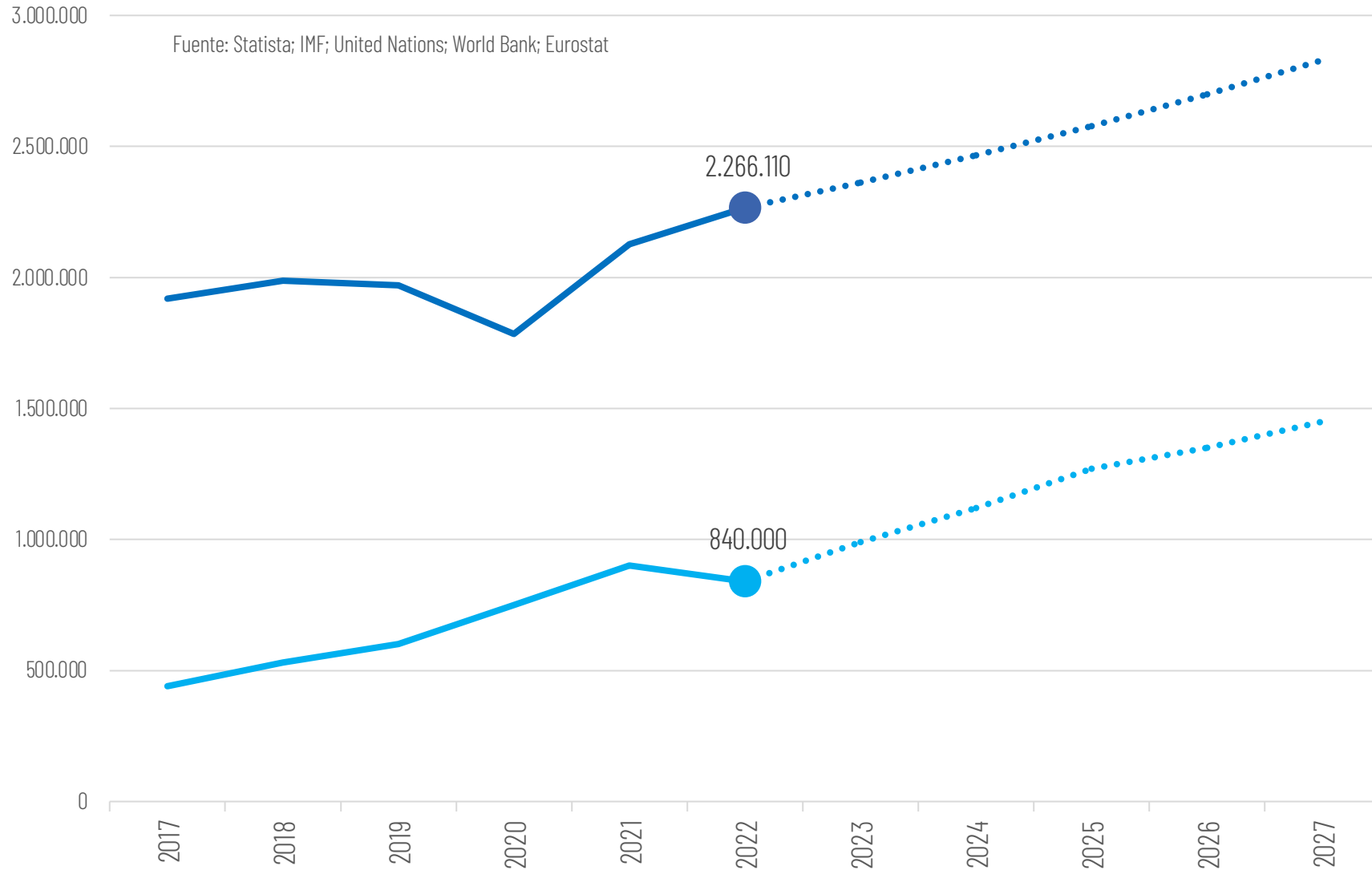


FASHION ONLINE 2023

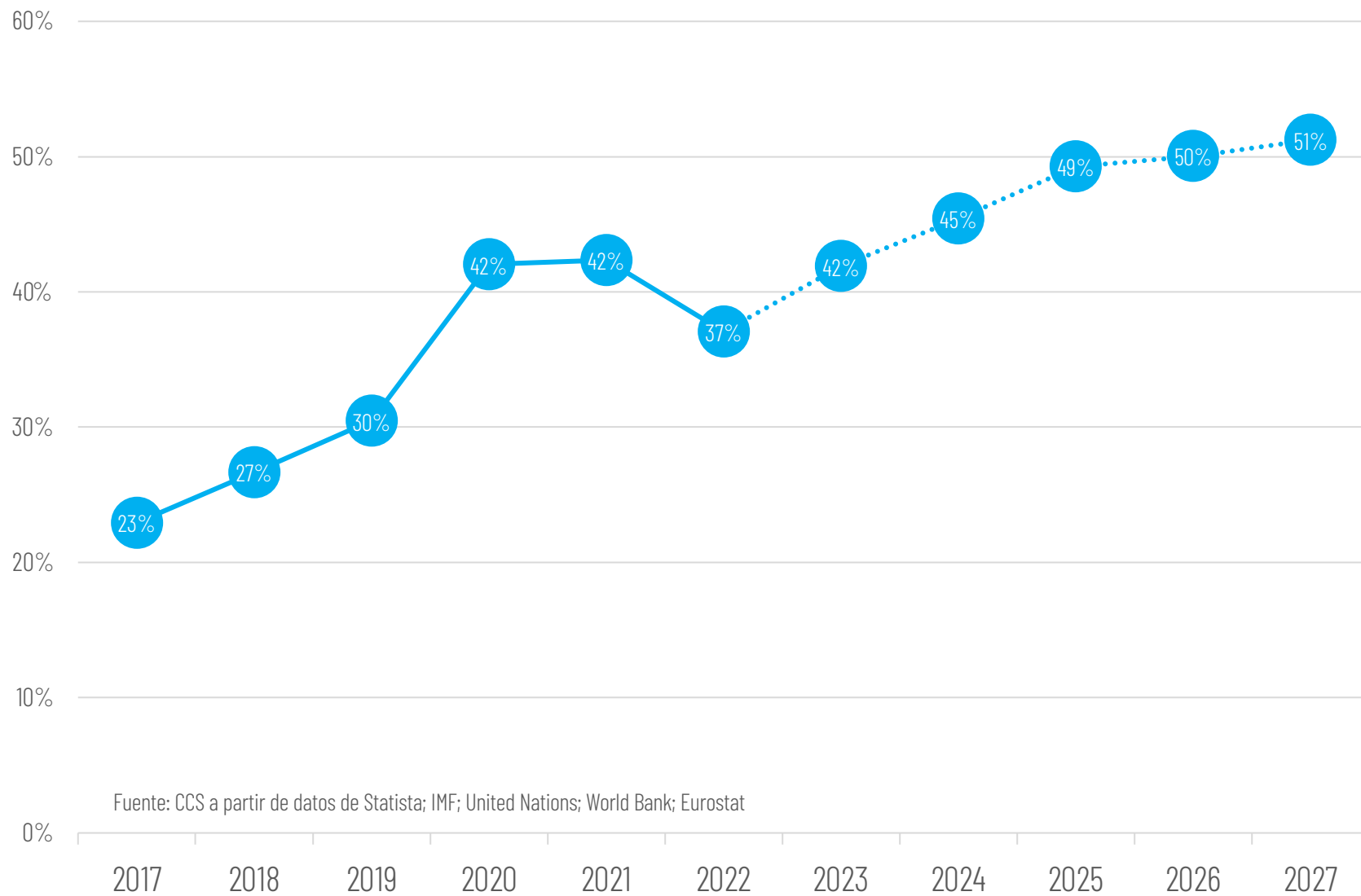
GEORGE LEVER | CCS

Ventas globales de vestuario y calzado (total y online, MMUS\$)

