modaes.es Get the data](#)

Created with [Datavrapper](#)

El impulso registrado en el último periodo del año ha estado motivado por un incremento del gasto medio por compra, que se situó en 43,2 euros por transacción, lo que supone un aumento del 2,6% respecto al mismo periodo del año anterior y el dato más elevado desde el cuarto trimestre de 2014.

El canal online también igualó el récord histórico de frecuencia de compra: cada comprador realizó, de media, 1,8 compras en el último trimestre de 2016, por encima de las 1,7 compras del mismo periodo de 2015 y en línea con el máximo registrado el tercer trimestre de 2015.

El número de compradores también se mantuvo al alza, con un incremento del 14,8% respecto al mismo periodo del año anterior, hasta algo más de tres millones de personas. Sin embargo, retrocedió en comparación con el tercer trimestre, cuando 3,1 millones de personas compraron moda a través de la Red.

Evolución del número de compradores

En millones de personas



Fuente: *Indicador de la Moda Online (Kantar Worldpanel)*

Source: Modaes.es [Get the data](#)

Created with [Datawrapper](#)

Además de más compradores, con un mayor gasto y más a menudo, el Indicador de la Moda Online revela también un aumento en el número de prendas de vestir que se compran a través de la Red. Entre septiembre y diciembre, los españoles adquirieron, de media, 3,4 prendas de vestir online, un 17,2% más que en los mismos meses de 2015.

La cuota del canal sobre el conjunto de las ventas de moda, por su parte, marcó un récord histórico, muy por encima de los máximos registrados hasta ahora: 3,3 de cada 100 prendas vendidas en España se compraron en Internet en los últimos meses del año pasado, muy por delante del máximo hasta la fecha, del 2,9%, registrado en el segundo trimestre de 2016, y casi un punto porcentual más que la cuota que el canal registró en el cuarto trimestre del año anterior.

El Indicador de la Moda Online realiza regularmente un monitoreo de la evolución de las ventas de moda a través de la Red en España, describiendo su evolución en términos de número de compradores y cuota de mercado sobre el total sector.

Fuente: Modaes.es 27 Ene 2017