

ATENTO

+

+

10 tendencias y
Oportunidades en
el **E-commerce de**
Moda en 2024

+

+

+

+

+

+

+

+

+

+



Índice

- **Introducción**
- **El auge del e-commerce de moda**
- **Datos y Proyecciones**
- **Penetración del E-commerce**
- **Impacto de la Pandemia**
- **10 Tendencias Claves en la Industria de la Moda**
- **Soluciones para el E-commerce de Moda: Navegando la Era Digital**
- **Conclusión**





El comercio electrónico en la industria de la moda ha experimentado un **crecimiento espectacular en los últimos años y se proyecta que continuará su expansión a un ritmo exponencial**. Este documento se adentra en los factores clave, tendencias emergentes y soluciones estratégicas que están moldeando este sector.

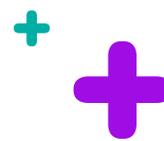
En primer lugar, examinaremos los **factores críticos que han impulsado el auge del E-commerce de moda**, con especial atención al impacto del creciente uso de dispositivos móviles. Veremos datos y proyecciones.

A continuación, exploraremos las **10 tendencias clave que están dando forma a la industria de la moda**, identificando tanto las oportunidades que ofrecen como los desafíos que las empresas de moda en línea deben superar. Veremos cómo las crecientes expectativas de los consumidores en cuanto a la rapidez y confiabilidad en las entregas están presionando a las empresas para optimizar sus cadenas de suministro y procesos logísticos.

Finalmente, abordaremos **soluciones integrales para adaptarse a la evolución constante de este mercado**, destacando cómo las empresas pueden alinearse con las cambiantes preferencias de los consumidores, quienes cada vez más valoran a las marcas que adoptan prácticas responsables.



ATENTO



El auge del e-commerce de moda

El mercado del e-commerce de moda ha experimentado un **crecimiento exponencial** en los últimos años, impulsado por diversos factores clave:



Aumento del uso de dispositivos móviles: La comodidad y accesibilidad de las aplicaciones móviles han llevado a un incremento significativo en las compras online de moda a través de estos dispositivos.



Expectativas de entrega rápida: Los consumidores demandan entregas rápidas y confiables, lo que ha obligado a las empresas a optimizar sus cadenas de suministro y procesos logísticos.

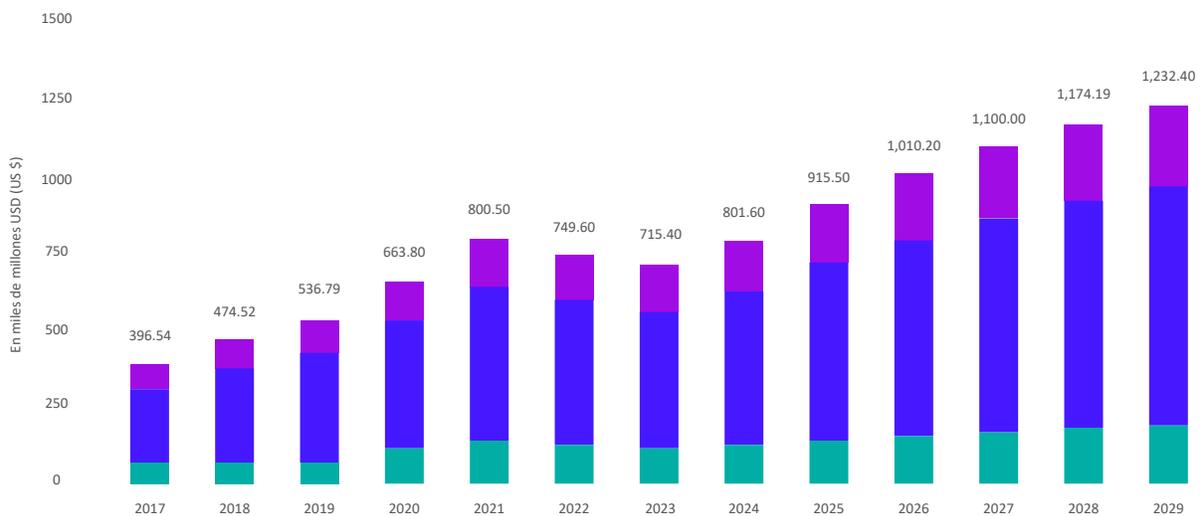


Sostenibilidad y prácticas éticas: La importancia de la sostenibilidad y las prácticas éticas en la industria de la moda ha impulsado la preferencia por marcas responsables.