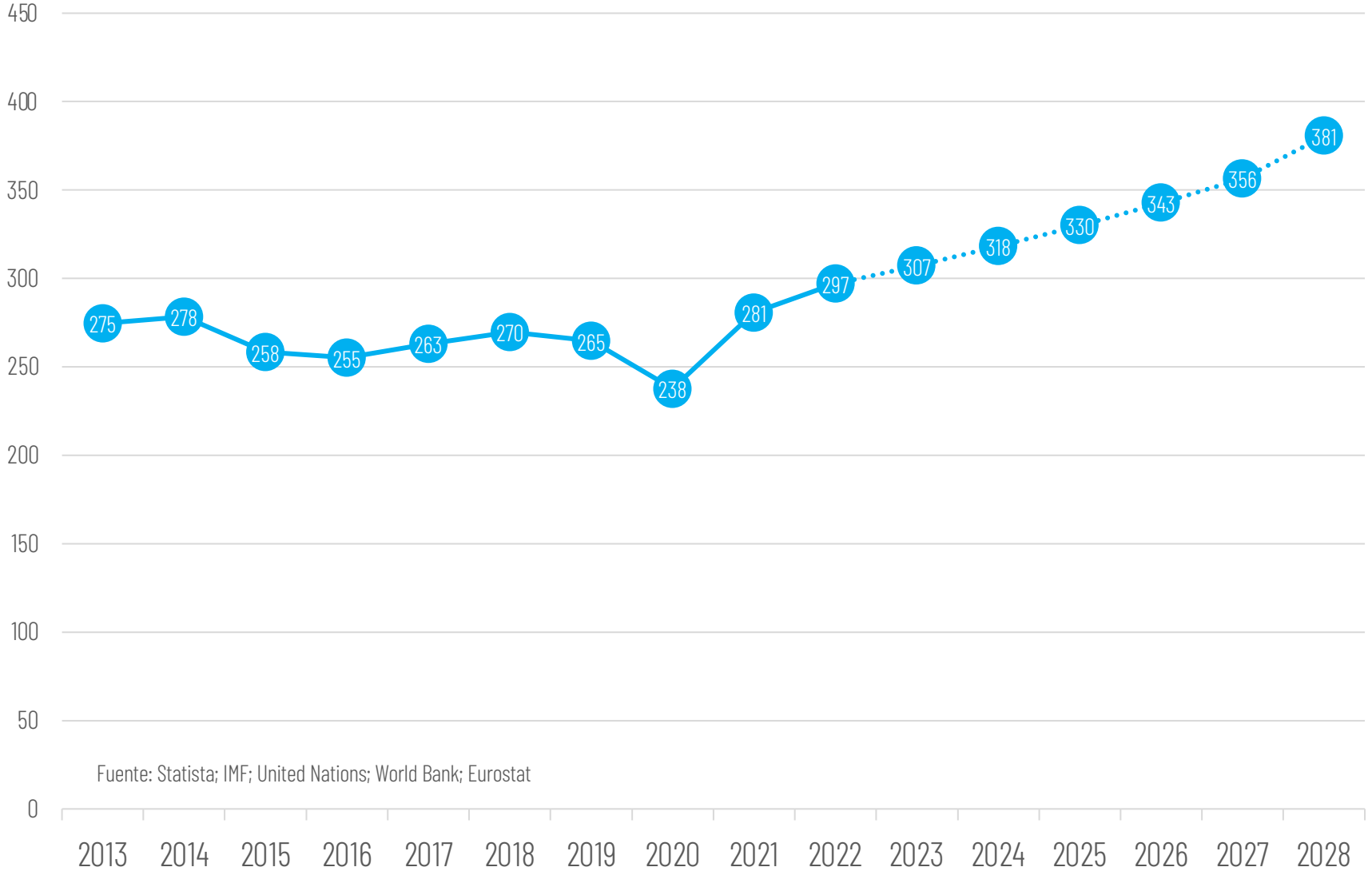
Fuente: Statista; IMF; United Nations; World Bank; Eurostat



