
Modaes

Back Stage

El futuro de la moda es digital: el 91% de las compañías del sector invertirán en su propia digitalización

Más de la mitad de las empresas consideran que la adopción de la estrategia digital será un factor clave a largo plazo.

Modaes
14 nov 2016 - 11:10

El futuro de la moda es digital: el 91% de las compañías del sector invertirán en su propia digitalización

El negocio de la moda quiere digitalizarse. El 91% de las compañías del sector considera que la inversión en la digitalización de su negocio será un factor clave en los próximos dos años, según se desprende del estudio *Trasformare le operations in valore nell'era 4.0*, elaborado por la consultora **Ernst&Young (EY)**.

La mayoría de las empresas encuestadas (87%) tienen intención de aumentar su inversión en las herramientas digitales para acercarse al nuevo consumidor, especialmente a los *millennials*. Por otro lado, el 62% impulsará su crecimiento en el exterior, mientras que el 48% dedicará sus esfuerzos financieros a mejorar la experiencia de compra del cliente.

Ante este panorama, el 60% de las empresas encuestadas persiguen un mismo objetivo: la estrategia digital. Esto no solo implica estar presente en las redes sociales o tener una plataforma de e-commerce, sino ser capaz de atraer a los nuevos nativos digitales gracias a la transformación de la experiencia de compra del cliente, del marketing, la digitalización de las operaciones y la cadena de suministro, así como un cambio en la organización.

“El verdadero desafío para las empresas del negocio de la moda será conseguir un crecimiento orgánico y sostenible a través de las operaciones 4.0”, destacó Marco

1 / 2

<https://www.modaes.com/back-stage/el-futuro-de-la-moda-es-digital-el-91-de-las-companias-del-sector-invertiran-en-su-propia-digitalizacion>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Grieco, consultor de EY.

Y es en el marco de este panorama 4.0 y ante la creciente complejidad de las operaciones desarrolladas por las empresas del sector de la moda, que un 80% de las compañías participantes consideran que es necesario introducir algoritmos matemáticos para poder controlar todos los entresijos del negocio. Las diferentes innovaciones en relación a la rotura de stock es otro de los puntos clave para el 45% de estos grupos, que buscan mejorar las operaciones de reposición y previsión de stock para aumentar sus ventas.