Datos y Proyecciones

- Se estima que el mercado global del e-commerce de moda alcanzará los **US\$801.60bn en 2024**.
- Después de una caída de crecimiento durante la pandemia, se prevé una tasa de crecimiento anual del **8,98% hasta 2029**, lo que resultará en un volumen de mercado proyectado de **US\$1.232.40bn**.
- Se espera que el número de usuarios del e-commerce de moda alcance los **3.2bn en 2029**.

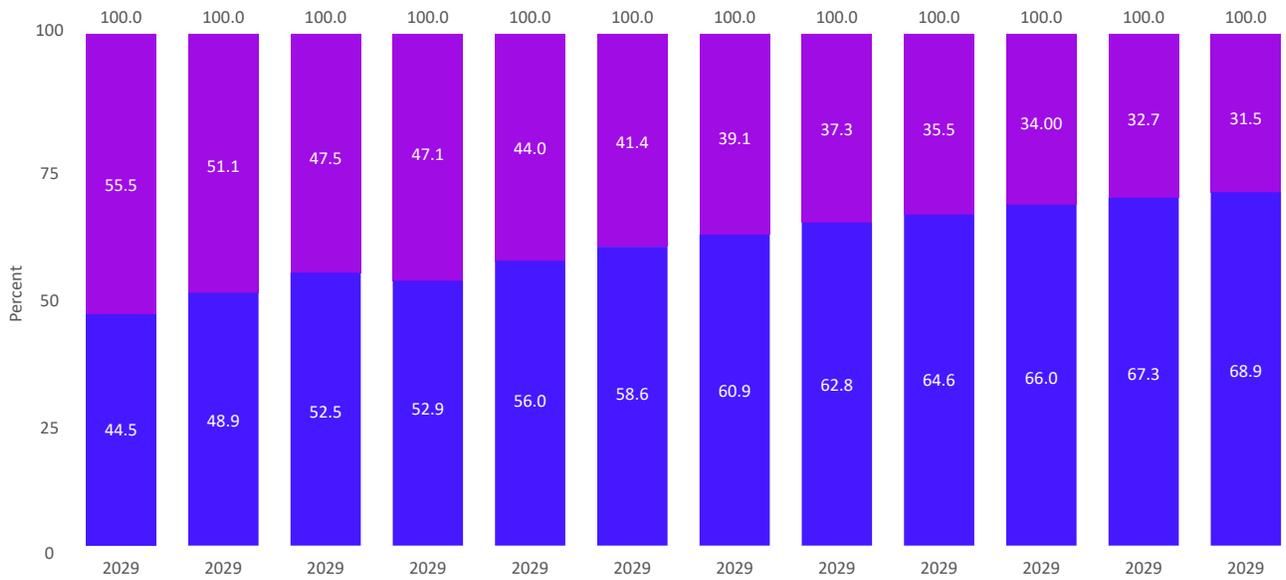


Total
● Accesorios
● Ropa
● Calzado

Nota: Los datos que se muestran utilizan los tipos de cambio actuales y reflejan el impacto en el mercado de la guerra entre Rusia y Ucrania.
Actualización más reciente: Marzo de 2024
Fuente: Statista Market insights