Participación online en ventas globales de vestuario y calzado

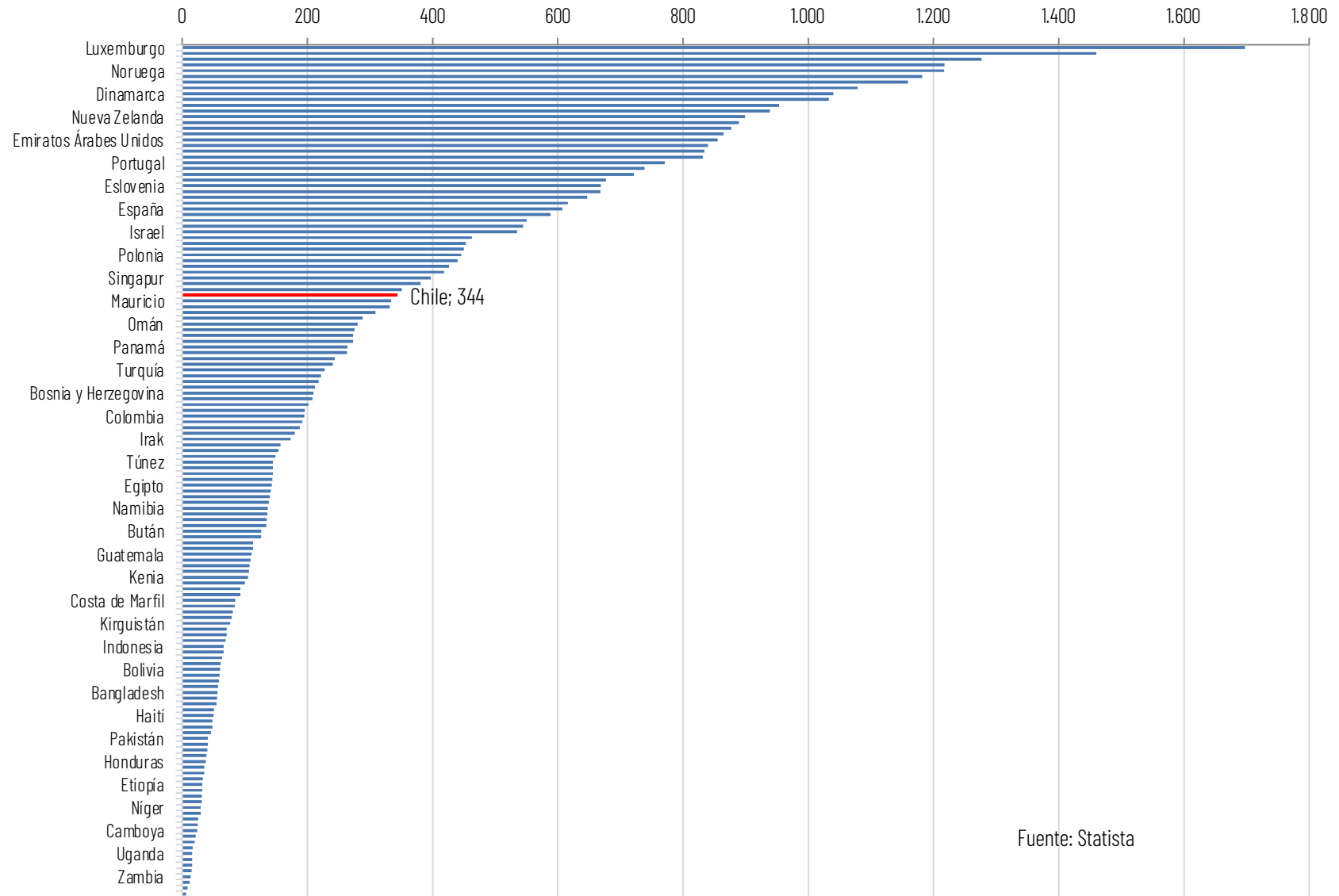


Consumo per cápita de vestuario y calzado, US\$



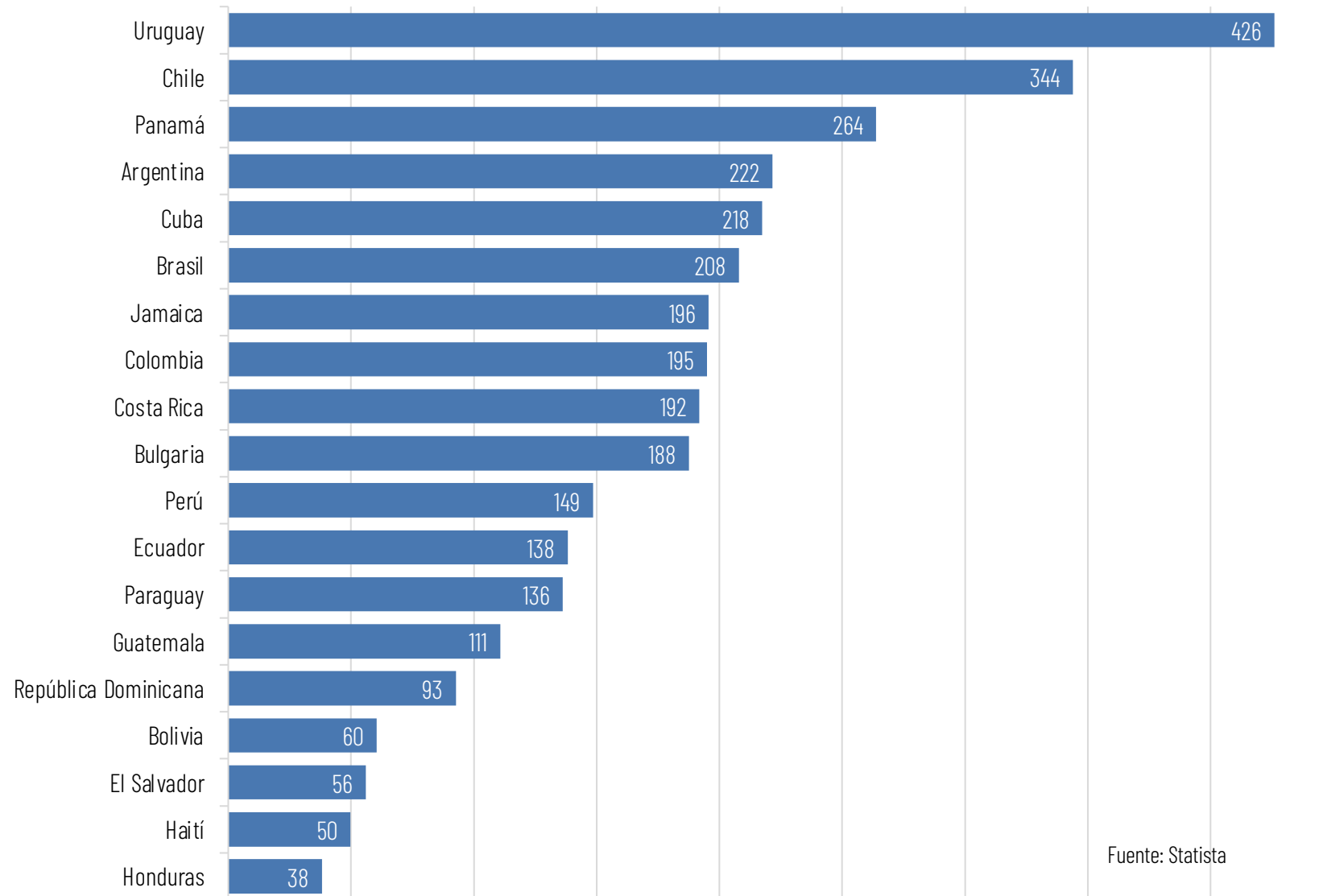
Fuente: Statista; IMF; United Nations; World Bank; Eurostat

