

La moda impulsa el crecimiento del ecommerce a nivel global

Miércoles, Ago 28 2013 - Escrito por [eMagazine - eCommerce](#)



Según el índice de [ecommerce](#) de Rakuten, el 50 % de los españoles ha comprado ropa en Internet. Además, España es el país europeo que más recomienda sus compras online a través de las redes sociales.

Con las ventas online creciendo un 17% y a punto de superar los 1,2 trillones de dólares a nivel global por primera vez este año, el último índice de [e-commerce](#) de Rakuten, uno de los marketplace más grandes del mundo y propietario de Rakuten.es, revela que el 13% de los españoles ya compran más artículos online que en las tiendas convencionales, mientras que un 27,5% compra la misma cantidad de objetos tanto online como offline.

El estudio independiente de las tendencias comerciales mundiales, sugiere que las ventas globales de [comercio electrónico](#) están siendo impulsadas por la demanda de ropa y accesorios, con un 50% de españoles que compran ropa online, de los que más de la mitad (52%) recomiendan los artículos a amigos y familiares a través de las redes sociales.

En España, la razón principal para ir de compras en Internet es el ahorro de tiempo, mientras que en todos los países encuestados la principal razón para ir de compras en la tienda física es la posibilidad de ver los artículos más a fondo, aunque también se valora mucho la facilidad de pago y la posibilidad de pedir ayuda a los dependientes del comercio. Este punto invita a pensar que los retailers online se beneficiarían de ofrecer una selección más amplia de métodos de pago y dar a los compradores un acceso a asistentes "virtuales" en la web.

A nivel mundial, las tres principales categorías de las compras online son la ropa y los accesorios, seguidos de libros y revistas, y la electrónica de consumo. En España, las tres primeras categorías son también la ropa y los accesorios, seguidos de cerca de la electrónica de consumo y los juegos y videojuegos, mientras que los grandes electrodomésticos, los alimentos para mascotas y las flores son las categorías de producto ??menos propensas a ser compradas online. El crecimiento de las ventas de electrodomésticos grandes sigue siendo bajo en muchos países del mundo, lo que sugiere que los consumidores todavía prefieren comprar en persona cuando se trata de artículos de precio elevado.

Marc Vicente, CEO de Rakuten España, comenta: "Los minoristas de todo el mundo están pidiendo a gritos un trozo de este mercado de 1200 mil millones de dólares, el estudio que presentamos hoy pone claramente de manifiesto que la industria de la moda está muy por delante cuando se trata de involucrar a la comunidad de compras online. Eso no es poca cosa para una industria donde la importancia de "probarse" el artículo podría parecer un obstáculo natural para las ventas online. Sin embargo, los retailers de moda se han convertido en excelentes narradores de historias online, creando tiendas online muy interactivas y visuales, que combinan muy sabiamente con las redes sociales para impulsar el 'engagement' con los clientes, dando un ejemplo que otras industrias harían bien en seguir".

Las compras online de ropa se aceleran en todo el mundo

Ropa y accesorios son ahora los artículos más comprados en todo el mundo a nivel online, con Europa a la cabeza de esta tendencia. Los datos de Rakuten muestran que más de la mitad de todos los compradores compran ropa y accesorios en la web, y haciéndose eco de las recientes investigaciones de los analistas Veredicto, Rakuten encontró que Alemania es el mayor mercado para la ropa en la zona de los países UE27, con un 70% de alemanes que compran ropa en Internet.

Las compras online de ropa también está viendo un fuerte crecimiento en América. En los EE.UU., se espera que las ventas online de ropa y calzado lleguen a los 40 mil millones de dólares en 2013, y la investigación de Rakuten muestra que el 60% de los compradores compran ropa en la web. Brasil, por su parte, lidera este sector online en América Latina, con una tercera parte de los brasileños (34%) que reciben sus vestidos de las tiendas online.

Las ventas en Asia también están aumentando con un 74% de compradores en Indonesia, un 60% de la población de Malasia, y un 58% en Taiwán que compran ropa online. Se espera que se gaste una cantidad alrededor de los 388,8 mil millones dólares online en la región de Asia-Pacífico en 2013, un aumento de casi un cuarto respecto el año pasado.

Las ventas aumentan al ritmo del despegue de las redes sociales y los smartphones

Las compras sociales y a través del móvil se suman a una nueva y dinámica faceta de compras online. En muchos países, los compradores están compartiendo de forma automática productos que les gustan en las redes sociales como Pinterest, Facebook y Twitter.

La compra social está más establecida en Asia, donde alrededor del 55% de las personas recomiendan artículos en sitios de redes sociales, en comparación con el 49% en América y el 29% en Europa. Indonesia es el mayor mercado de compras sociales en todo el mundo, con el 80% de los compradores recomendando regularmente productos en las redes sociales, mientras que España (52%) lidera la tendencia en Europa.

Con la perspectiva de que las compras a través del móvil alcancen los 119 mil millones de dólares del total de las ventas online a nivel mundial para el año 2015, las compras con el móvil y la tablet continúan ganando impulso. El móvil es actualmente el principal canal de compras online por parte de un 6% de personas en España. Esta tendencia está siendo liderada por los compradores en Tailandia y los EE.UU., donde el móvil ya es el dispositivo principal para ir de compras online para el 19% de los consumidores de ambos países.