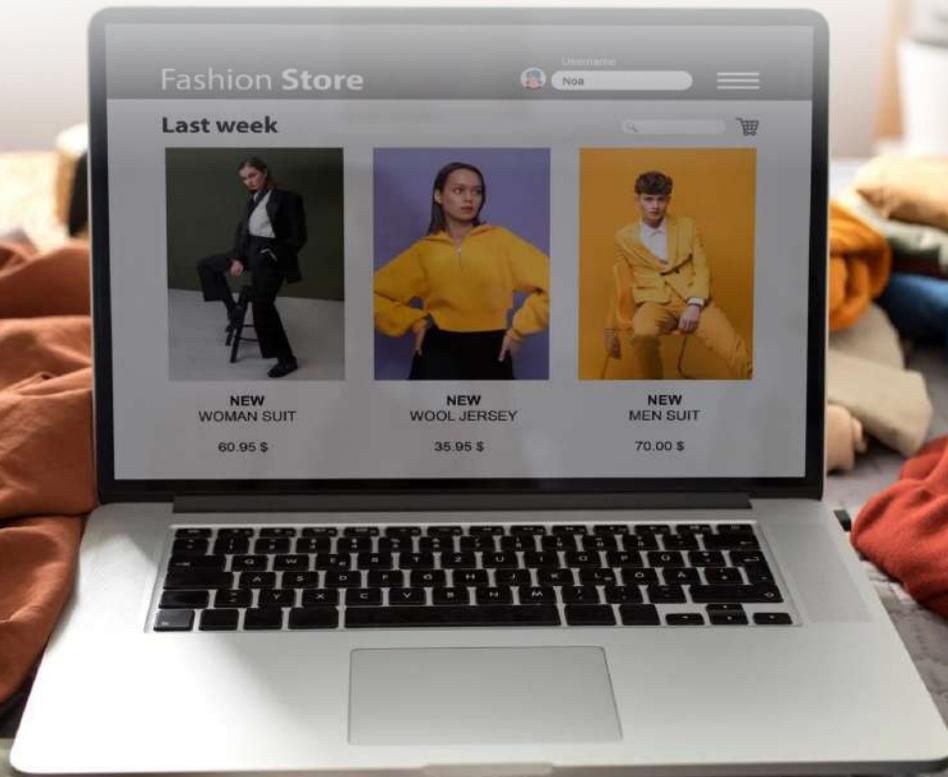
Penetración del E-commerce:

- El e-commerce representa actualmente el **23% del mercado total de la moda**, y se espera que esta cuota aumente a medida que más consumidores se inclinen por las compras online.⁽¹⁾
- Se anticipa que las ventas online de ropa alcancen los **US\$455.287bn en 2024**.⁽¹⁾
- Los datos de Statista revelan que el **62,8% de las compras de moda se realizan a través de dispositivos móviles**, mientras que sólo el 39,1% se realizan en computadoras de escritorio. Las marcas invierten cada vez más en el desarrollo del comercio electrónico móvil, para mejorar la imagen de marca, mejorar la accesibilidad, realizar un seguimiento del comportamiento del consumidor, enviar notificaciones y aumentar las tasas de conversión.⁽¹⁾



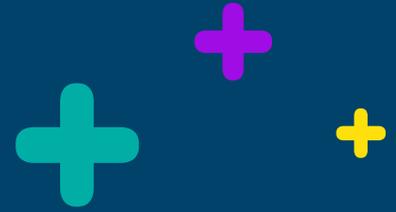
- Computadora de escritorio
- Móvil

Actualización más reciente: Marzo de 2024
 Fuente: Statista Market insights



ATENTO

10 Tendencias Claves en la Industria de la Moda



1. Hiperpersonalización

La hiperpersonalización en la moda está en auge, utilizando datos de los clientes para **ofrecer experiencias altamente personalizadas**. Un ejemplo destacado es Zalando, una tienda online de moda alemana especializada en la venta de zapatos y ropa para mujeres, hombres y niños. Zalando está explorando el escaneo corporal en 3D para mejorar la selección y el ajuste de las prendas, adaptándose a las preferencias y necesidades individuales de cada cliente. ⁽²⁾



2. Ecommerce en móviles

Los datos de Statista revelan que el 60,9% de las compras de moda se realizan a través de dispositivos móviles, mientras que solo el 39,1% se hacen en computadoras de escritorio. Las marcas están invirtiendo cada vez más en el desarrollo del comercio electrónico móvil para **mejorar la imagen de marca, aumentar la accesibilidad, realizar un seguimiento del comportamiento del consumidor, enviar notificaciones y aumentar las tasas de conversión**. ⁽³⁾



3. Enfoque Omnicanal

Con una vista unificada de los datos de los clientes, las marcas pueden atraer a los consumidores a través de tres puntos de compra: su sitio web de comercio electrónico, sus tiendas físicas y sus asociaciones con terceros. **Este enfoque omnicanal garantiza coherencia y conveniencia, mejora la atención y satisfacción del cliente, y potencia las ventas**. ⁽⁴⁾