Consumo per cápita de vestuario y calzado, 2020, en US\$



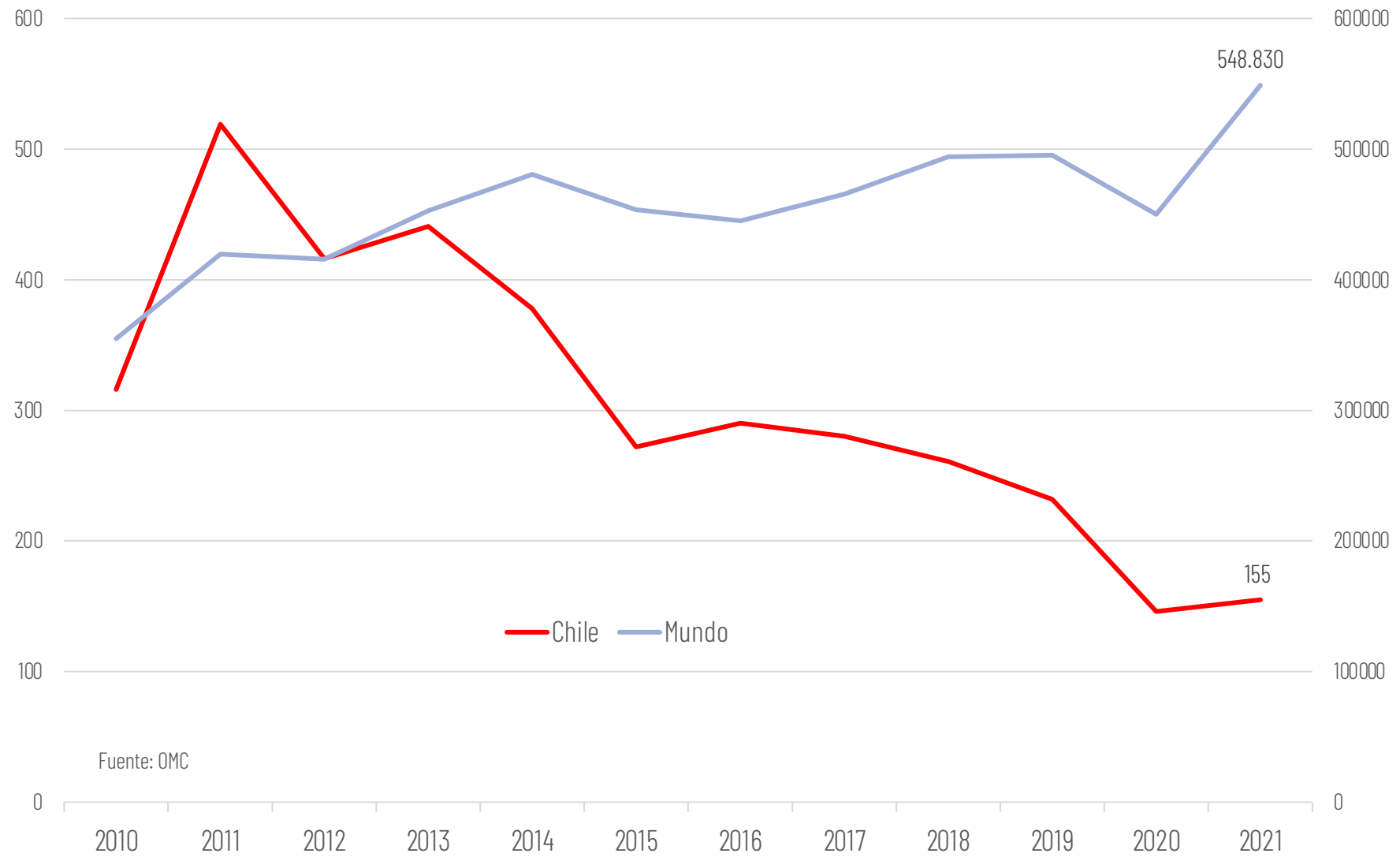
Fuente: Statista

Consumo per cápita de vestuario y calzado, A. Latina



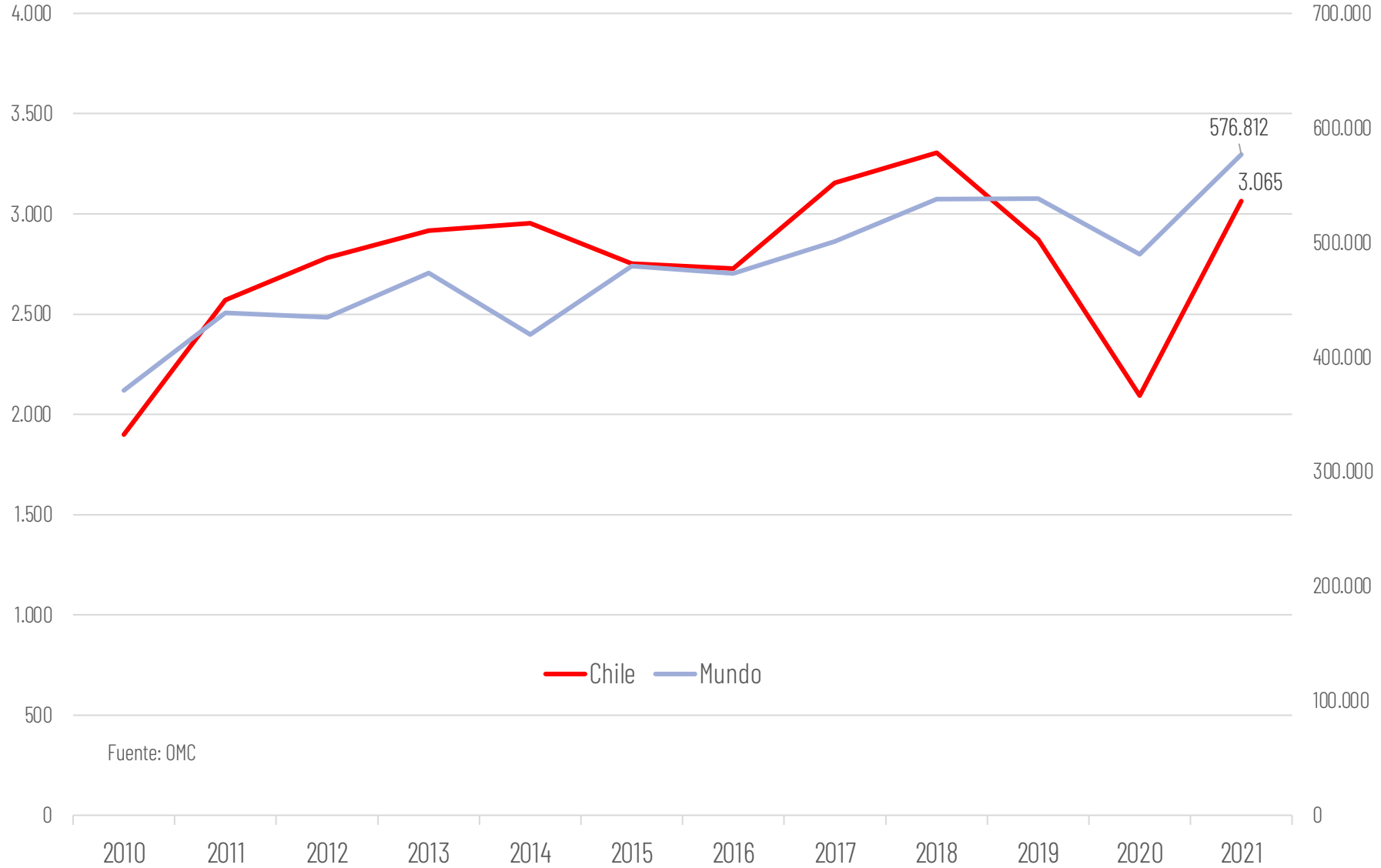
Fuente: Statista

Exportaciones de vestuario y calzado (MMUS\$)



Fuente: OMC

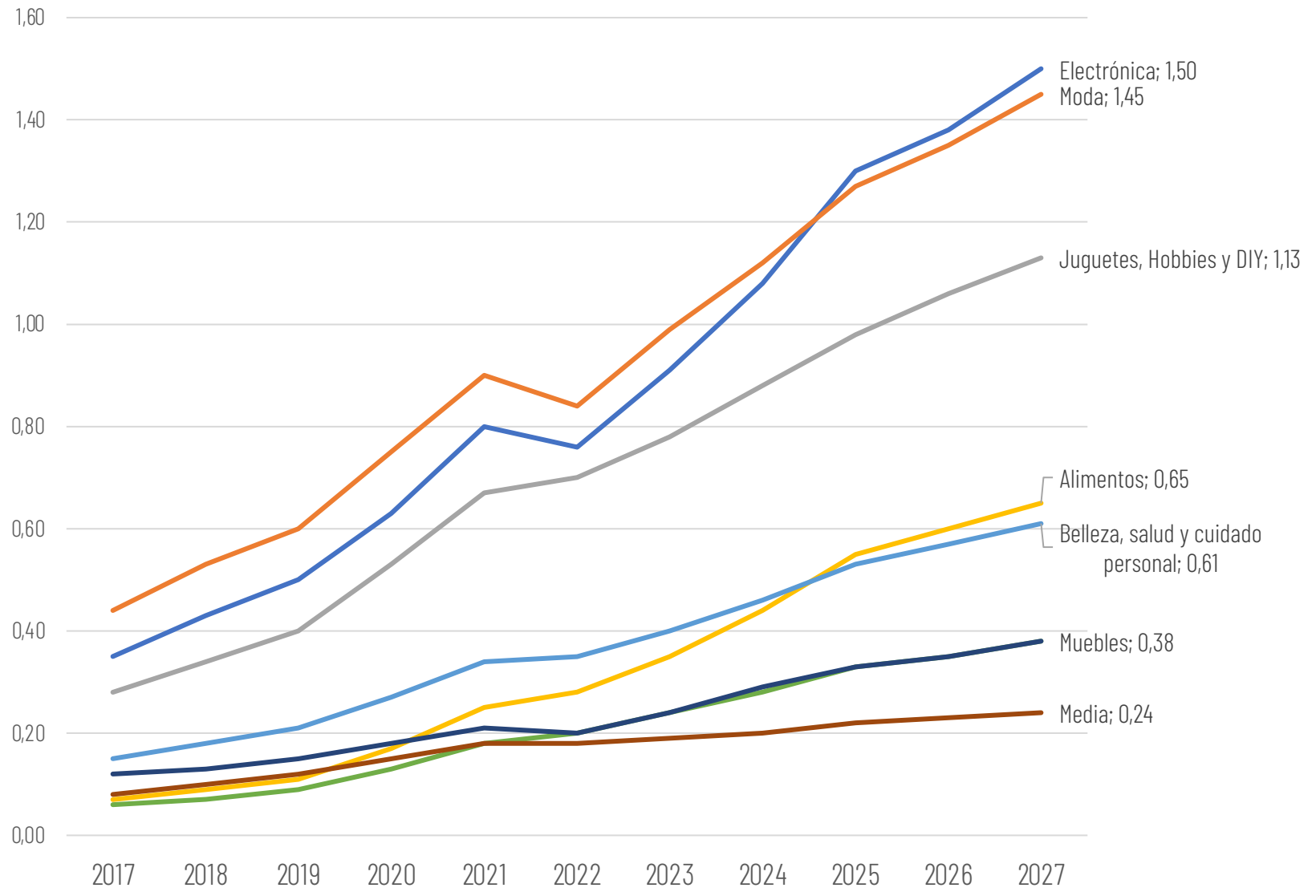
Importaciones de vestuario y calzado (MMUS\$)



