



FASHION ONLINE 2023 - CCS

# CAMBIOS SOCIALES Y EL IMPACTO EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Una mirada desde la experiencia

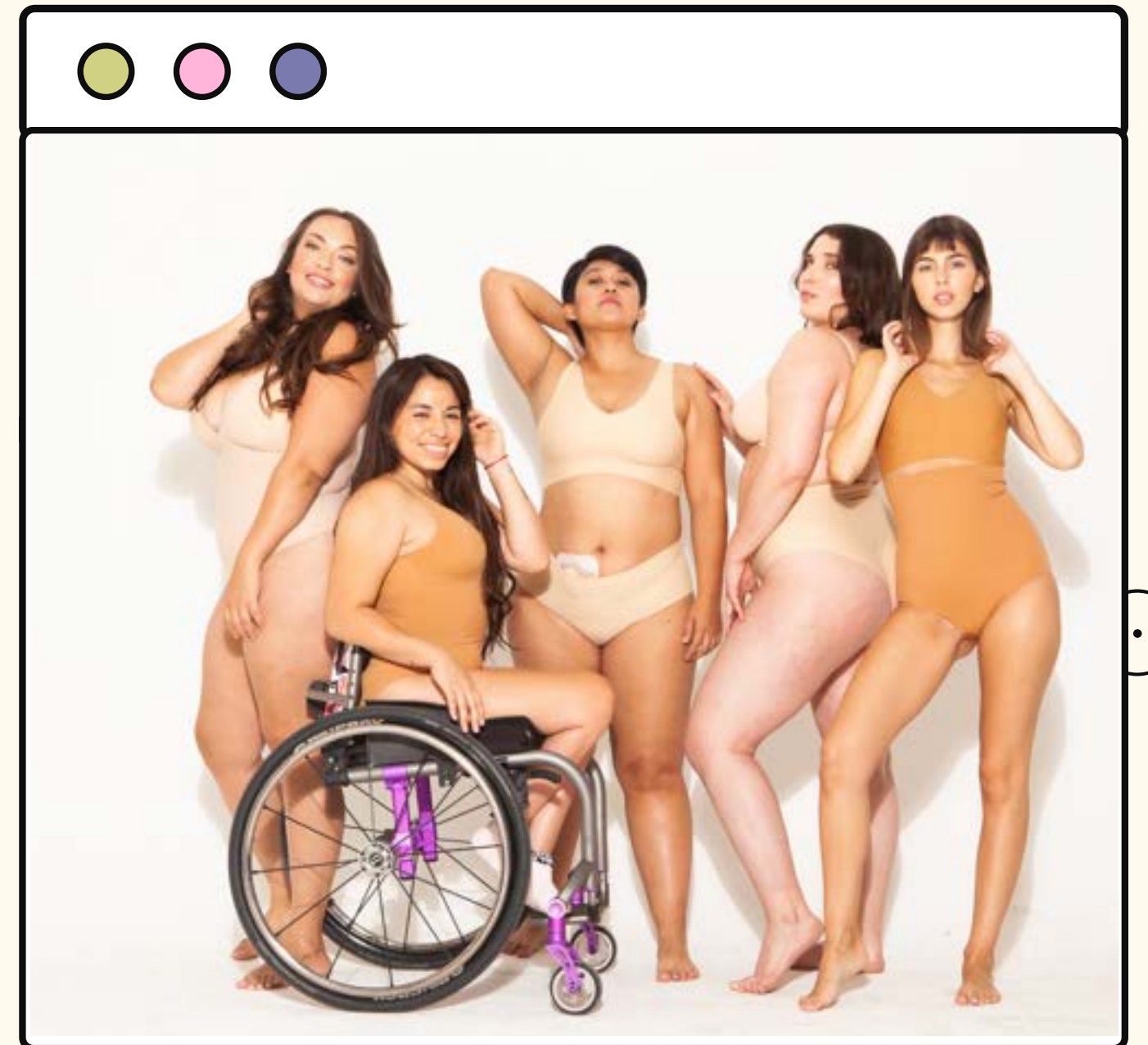
**LOVE**LUST.CL



# CAMBIO SOCIAL

Una modificación importante en la estructura de una sociedad, que se puede ver en los valores, las tradiciones, las normas, las relaciones políticas.

OSEA: Lo que está viviendo el mundo entero hoy en día.



# ¿CÓMO SON LOS COMPRADORES ONLINE DE HOY?

**BUSCAN REVIEWS  
Y REVISAN RRSS**

**CALIDAD,  
DURABILIDAD,  
PRECIO**

**OMNICALIDAD**

**PERSONALIZACIÓN,  
RECOMENDACIONES**

**INFLUENCERS**

**RÁPIDO,  
GRATIS, FÁCIL  
DE PAGAR**

**SUSTENTABILIDAD E  
IMPACTO SOCIAL**





**HAVAS GROUP HIZO UN ESTUDIO EL 2019:**

**EL 77% DE LAS MARCAS DEL MUNDO PODRÍAN DESAPARECER MAÑANA Y A LOS CONSUMIDORES LES DARÍA EXACTAMENTE LO MISMO.**

# LOS CONSUMIDORES ESTÁN EMPODERADOS

**CREACIÓN DE MOVIMIENTOS QUE  
EJERCEN PRESIÓN: LEY DE TALLAS, TCA**

**ORGANIZACIONES BENÉFICAS: MYNIPP**

**COMPARTEN E INFLUYEN: BOCA EN BOCA  
QUEDA CORTO A LO QUE VIVIMOS HOY.**

**TRANSPARENCIA EN TEMAS SOCIALES Y  
AMBIENTALES: ECOVERO**



# COMUNIDAD EMPODERADA

Esto es poderoso.

El feminismo, ha hecho que muchas mujeres nos cuestionemos todo. Y este mensaje que está escrito en una cinta de tela, cuestiona el abuso sexual, el aborto, la hipersexualización de las mujeres en la publicidad y mucho más.