4. Compras AR/VR

Gigantes de la moda como Converse, Zara, Ralph Lauren, Louis Vuitton, H&M, Burberry, Chanel y GUCCI están adoptando tecnologías AR/VR para revolucionar la venta de ropa, calzado y accesorios. Estas tecnologías ofrecen diversas aplicaciones, como **navegación en la tienda, pantallas interactivas, pruebas virtuales, probadores, sastres y cambios de imagen**. A medida que los costos disminuyen y la inmersión aumenta, la AR/VR está transformando la industria de la moda. ⁽⁵⁾



5. Inteligencia Artificial

Según McKinsey, la IA generativa puede añadir entre **150 y 275 mil millones de dólares a la industria de la moda en los próximos cinco años**. La IA puede ofrecer a los clientes lo que parece ser un comprador personal, permitiendo a las marcas garantizar que los compradores potenciales sean atendidos de principio a fin en su recorrido, ofreciendo ofertas y personalizaciones para maximizar la experiencia.⁽⁶⁾



6. E-commerce en Redes Sociales

Las redes sociales desempeñan un papel integral en la estrategia de marketing de comercio electrónico de muchas marcas de moda online. El usuario promedio de redes sociales pasa alrededor de **151 minutos diarios en estas plataformas**, lo que equivale a casi seis años de su vida en una expectativa de vida de 73 años. Se espera que las ventas del comercio social casi se tripliquen para 2025, y que el **70% de los usuarios de Instagram recurran a esta plataforma para su próxima compra**. Alrededor del 66% de los consumidores ven videos para conocer un producto o marca antes de comprarlo. Plataformas como TikTok e Instagram son grandes impulsoras de las ventas de las principales marcas de moda.⁽⁷⁾



7. Sostenibilidad

Aproximadamente el 70% de los compradores están dispuestos a pagar más por productos producidos de manera sostenible. Una investigación muestra que el 42% de los clientes globales compran productos ecológicos y sostenibles. **Alrededor del 55% de los clientes están interesados en comprar ropa sostenible**, y la misma cantidad busca marcas que expliquen qué hace sostenible su ropa. Por esta razón, el mercado de reventa de moda está en auge, creciendo 11 veces más rápido que el comercio minorista tradicional y se prevé que alcance una valoración de 77 mil millones de dólares en los próximos cinco años.⁽⁷⁾



8. Reventa y Compra de Segunda Mano

La ropa de segunda mano se está convirtiendo en un fenómeno global. El mercado de reventa creció un **24% solo en 2022** y se espera que alcance una valoración de **218 mil millones de dólares para 2026**. La tecnología y los mercados en línea están impulsando esta tendencia, con el 70% de los consumidores afirmando que ahora es más fácil comprar productos de segunda mano que hace cinco años.⁽⁸⁾



9. Compra Ahora, Paga Después

El sistema de "compra ahora, paga después" (Buy Now, Pay Later - BNPL) ofrece la flexibilidad del pago a plazos, adaptándose a las necesidades de los compradores actuales. Según un informe de Coherent Marketing, el mercado y las plataformas BNPL tienen actualmente una valoración de casi 11 mil millones de dólares y se espera que alcancen más de 59 mil millones de dólares para 2030. **BNPL permite a los clientes pagar un precio fijo sin intereses, convirtiéndose en una opción atractiva para quienes realizan grandes compras sin tener el dinero disponible de inmediato, especialmente con el uso de tarjetas de crédito en declive.**⁽⁹⁾



10. Compras Híbridas:

La Preferencia de los Consumidores de Hoy

Alrededor del 56% de las devoluciones online se producen porque el producto no coincide con la descripción. Los datos demuestran que el comercio omnicanal no va a desaparecer pronto. Los consumidores modernos desean canales de ventas tanto online como offline, y una sinergia entre ambos:

- La mitad de los compradores de la Generación Z, que pasan más tiempo en línea que cualquier otro grupo de edad, prefieren comprar en las tiendas físicas.
- El 59% de los consumidores dice que es probable que naveguen en línea y compren en la tienda, y el 54% probablemente miren un producto en la tienda y lo compren en línea.⁽⁷⁾





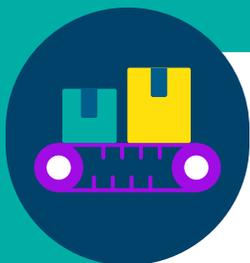
Soluciones para el E-commerce de Moda: Navegando la Era Digital

Las marcas de moda se enfrentan a un panorama en constante evolución, donde adaptarse a las nuevas tendencias y demandas de los consumidores es crucial para el éxito. En Atento exploramos algunas soluciones integrales que pueden ayudar a las marcas de moda a prosperar en el e-commerce.