Fuente: OMC

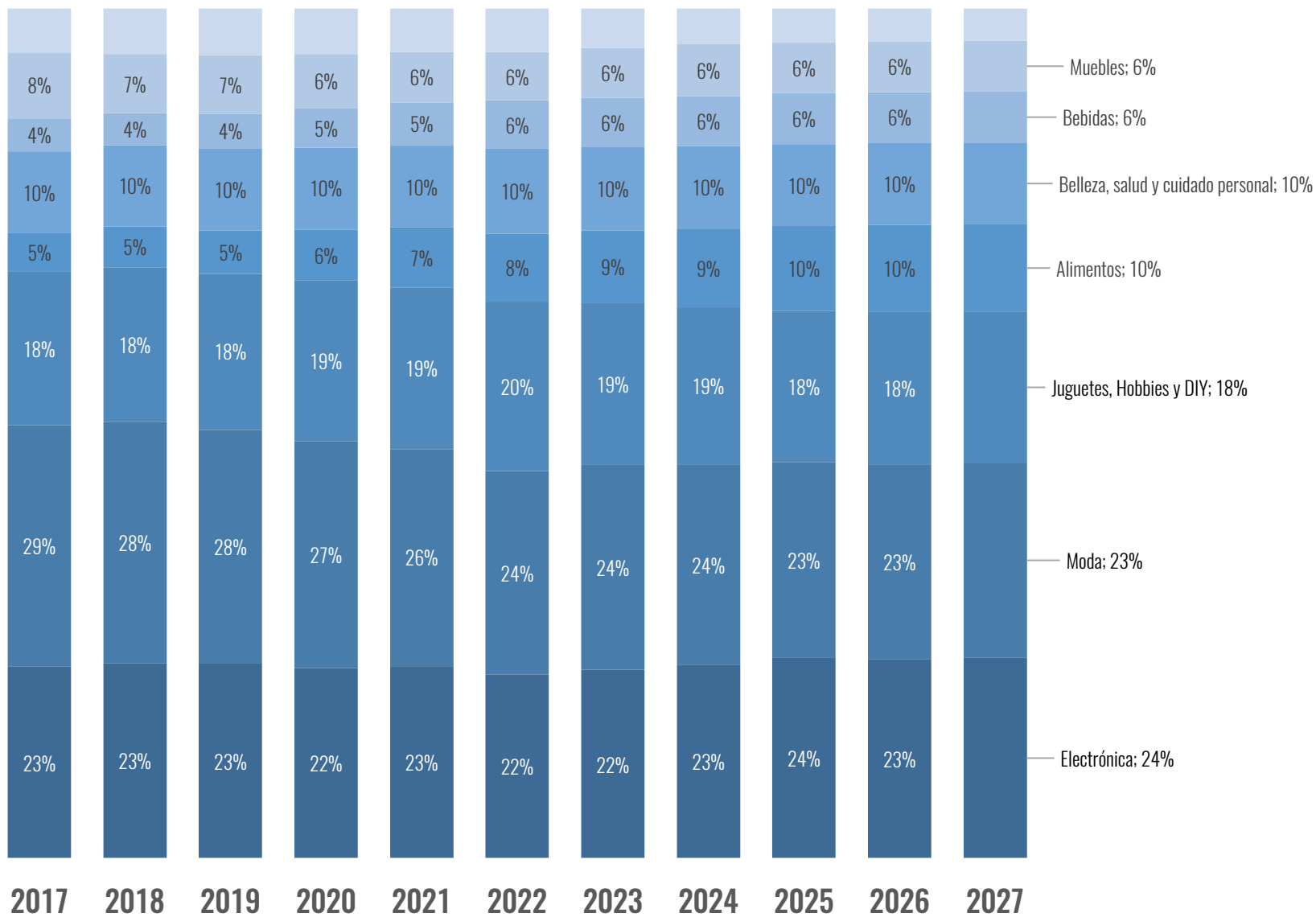
Ventas de e-commerce global por categorías

(En trillones de US\$, Statista)

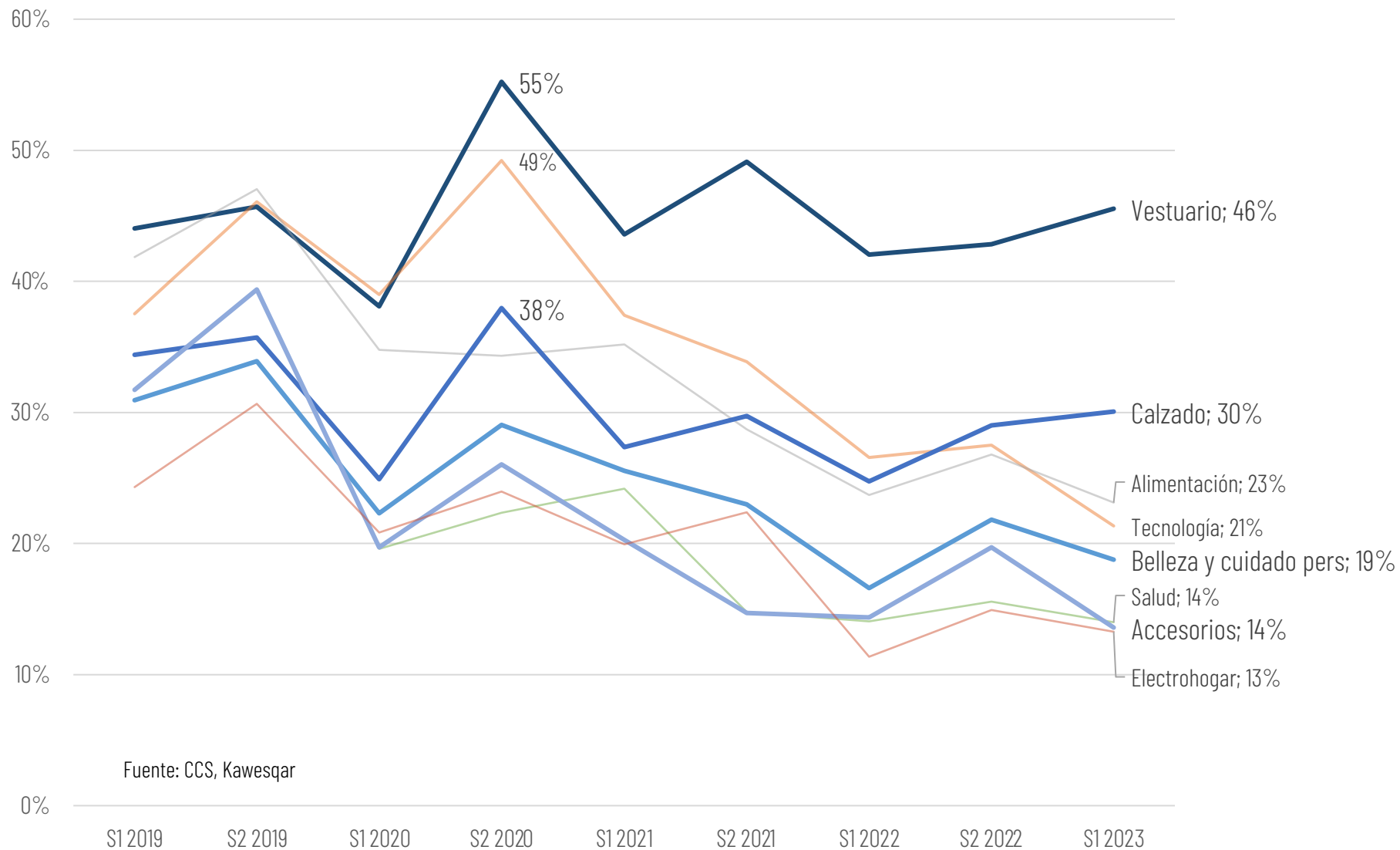


Participación por categoría

(Statista)



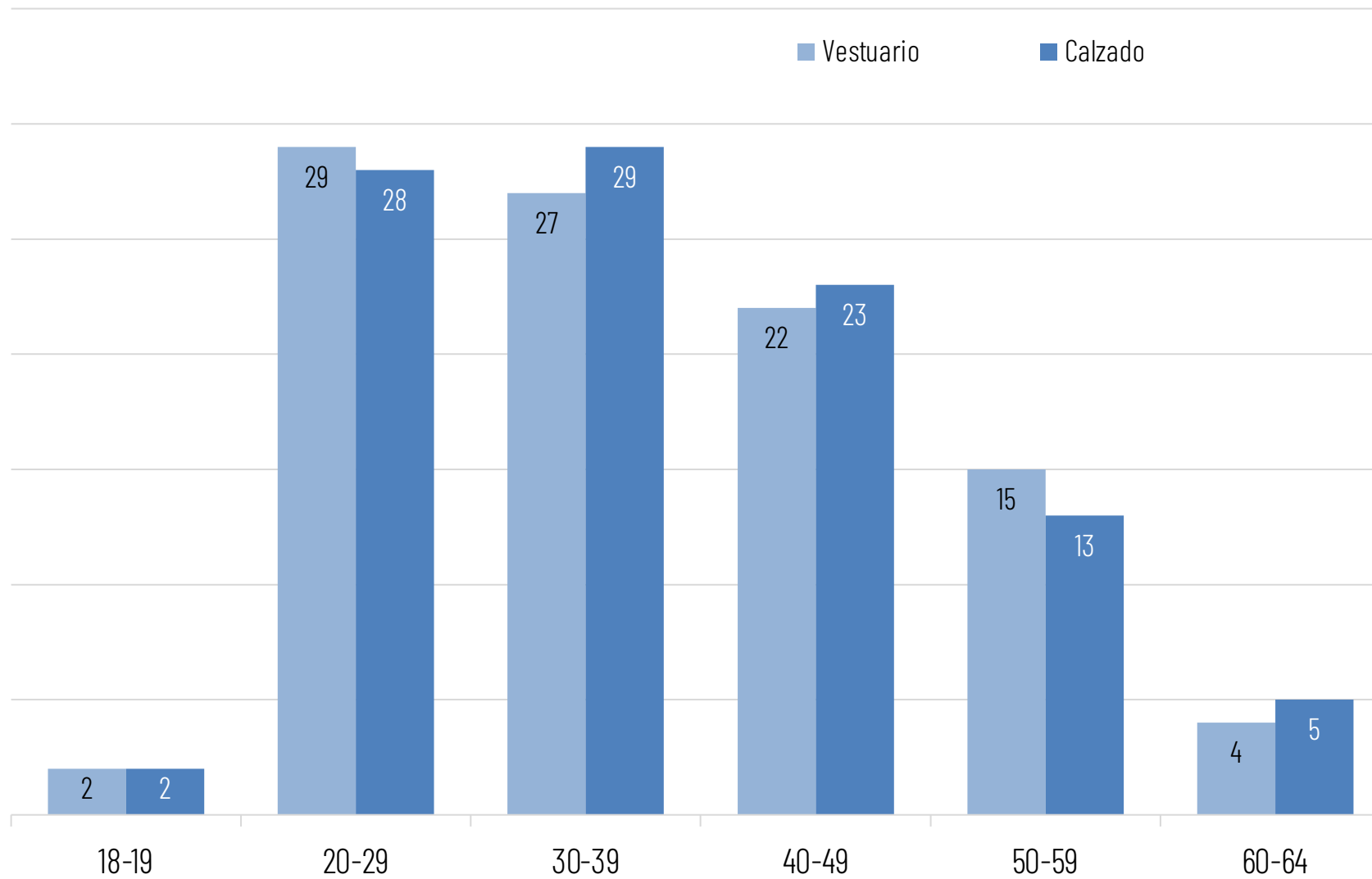
Porcentaje de consumidores que compra online mensualmente en cada categoría (Chile)