# EJEMPLOS CONCRETOS



## SOSTENIBLE

Organic Basics, PACT y Thunderpants son marcas que sólo trabajan algodones orgánicos, bambú, y en producciones respetuosas con el medio ambiente.

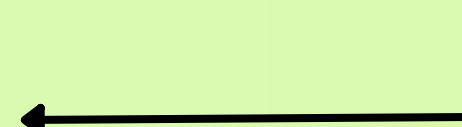
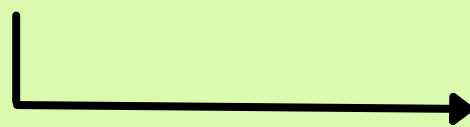
## INCLUSIVA

Para diferentes tipos de cuerpo, tallas y diversidad de género. TomboyX, Play Out Underwear se la juegan por la comunidad trans.

## IGUALDAD DE GÉNERO

Marcas como Parade, luchan por los derechos de las mujeres y las niñas, además de abordar temas de sustentabilidad.

## PODER DE LOS CONSUMIDORES



# EL FUTURO Y LAS TENDENCIAS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE ROPA INTERIOR

**COMODIDAD: SIEMPRE HA SIDO, PERO ¿ES REAL? ENFOQUE: SIN COSTURAS, ERGONÓMICOS**

**SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: DESAFIO 10X**

**INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD, USUARIOS DEMANDAN EN REDES SOCIALES**

**ONLINE: MEJORES FOTOS, VIDEOS, GUÍAS DE TALLAS, Y DEVOLUCIONES SIMPLES**







SI CUMPLIMOS TODO LO ANTERIOR

**Mercado**

ooo

# VAMOS CAMINO AL ÉXITO

**Tendencias**



**Comunicación**

Si no, empiezas a dejar de ser relevante



**Feedback**

# HITOS CON GRAN IMPACTO SOCIAL

**CUARTA OLA FEMINISTA 2010 - ACTUALIDAD**

**¿Por qué usamos sostenes?**

**Comunicación, hipersexualización de las mujeres, paridad.**

**ESTALLIDO SOCIAL 2019**

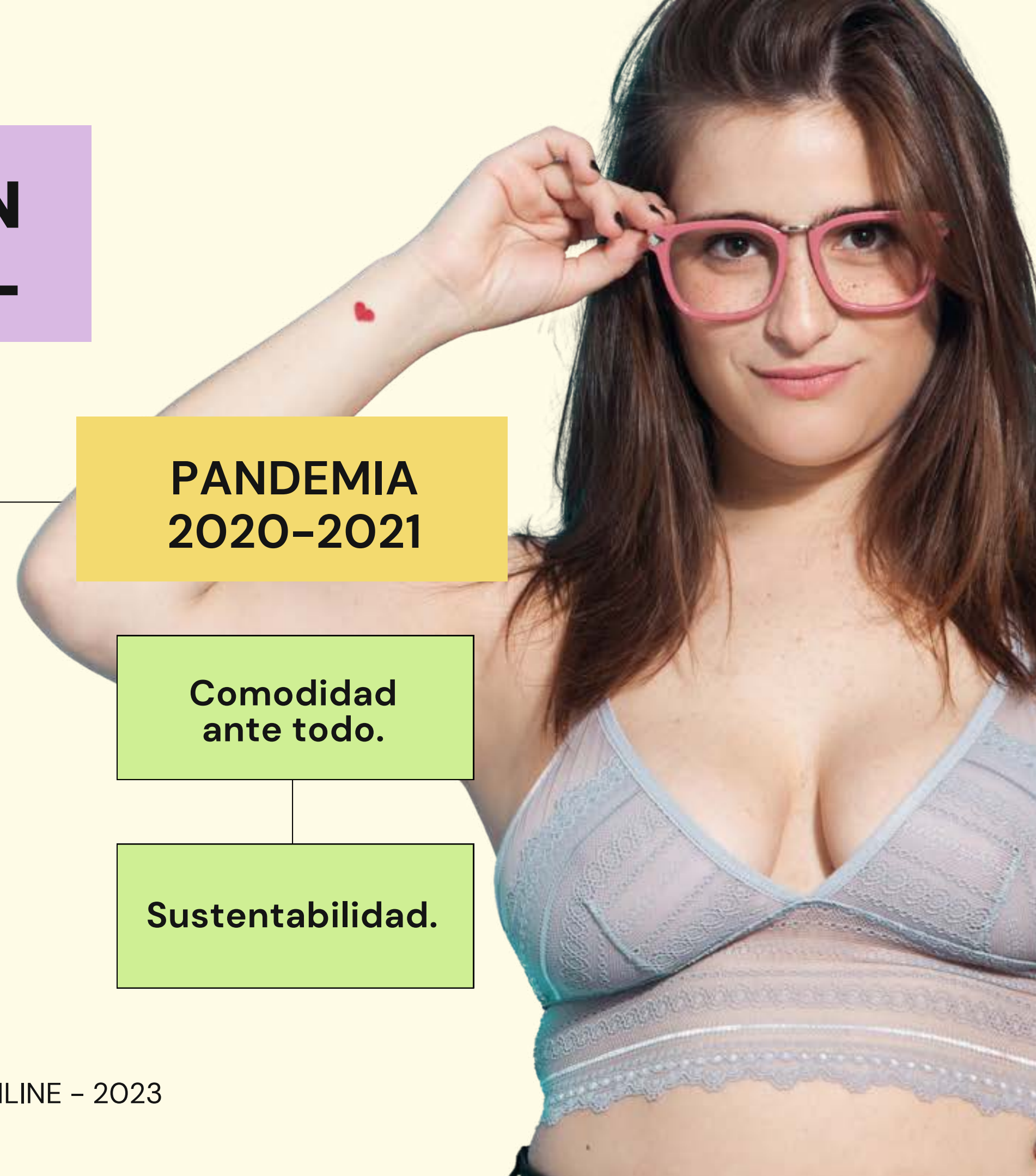
**Preferencia por comprar a emprendedores**

