

SUPERA LOS US\$ 400 MILLONES SEGÚN LA CCS
**Comercio electrónico de moda y belleza se duplicó
en los últimos 3 años**

Según estimaciones de la CCS, si se agregan las compras realizadas a sitios extranjeros por los consumidores, así como las que ocurren en redes sociales, el comercio electrónico del segmento alcanza niveles que podrían bordear los US\$ 600 millones



Sobre US\$ 400 millones facturó el segmento de moda y belleza online en 2018, de acuerdo a estimaciones de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) dadas a conocer en el primer encuentro Fashion Online que se realizó el pasado 4 de julio en CentroParque.

Las cifras han tenido un crecimiento acelerado, duplicándose en los últimos 3 años. En 2015, las ventas llegaban a menos de US\$ 190 millones. Más aún, según estimaciones de la CCS, si se agregan las compras realizadas a sitios extranjeros por los consumidores, así como las que ocurren en redes sociales, el comercio electrónico del segmento alcanza niveles que podrían bordear los US\$ 600 millones, elevando su participación sobre las ventas totales de e-commerce (en valor) a niveles en torno al 10%.

La participación sobre las ventas totales del comercio minorista de moda y belleza alcanza, en tanto, a cerca de un 5%, también con tasas de crecimiento muy dinámicas.

Vestuario y calzado corresponde al principal rubro de la categoría, seguido por accesorios y belleza y cuidado personal.

De acuerdo a las tiendas online del Comité de Comercio Electrónico de la CCS, las expectativas de crecimiento en las ventas para este año se sitúan en torno al 69% en Vestuario y Calzado, 53% en Accesorios, 37% en Deportes y Outdoor, y 33% en productos y servicios de Belleza y cuidado personal. Estas proyecciones sitúan al sector como uno de los más dinámicos en el e-commerce local para 2019.

Desde el punto de vista del perfil de los usuarios, según estudios realizados en conjunto por la CCS y Kawésqar, en el rubro vestuario y calzado la mayoría son mujeres (54%), de los segmentos ABC1, C2 y C3 (en torno a 28% del total cada uno), y de las generaciones Millennials y X, con una participación creciente de los centennials.

En conjunto, cerca del 80% de los usuarios de Internet declara hacer compras en categorías denominadas “blandas” (vestuario, calzado, deportes, infantil), muy por encima del resto de las categorías de e-commerce. Específicamente en vestuario, el 48% de los usuarios realiza compras online, y un 41% en calzado.

Las compras desde el exterior son otra fuente de adquisición de artículos de moda por parte de los consumidores: más del 30% reconoce realizar compras de accesorios y regalos desde sitios internacionales, un 23% en vestuario y un 18% en deportes. Los principales proveedores de este tipo de compras corresponden a AliExpress, Wish, Amazon y Ebay.

Respecto de redes sociales, la intensidad de compra es muy superior en Vestuario respecto de otras categorías, alcanzando al 15% de los usuarios, en comparación a otros rubros que en general no alcanzan al 5%. Esto plantea un gran desafío para los retailers del sector, ya que las preferencias de los usuarios apuntan cada vez con más fuerza a incorporar sus preferencias de compra dentro de sus hábitos cotidianos en el entorno online, particularmente en móvil.

Descargue presentación [Tendencias de Fashion Online](#)