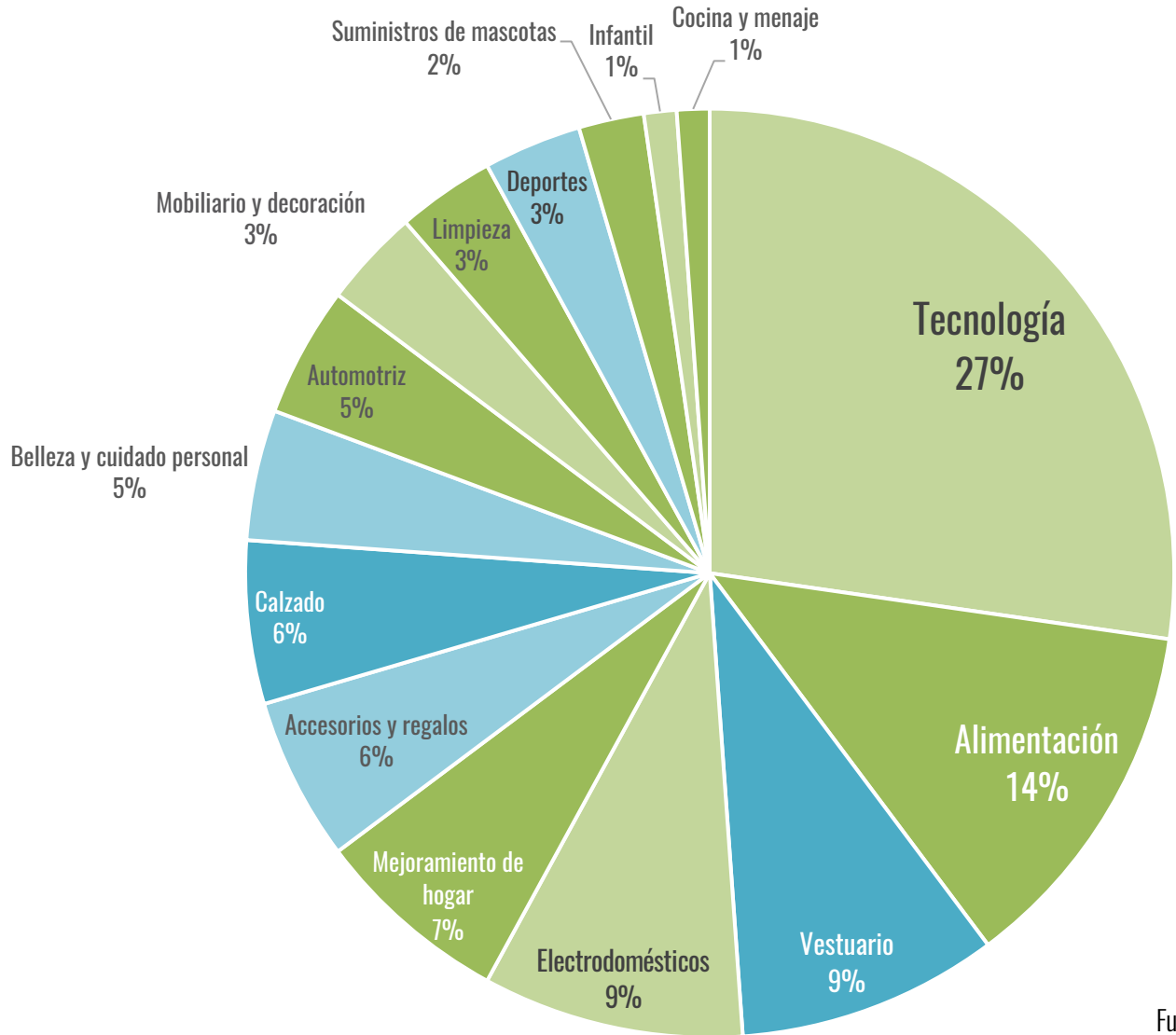
Fuente: CCS, Kawesqar

Composición de compradores online de vestuario y calzado en Chile

Fuente: Statista Consumer Market Insights

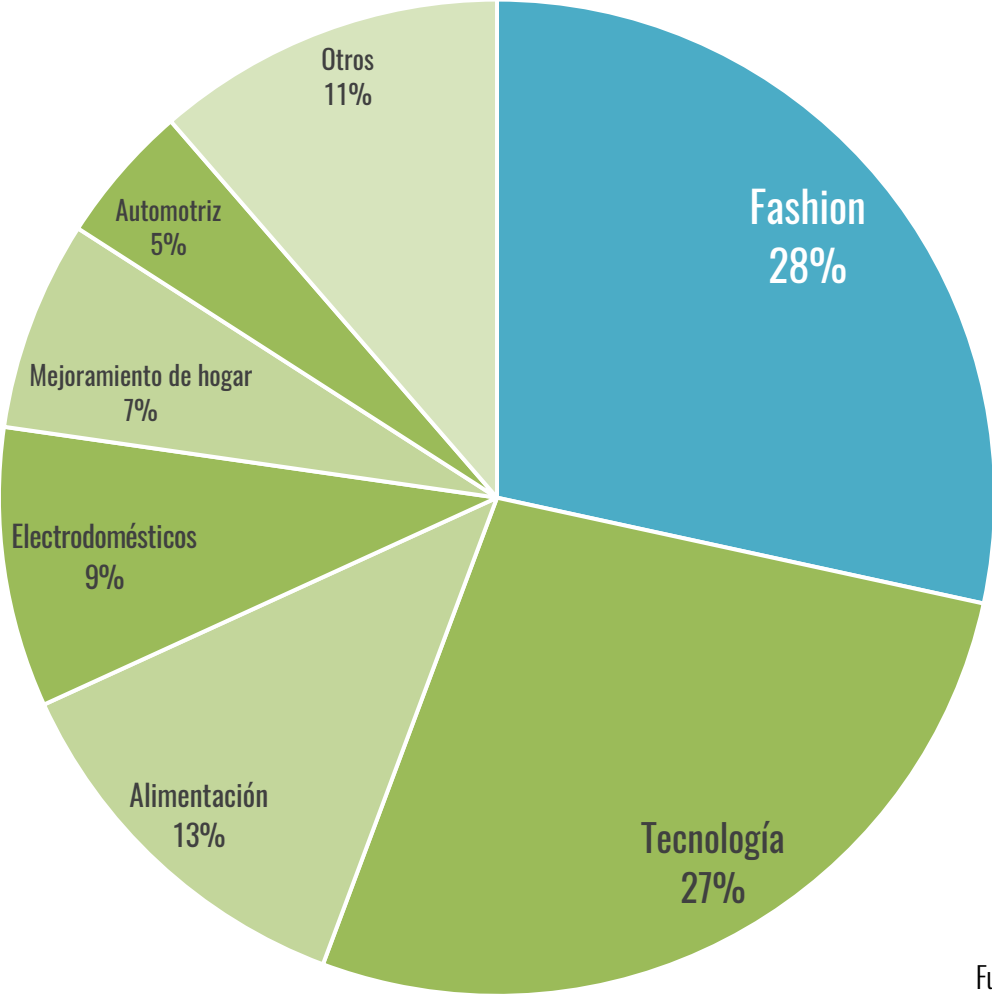


Participación en ventas online, 2020



Fuente: CCS

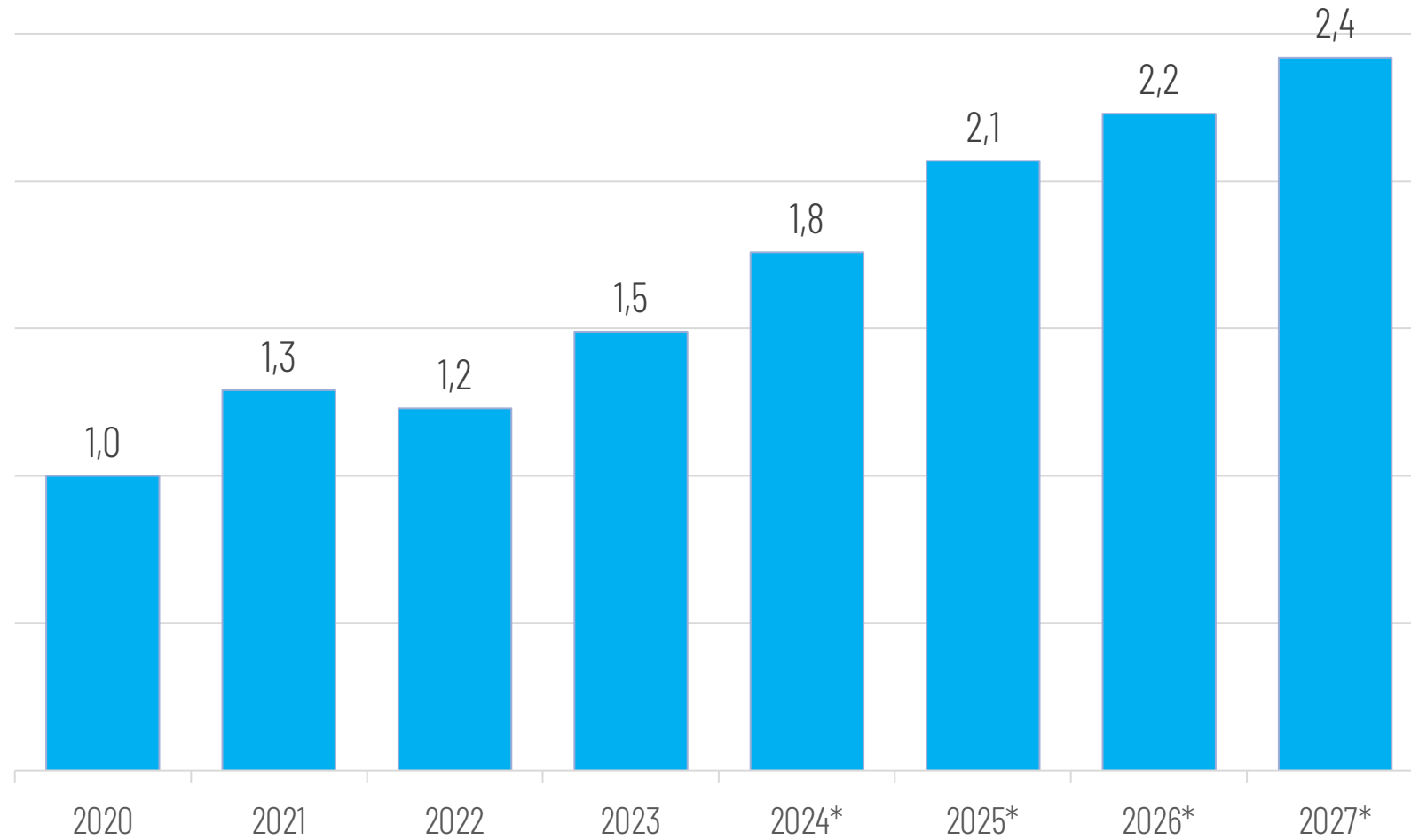
Participación en ventas online, 2020



Fuente: CCS

Ventas online vestuario y calzado (Chile, MMMUS\$)