**De dónde viene lo que compro. Más exigentes.**

**PANDEMIA 2020-2021**

**Comodidad ante todo.**

**Sustentabilidad.**

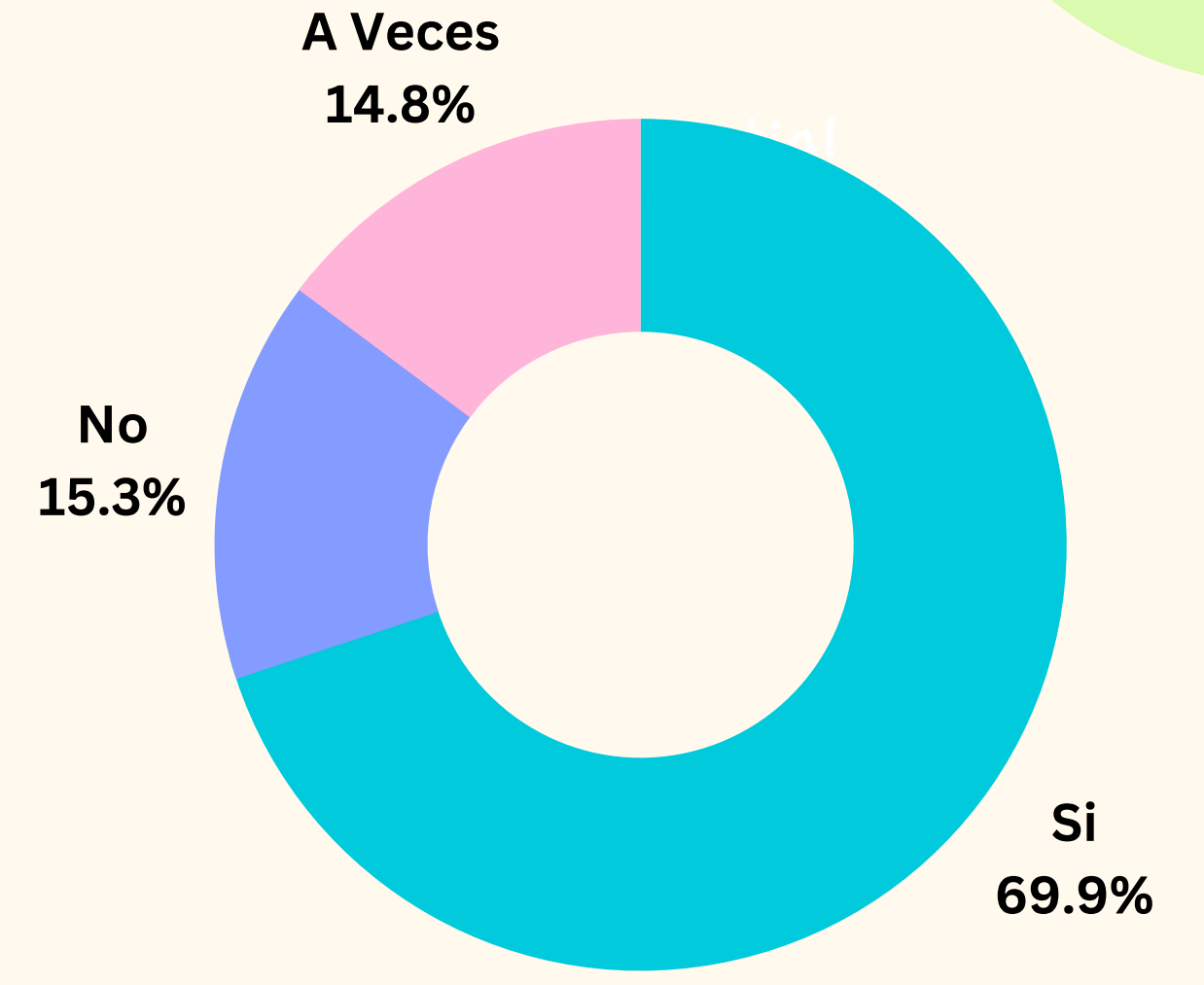
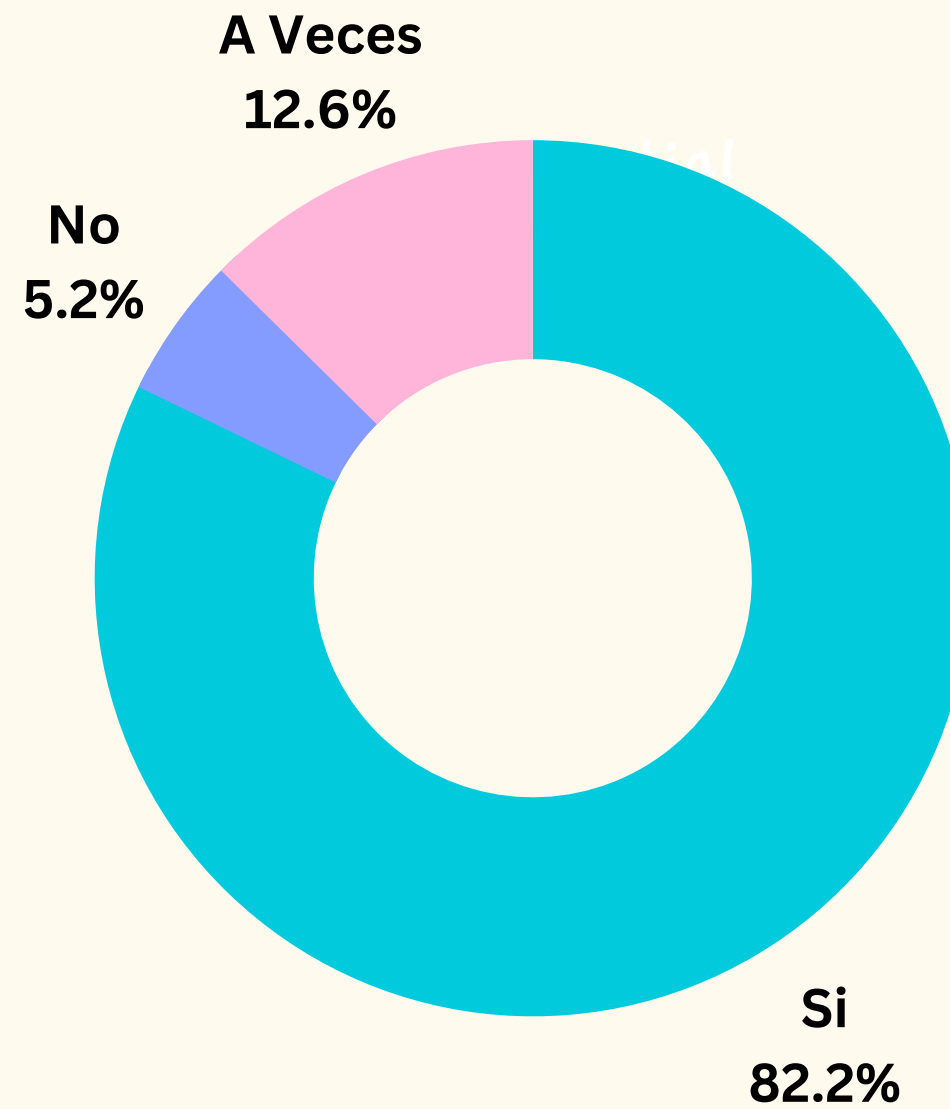
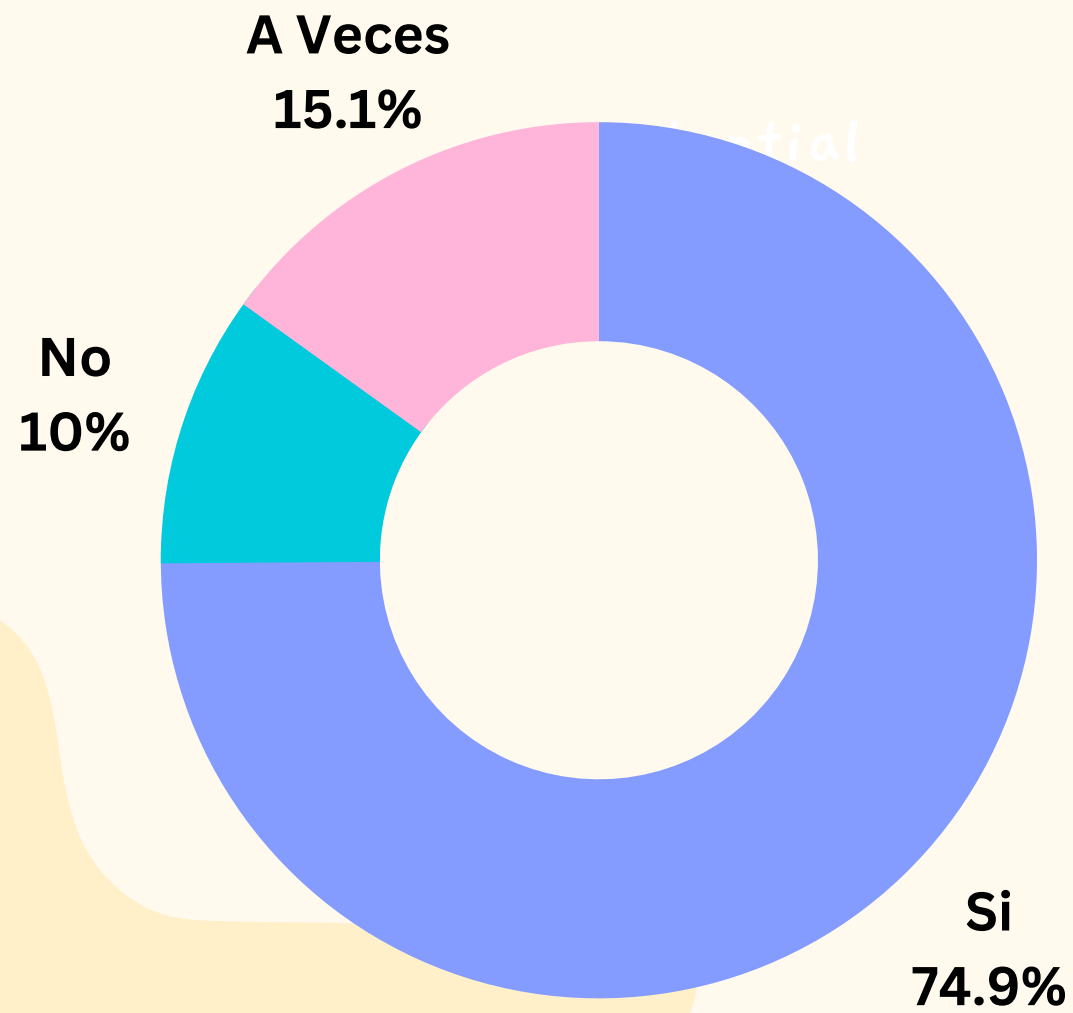


