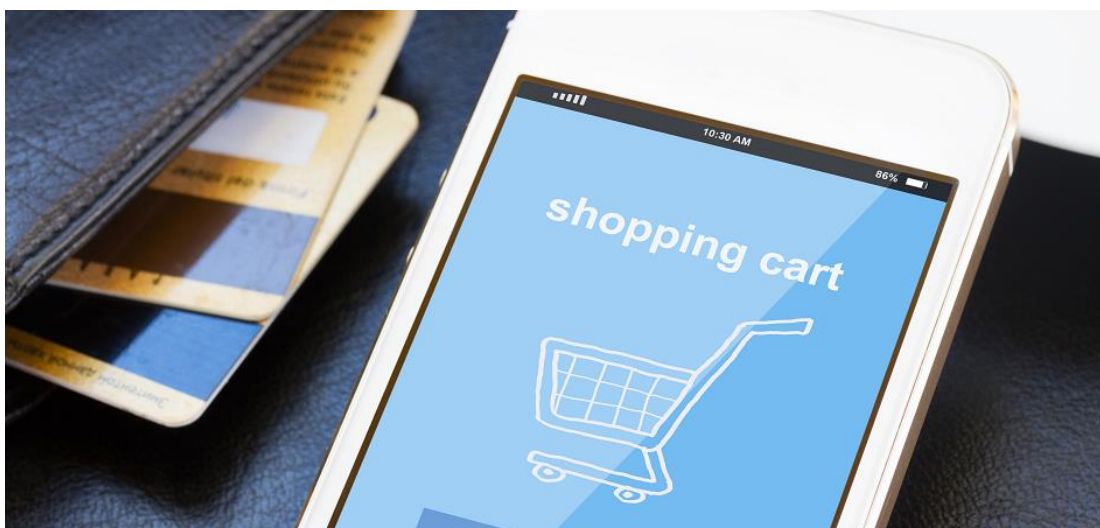


El ecommerce copa ya el 4% de las ventas de moda en España

A su vez, la moda representa un 7,8% de la facturación total del ecommerce en España, según el *Informe de la moda online en España*, elaborado por Modaes.es con la colaboración de Kantar Worldpanel y el patrocinio de Salesforce Commerce Cloud.



El ecommerce avanza a paso firme en el negocio de la moda. En 2016, las ventas a través de la Red representaron el 4% de la facturación del sector, frente al escaso 1,4% que copaban en 2012. A su vez, la moda también continúa engordando su peso sobre el conjunto del ecommerce del país, copando el 7,8% de las ventas a través de Internet el año pasado.

Según se desprende de la primera edición del *Informe de la moda online en España*, elaborado por Modaes.es con la colaboración de **Kantar Worldpanel** y el patrocinio de **Salesforce Commerce Cloud**, la venta a través de Internet va ganando cada vez más relevancia en el comercio español, aunque la penetración continúa por debajo de la de otros países del entorno europeo.



DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

Peso del ecommerce sobre el total de las ventas de moda en España 2012-2016

En porcentaje sobre el valor total



Fuente: Informe de la moda online en España 2017

Fuente: Modaes.es - Created with Datawrapper

El grueso del comercio online se concentra, además, en plataformas extranjeras, con 690,5 millones de euros de facturación entre enero y septiembre de 2016. En el otro extremo, las ventas realizadas en sitios webs españoles con destino a otros países se situaron en 160,2 millones de euros, lo que representó sólo un 11,8% del total. Por su parte, las transacciones dentro del territorio nacional coparon un 37,4%, hasta 508,9 millones de euros.

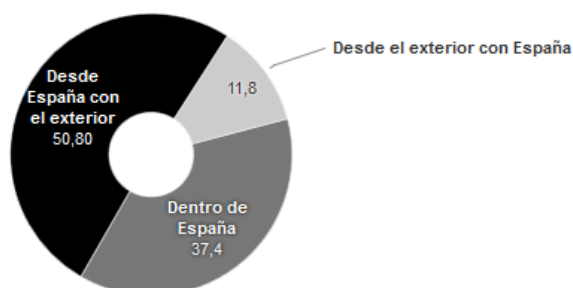
De media, los compradores gastan 107,4 euros al año en comprar moda a través de la Red y adquieren 5,3 artículos con una frecuencia de compra de 2,8 ocasiones de media anual. El 61,8% de los artículos se compra con descuento, y el 62,4% del gasto está destinado a compras que disfrutará el propio comprador.

El informe dibuja, además, el perfil del consumidor de moda a través de la Red más habitual en España; mujeres entre 35 y 54 años que viven en ciudades de más de 100.000 habitantes y tienen formación de estudios superiores.

En concreto, más de cuatro millones de mujeres compraron algún producto de moda por Internet en 2016, frente a 3,87 millones de clientes hombres. Por otro lado, aunque Internet tiene mayor penetración entre las edades más jóvenes, el año pasado el 49,2% de los consumidores de moda a través de la Red en España tenían entre 35 y 54 años.

Ventas online de moda por origen y destino

En porcentaje. Datos de 2016, hasta el tercer trimestre.



Fuente: Cnmc.

Fuente: Modaes.es • Created with Datawrapper

El documento concluye con una radiografía de los frenos e impulsores que lastran o motivan la compra online en España. Entre las razones que aducen los consumidores para comprar por Internet se encuentran el precio o las ofertas (para un 78,6%), la comodidad (69,6%), el ahorro de tiempo (49,5%) o una mayor oferta (45,3%). En cambio, algunos de los obstáculos que encuentran los españoles que no compran online son la preferencia por la tienda física (73%), la sensación de escasa seguridad (53,9%) o porque no les resulta necesario (50,2%) o atractivo (39,2%).

Fuente: Modaes.es 26 Jun 2017