
2018



El mercado de Comercio Electrónico Sector Moda en Reino Unido

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Londres

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

19 de julio de 2018
Londres

Este estudio ha sido realizado por
Inés de Ellacuría Mesanza

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Londres

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



El comercio electrónico en Reino Unido es un canal de distribución en auge. El Reino Unido es el país europeo con un mayor consumo *online* y con un mayor gasto medio por consumidor. El 86% de la población británica con una edad superior a 15 años compra por internet, lo que equivale a un total de 56,6 millones de personas.

Las tres redes sociales más usadas en Reino Unido, por orden de usuarios, son: Facebook, Twitter e Instagram. Además, Snapchat, que se sitúa en cuarto lugar, está ganando popularidad.

En los últimos cuatro años los datos de penetración por dispositivo han experimentado un cambio. Si bien los ordenadores portátiles han mantenido un porcentaje de penetración más o menos constante, situándose en torno al 80%, tanto la penetración de los *smartphones* (85% actualmente) como la de las tabletas (68%) ha aumentado significativamente. El 48% de los *millennials* han comprado productos desde el móvil. El número de usuarios que provienen de ordenadores (de mesa o portátiles) decrece un 3%.

Las ventas *online* en el sector de la moda en Reino Unido se han incrementado en los últimos años, hasta llegar a constituir un 24% del total de las ventas del sector. En comparación con otros sectores, las ventas *online* de prendas de vestir y calzado se sitúan en segunda posición por cuota de mercado – tras los dispositivos electrónicos – del total de ventas *online* en el Reino Unido.

Aunque históricamente las mujeres han sido el público objetivo del sector de la moda, el mercado de la moda para hombre en el Reino Unido ha experimentado un crecimiento, siendo ya un 60% los que compran *online*.

Sobre los hábitos de compra de los consumidores, hay que destacar los siguientes factores:

- El porcentaje de las compras *online* que se realizan a través de un *smartphone* o tableta ya ha superado el 50% en el Reino Unido, llegando a superar las compras *online*, desde el *smarthphone* a las del ordenador.
- Del total de las ventas *online* de ropa y calzado en el Reino Unido, un 73% se realizan a través de tiendas multicanal. Sin embargo, *e-tailers* como Amazon, eBay y Asos son las más populares de ropa *online* y están incrementando su cuota de mercado.
- Los compradores *online* gastan una media de 40 libras en ropa y calzado al mes.
- La forma de entrega es de gran importancia para los consumidores. El método de entrega *click & collect* se espera que represente un 27,3% del total de las compras *online* en el año 2020 y que continúe aumentando.



Puntos positivos:

El canal de distribución *online* para el sector de la moda en el Reino Unido ofrece muchas posibilidades a las empresas: el Reino Unido es el líder europeo en comercio electrónico y el país europeo donde el gasto medio por consumidor es mayor.

Las ventas de moda *online* constituyen un 24% del total del sector en el Reino Unido. Cada año aumenta.

Los hombres están cada vez más predispuestos a comprar *online*. Hoy en día un 71% de mujeres compran *online*, y los hombres lo hacen en un 60%.

Puntos negativos:

Los operadores que trabajan en el canal *online* son muy dinámicos y el panorama cambia con gran rapidez.

Los minoristas son conscientes del fuerte potencial del canal de distribución *online* y por lo tanto la competencia es cada vez mayor.

Las denominadas tiendas multicanal siguen siendo las preferidas por los consumidores, lo que podría suponer una amenaza para las tiendas puramente *online*, que tendrán que multiplicar sus esfuerzos para mantener sus niveles de rentabilidad.

A los compradores de moda les gusta ver, tocar y probarse el producto. Pero está comprobado que una buena página web con fotografías de alta calidad, y que utilice las últimas tecnologías (como pueden ser los probadores virtuales), hace que se reduzca el riesgo percibido y por lo tanto que aumenten las compras.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