# ¿USAS SOSTÉN/BRALETTE?

**< 24**

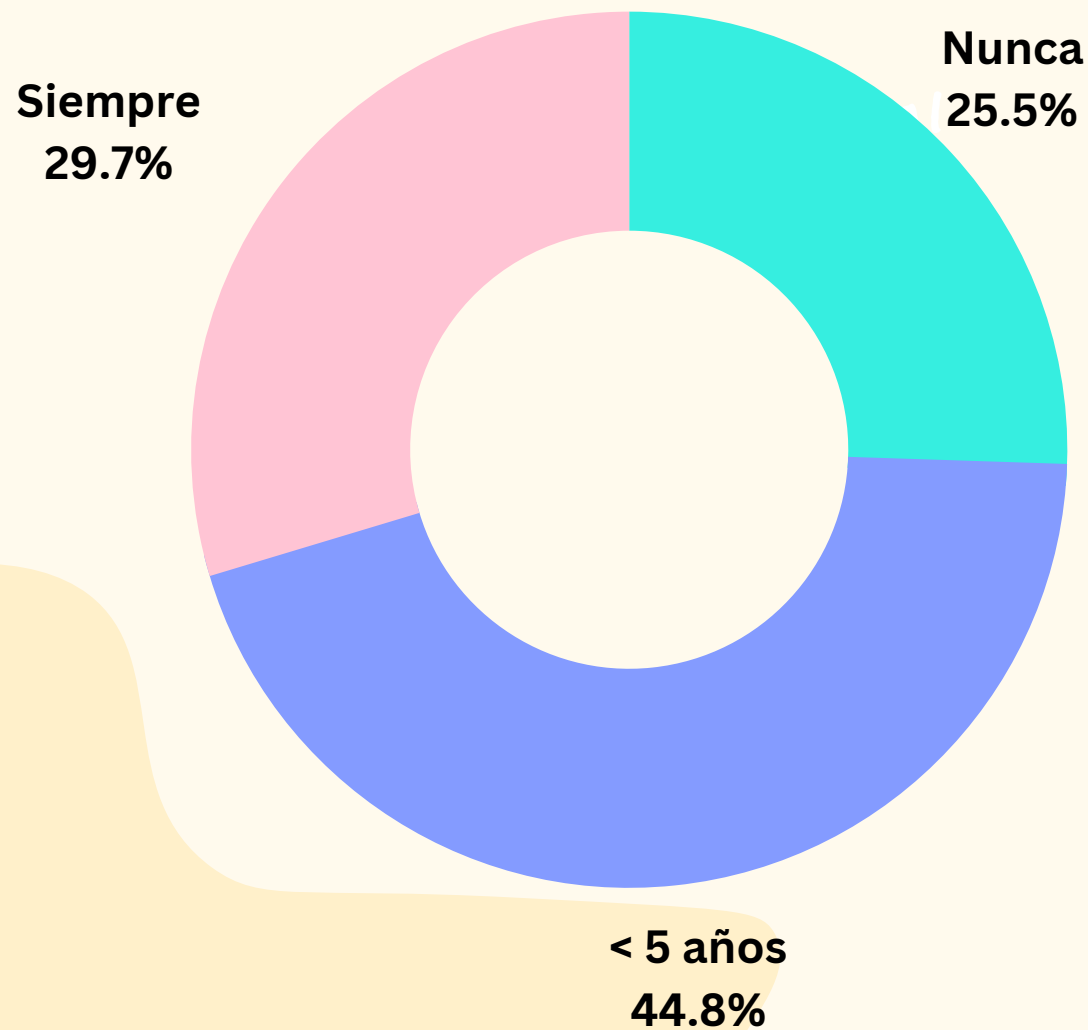
**25 - 44 AÑOS**

**45 >**

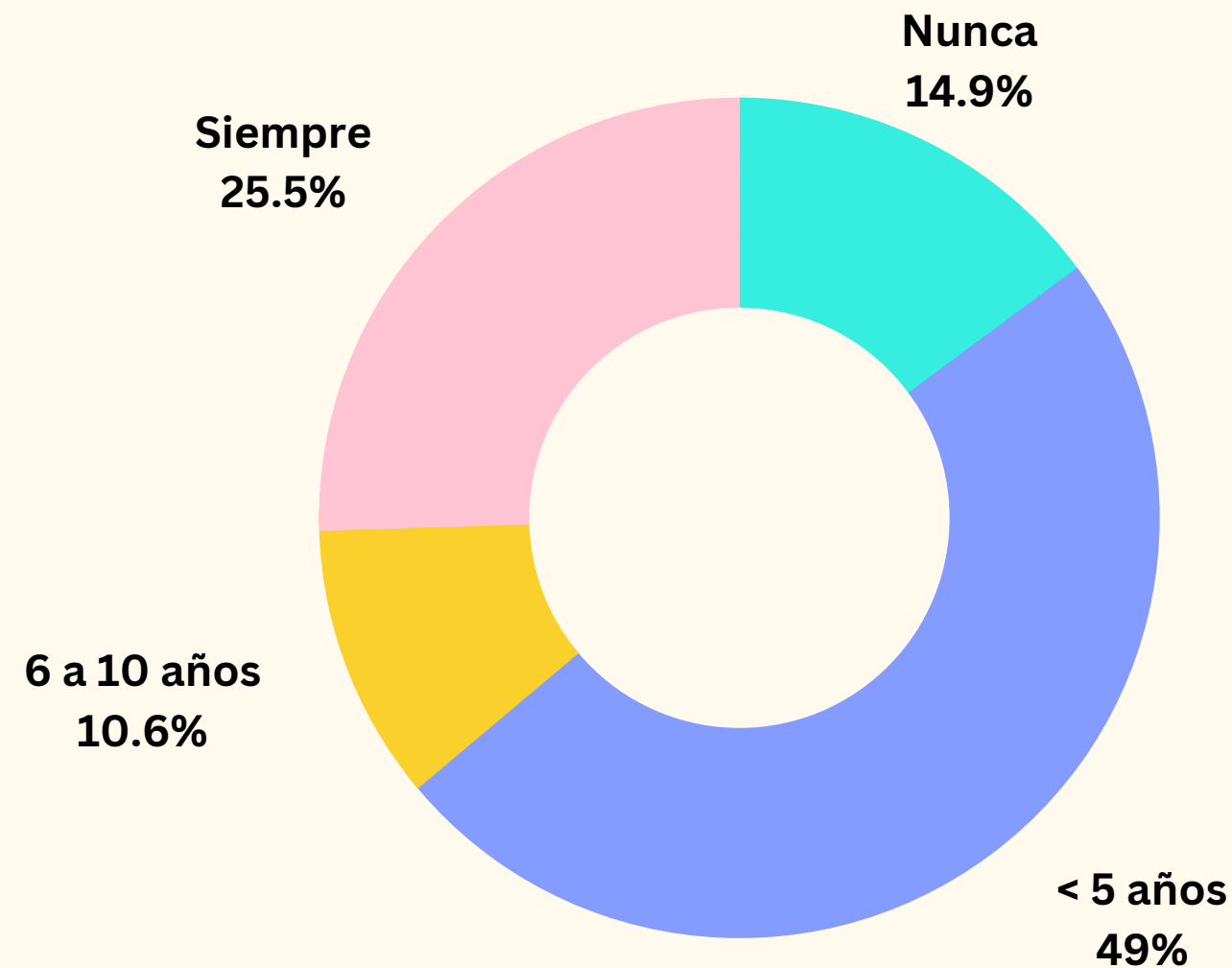


# ¿CUÁNDO FUE LA PRIMERA VEZ QUE TE COMPRASTE UN SOSTÉN O BRALETTE CON EL ÚNICO FIN DE ESTAR CÓMODA?

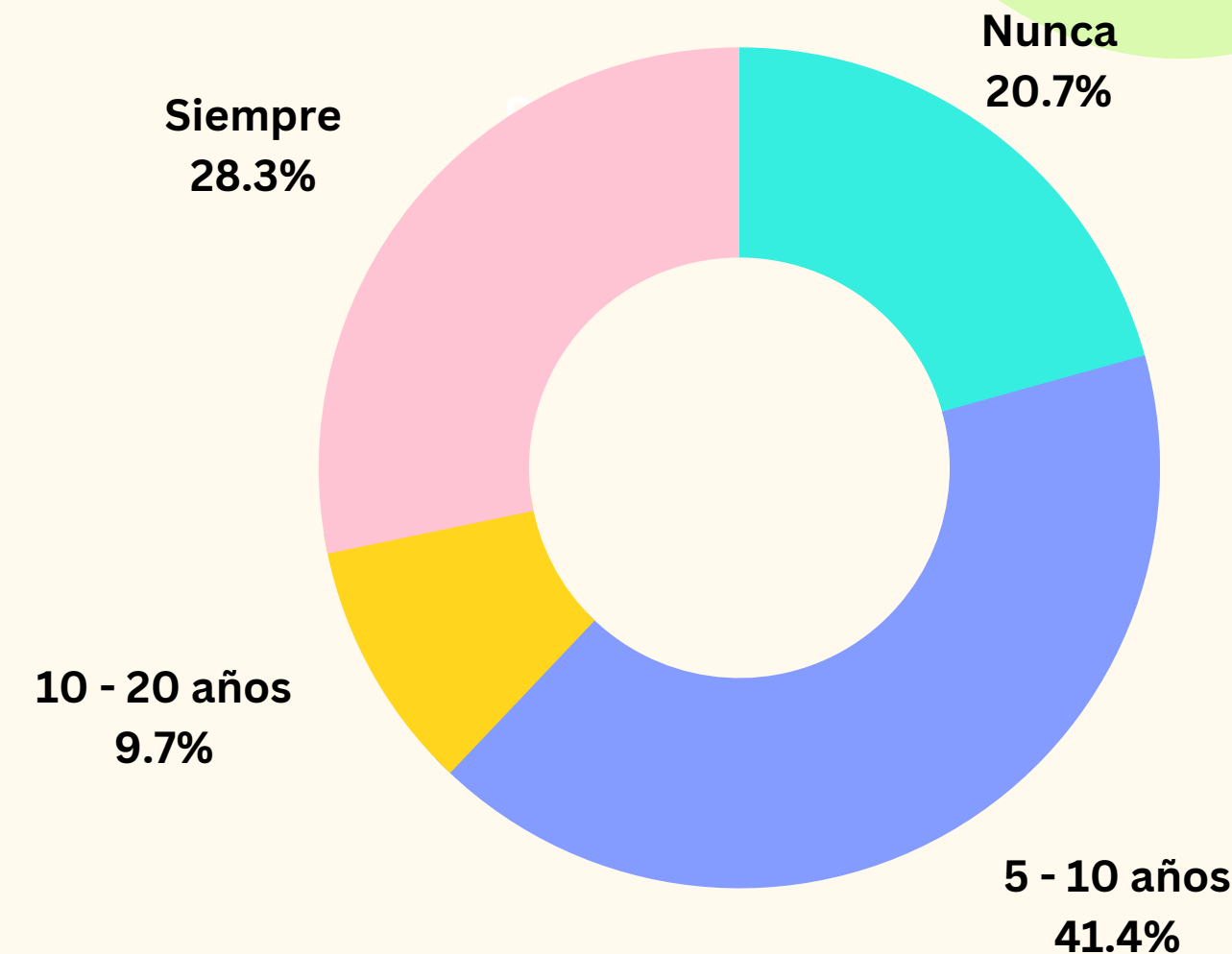
< 24



25 - 44 AÑOS



45 >



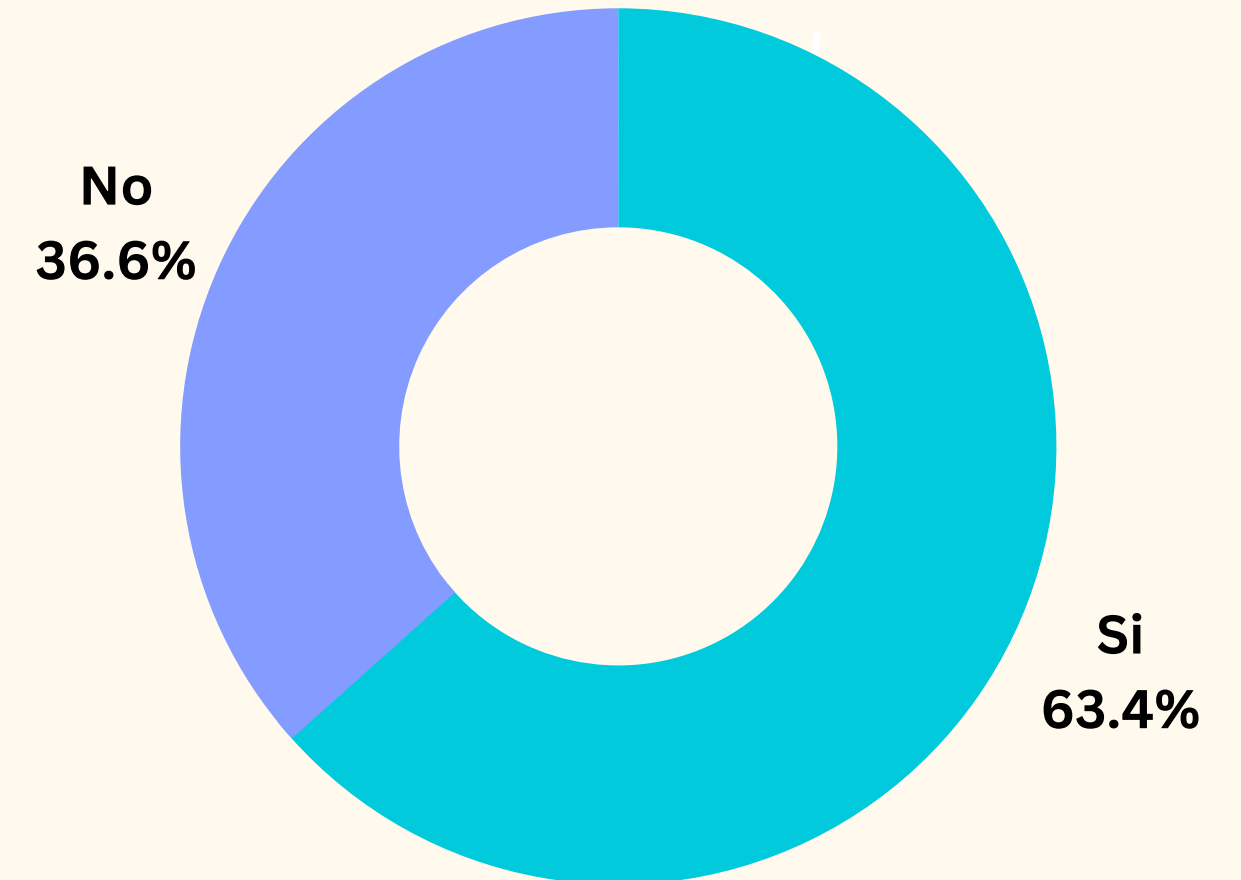