Un Servicio al Cliente de Alto Nivel:

- 
Atención personalizada: Interacción individualizada para comprender y satisfacer las necesidades y preferencias de cada cliente.
- 
Multicanalidad: Disponibilidad a través de diversos canales, incluyendo teléfono, chat en vivo, correo electrónico, redes sociales y aplicaciones de mensajería, asegurando una experiencia fluida y coherente para el cliente.
- 
Soporte en múltiples idiomas: Atención en el idioma preferido para atender a una audiencia global.
- 
Análisis de sentimientos: Monitoreo y análisis de opiniones y comentarios para identificar áreas de mejora y reaccionar antes de que las quejas escalen.
- 
Herramientas de autoservicio: Chatbots, bases de conocimiento y FAQs, destacando la importancia de un corpus robusto para la librería de conocimientos dentro de un ambiente seguro y alineado con la marca, permitiendo que los clientes resuelvan sus dudas de forma autónoma.
- 
Inteligencia Artificial: Implementación de IA para mejorar la precisión y eficiencia en el servicio al cliente, proporcionando respuestas rápidas y personalizadas, y ayudando a predecir y satisfacer las necesidades de los clientes de manera proactiva.



Gestión de Pedidos y Logística:

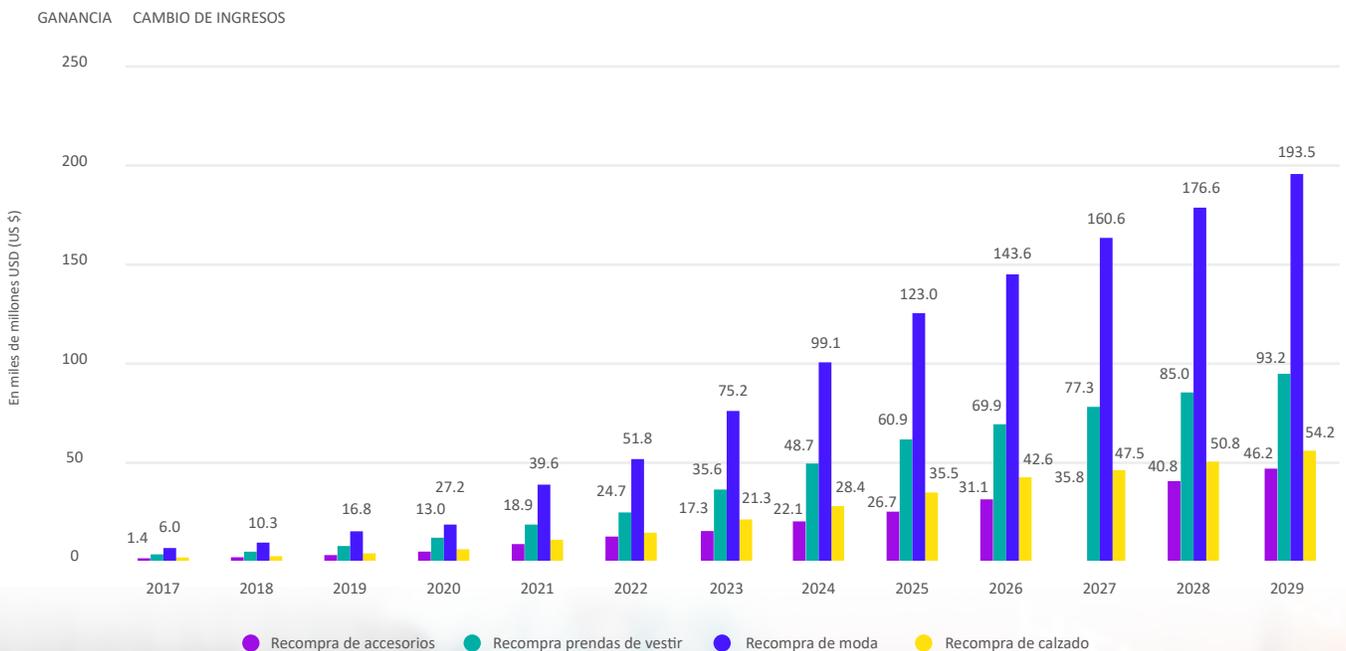
- 
Automatización de procesos: Implementando soluciones tecnológicas para optimizar tareas repetitivas y reducir errores.
- 
Gestión de devoluciones eficiente: Procesar las devoluciones de forma simplificada para minimizar molestias y recuperar el valor de productos devueltos.

