

---

# Modaes

---

Entorno

## España, en la franja baja europea de penetración del ecommerce de moda

---

Modaes  
15 oct 2013 - 16:30

España se sitúa en la franja baja de los países europeos en el ecommerce de moda. Según el Eurostat, la oficina estadística de la Unión Europea, sólo un 14% de los españoles de 16 a 74 años realizó una compra de moda o material deportivo por Internet en los últimos doce meses.

Esta tasa (ocho puntos mayor que la de 2008) sitúa a España entre los países con menos compradores de moda online, por debajo de otros 19 mercados europeos, y también es inferior a la media comunitaria: en la UE, el 32% de la población aseguró en 2012 haber realizado compras por Internet de moda o material deportivo en los últimos doce meses.

La penetración de la moda online es superior a la media en Reino Unido, con un 51% de los consumidores online de moda y material deportivo. Siguen a los consumidores del país británico los alemanes, con una penetración del 49% en la moda online; los suecos (43%); los finlandeses (41%); los daneses (40%), y los franceses (38%).

La implantación del ecommerce de moda es en cambio más bajo en otros países del sur de Europa, donde el buen clima ha hecho que, históricamente, exista una menor tradición de compra a distancia. En Italia, por ejemplo, sólo el 8% de la población de 16 a 74 años afirmó en 2012 haber comprado moda o material deportivo por Internet en los últimos doce meses, mientras en Portugal esta tasa llega al 13% de la población.

En general, la penetración del ecommerce en España está en la franja baja de la UE, si bien el desarrollo del comercio online de moda es inferior al que se da en otros productos. En global, el 43% de los españoles afirmó en 2012 haber realizado compras por Internet en los últimos doce meses, frente al 59% de media comunitaria. Un total de 17 países superan a España en la penetración la tasa de usuarios del ecommerce.