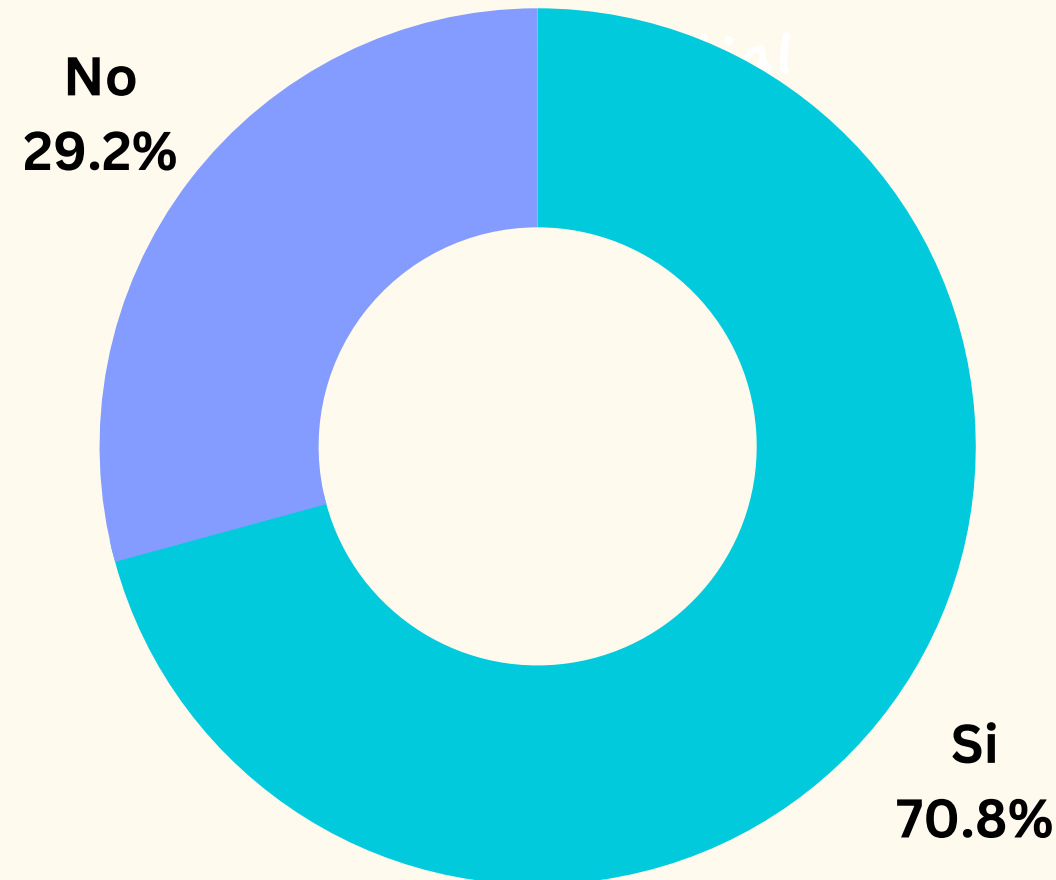
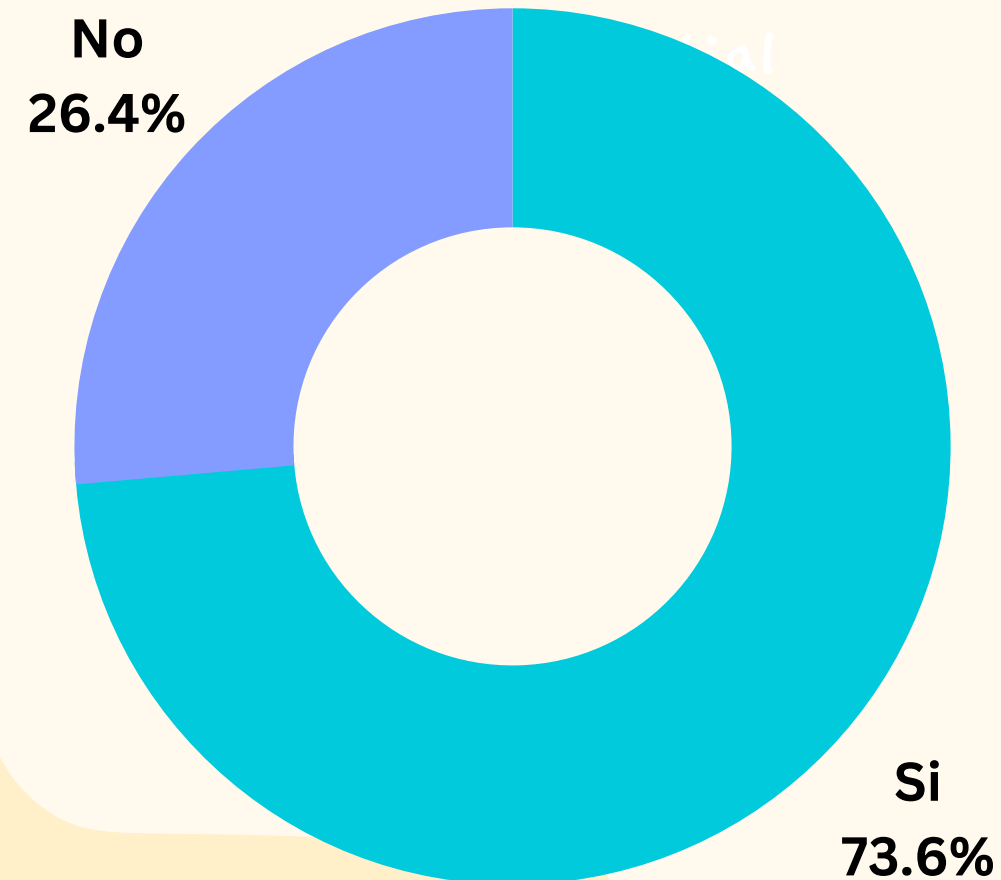
En los últimos 5 - 10 años es cuando las mujeres empezaron a comprar por comodidad.