- **Visibilidad del estado del pedido:** Seguimiento en tiempo real para informar a los clientes.



Manejo de Datos:

- **Procesamiento de datos:** Recopilación y análisis de datos de diversas fuentes (comportamiento del sitio web, compras, interacciones con el servicio al cliente y redes sociales).
- **Análisis de datos avanzados:** Utilización de técnicas como IA y machine learning para extraer información valiosa.
- **Clasificación de clientes:** Creación de segmentos basados en criterios demográficos, psicográficos y de comportamiento.



Actualización más reciente: Marzo de 2024
Fuente: Statista Market insights



Las soluciones integrales que abarcan servicio al cliente omnicanal, gestión de pedidos y logística eficiente y análisis de datos y personalización, son esenciales para el éxito en el e-commerce de moda. Implementar estas soluciones permitirá a las empresas navegar las tendencias del mercado, ofrecer experiencias de cliente superiores y alcanzar sus objetivos comerciales.

Conclusión

El comercio electrónico de moda en 2024 se posiciona como un ecosistema altamente innovador y en constante evolución, catalizado por tendencias disruptivas como la hiperpersonalización, el e-commerce, la integración omnicanal y la adopción de tecnologías avanzadas como AR/VR e inteligencia artificial. Estas innovaciones **están redefiniendo la experiencia del cliente y estableciendo nuevos estándares operativos** para las empresas del sector, que deben adaptarse a un mercado caracterizado por un crecimiento exponencial y una creciente penetración de las compras móviles. Las empresas deben implementar estrategias holísticas que aborden desde la atención omnicanal al cliente hasta la optimización logística y el análisis de datos avanzado, con un énfasis en la sostenibilidad y las prácticas éticas para diferenciarse en un mercado saturado. El éxito dependerá de la capacidad para innovar continuamente, **optimizar procesos y mantener un enfoque centrado en el cliente**, aprovechando las oportunidades de la transformación digital y anticipándose a las tendencias emergentes para ofrecer experiencias superiores y forjar relaciones duraderas con los consumidores.

En este entorno, Atento, líder en servicio al cliente y en Business Transformation Outsourcing, se posiciona como un aliado estratégico invaluable para las empresas de moda en línea, ofreciendo soluciones integrales que les permiten navegar por los desafíos y capitalizar las oportunidades que este mercado presenta. Comprende la importancia de ofrecer experiencias de compra excepcionales que deleiten a los clientes, fomenten la lealtad y aumenten las ventas

Atento cuenta con un **equipo global de expertos apasionados por el servicio al cliente y la industria de la moda**. Atento puede ser el socio estratégico de tu marca, creando interacciones profundas con tus clientes, combinando tecnología con el toque humano.



Para conocer más de nuestras soluciones CX para e-commerce, haz click **aquí**.



Atento.com



ATENTO

Fuentes

1. <https://www.statista.com/outlook/emo/fashion/worldwide>
2. <https://www.glance.cx/blog/hyper-personalizing-the-customer-experience-in-2024>
3. [https://www.statista.com/statistics/201680/retail-site-device-visit-order-share-usa/.](https://www.statista.com/statistics/201680/retail-site-device-visit-order-share-usa/)
4. <https://commercebuild.com/what-is-omnichannel-e-commerce-strategies-and-solutions-for-ecom-stores/>
5. <https://scandiweb.com/blog/fashion-e-commerce-market-analysis-the-latest-industry-insights-and-trends/>
6. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/generative-ai-unlocking-the-future-of-fashion>
7. <https://www.shopify.com/enterprise/blog/e-commerce-fashion-industry>
8. <https://www.coherentmarketinsights.com/market-insight/buy-now-pay-later-platforms-market-4013>
9. <https://www.investopedia.com/buy-now-pay-later-5182291>