# ¿TE HAS CUESTIONADO ALGUNA VEZ POR QUÉ LAS MUJERES USAMOS SOSTENES O BRALETTES?

< 24

25 - 44 AÑOS

45 >



Las menores de 24 años, están más involucradas en los cambios sociales y son las que más se cuestionan todo.

**SI NO USAS SOSTÉN/BRALETTE:  
¿POR QUÉ DEJASTE DE HACERLO?**

**ODIO EL ALAMBRE**

**NO NECESITO**

**LIBERARME**

**REBELARME**

**CALOR**

**INCOMODIDAD**

**MARCAS EN LA PIEL**

**ALERGIA**

**TIRANTES INCÓMODOS**

**TORTURA**

**HERIDAS**

**DOLOR**

**POR LOS FIERROS**

**LA COMODIDAD  
ES LA RAZÓN  
#1 POR LA QUE  
MUCHAS  
MUJERES  
ESTÁN  
DEJANDO DE  
USAR SOSTÉN.**

Este es un claro ejemplo de como los cambios sociales en pocos años han causado cambios en las compras.



## **CIFRAS EN U.S.A.**

Figleaves: las ventas de sostenes sin barba y bralettes subieron 40% durante la pandemia.

La demanda de ropa sin costuras y con look natural está al alza.

El 2019, los bralettes ya vendían 19% más que los pushup.

**BODY POSITIVE**  
**BODY**  
**NEUTRALITY**  
**INCLUSIVIDAD**  
**DIVERSIDAD**

Gracias a estos movimientos y a sus activistas muchas de ellas en RRSS es que vemos estos cambios hoy.



# ¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE ESTAR ALERTA A ESTOS CAMBIOS SOCIALES?



## COMUNICACIÓN

Hablar de lo que le interesa a nuestro público, bandera de lucha.



## PRODUCTOS

Puede que tu mix de productos tenga que empezar a cambiar.



## MISIÓN/VISIÓN

Ser consecuentes con los cambios que están viviendo tus clientes.



## RELEVANTES

Si no eres sustentable y responsable socialmente ya no eres relevante.



## HOY ESTO NO PODRÍA EXISTIR

### “Beauty Micrometer” Analyzes Facial Flaws for Makeup



**R**ECENTLY perfected by Max Factor, one of Hollywood's most famous beauty experts, a new instrument, designed to aid makeup men, accurately registers actors' facial measurements and discloses which features should be reduced or enhanced in the makeup process.

Flaws almost invisible to the ordinary eye become glaring distortions when thrown upon the screen in highly magnified images; but Factor's "beauty micrometer" reveals the defects.

The device, remotely resembling a baseball mask, fits over the head and face with flexible metal strips which conform closely to the various features. The strips are held in place by set screws, allowing for 325 possible adjustments. If, for instance, the subject's nose is slightly crooked—so slightly, in fact, that it escapes ordinary observation—the flaw is promptly detected by the instrument and corrective makeup is applied by an experienced operator.



**POR ESTO  
NECESITAMOS  
LOS CAMBIOS  
SOCIALES Y EL  
EMPODERAMIENTO  
DE LOS  
CONSUMIDORES**

#6 Can't Believe That I Could Hold This Chip Bag With My Little Woman Hands



#2 My Superhero Loving 7-Year-Old Daughter Not Impressed When She Spotted This Sign In Tesco Today



**ADEMÁS NO  
PODEMOS SER LA  
BURLA O LA FUNA  
DE LOS MISMOS  
CONSUMIDORES**



**HAY QUE  
PERDERLE  
EL MIEDO AL  
CAMBIO  
SOCIAL.**



**ACEPTÉMOSLO.  
ABRACEMOSLO.  
HAGAMOS  
COSAS  
HERMOSAS CON  
NUESTROS  
NEGOCIOS.**



**FASHION ONLINE**

**GRACIAS**

**SÍGUENOS EN  
@LOVELUST.CL**

Espero haberte dejado  
cuestionándote muchas  
cosas :)