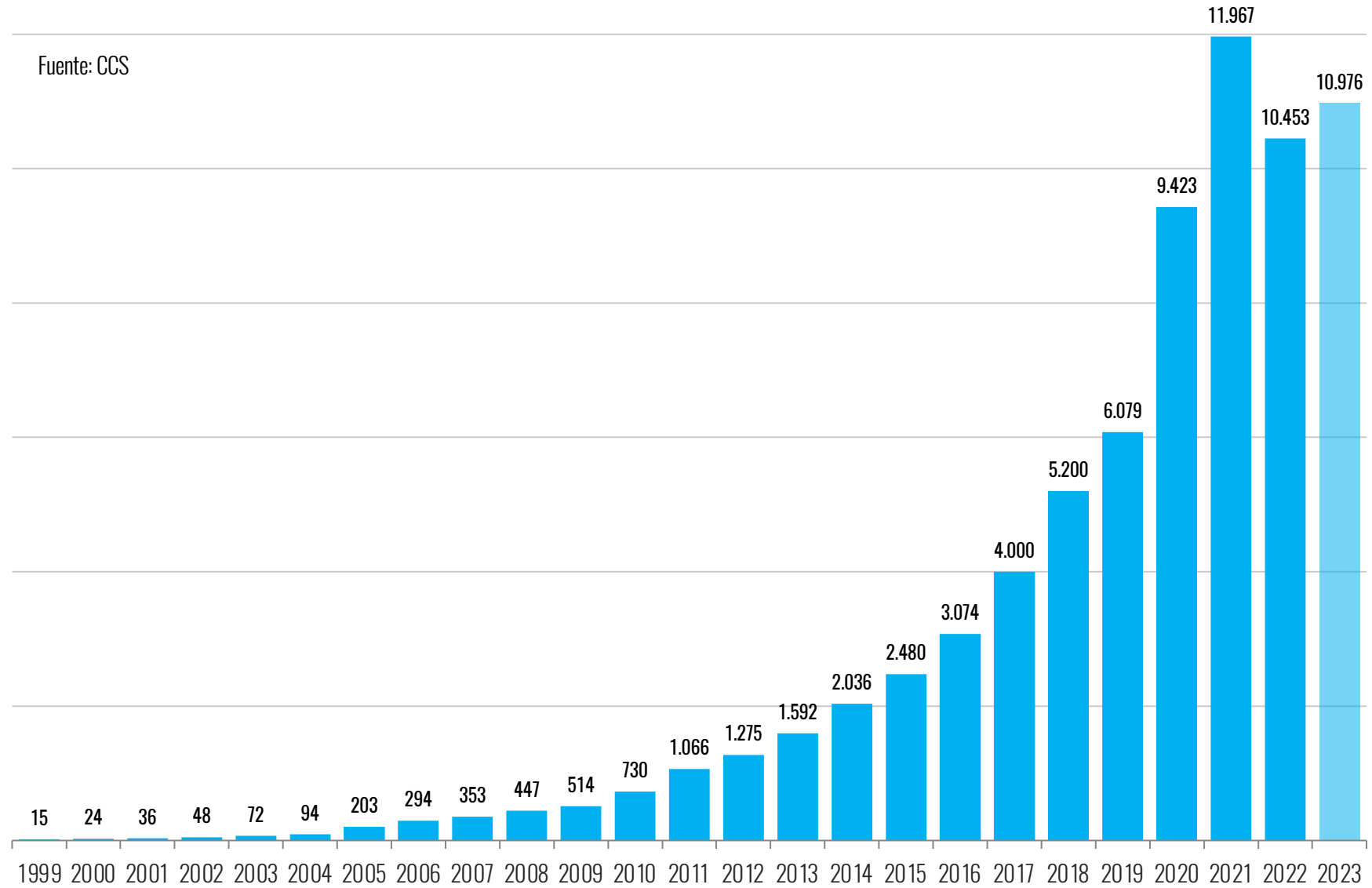
Fuente: Statista



eCommerce B2C en Chile

(en MMUS\$)

Fuente: CCS



ALGUNAS TENDENCIAS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Un fenómeno transversal que constituye la actual revolución industrial, la IA está cambiando el estado de las artes en toda la cadena de valor, desde la prospección y el diseño hasta la postventa. Este factor se encuentra presente en todas las tendencias.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Un fenómeno transversal que constituye la actual revolución industrial, la IA está cambiando el estado de las artes en toda la cadena de valor, desde la prospección y el diseño hasta la postventa. Este factor se encuentra presente en todas las tendencias.

FABRICACIÓN ON DEMAND

El aumento en la eficiencia en la cadena de valor de las manufacturas ha permitido disminuir los niveles óptimos de inventarios, en la medida que la producción y aprovisionamiento puede responder más rápidamente a la demanda.

Las interrupciones recientes del transporte internacional retrasaron la consolidación de este fenómeno, que de todas formas sigue en desarrollo.



A woman with long, wavy white hair is the central figure, looking directly at the camera with a neutral expression. She is wearing a blue and gold lace dress with a high, intricate collar. The background is a dark blue, textured wall with scattered orange and yellow flowers, creating a moody and artistic atmosphere.

METAVERSO

Despejado ya el exceso de entusiasmo por los mundos inmersivos paralelos, la creación de identidades digitales en la vida cotidiana permitirá a la industria del vestuario y calzado mejorar la personalización en la relación con el consumidor, aumentando el hábito de compra sin necesidad de concurrir a tiendas físicas.

PROBADORES VIRTUALES

El avance de las tecnologías digitales, mediadas por la inteligencia artificial, permite hoy una experiencia de calidad, competitiva, conveniente y cómoda para probarse ropa y accesorios de manera virtual. Esto suma fuerzas en la convergencia con los modelos basados en el metaverso y se abre espacio en la venta online de vestuario, calzado y accesorios.

The background of the entire page is a close-up photograph of a coral reef. The coral is primarily white and light beige, with some darker, reddish-brown sections. The lighting is soft, highlighting the intricate, porous structure of the coral. The text is overlaid on the left side of the image in a clean, white, sans-serif font.

BIOMATERIALES

El énfasis reciente que han puesto los consumidores en los temas de sostenibilidad ha abierto el campo para el avance de áreas que hasta hace poco se desarrollaban en silencio. La producción textil a partir de biomateriales que derivan de recursos renovables es una de las que gana aceptación más rápidamente entre productores, retailers y consumidores.

COMERCIO MINORISTA CIRCULAR

También derivado por la creciente preocupación sobre la sostenibilidad, el comercio circular en la moda gana adhesión con prácticas como el slow Fashion y énfasis en la durabilidad de las prendas, el origen de los materiales y su trazabilidad, la reventa, el arriendo, la reparación y reciclaje de prendas, y la responsabilidad ambiental de todo el ciclo productivo.

RECOMMERCE

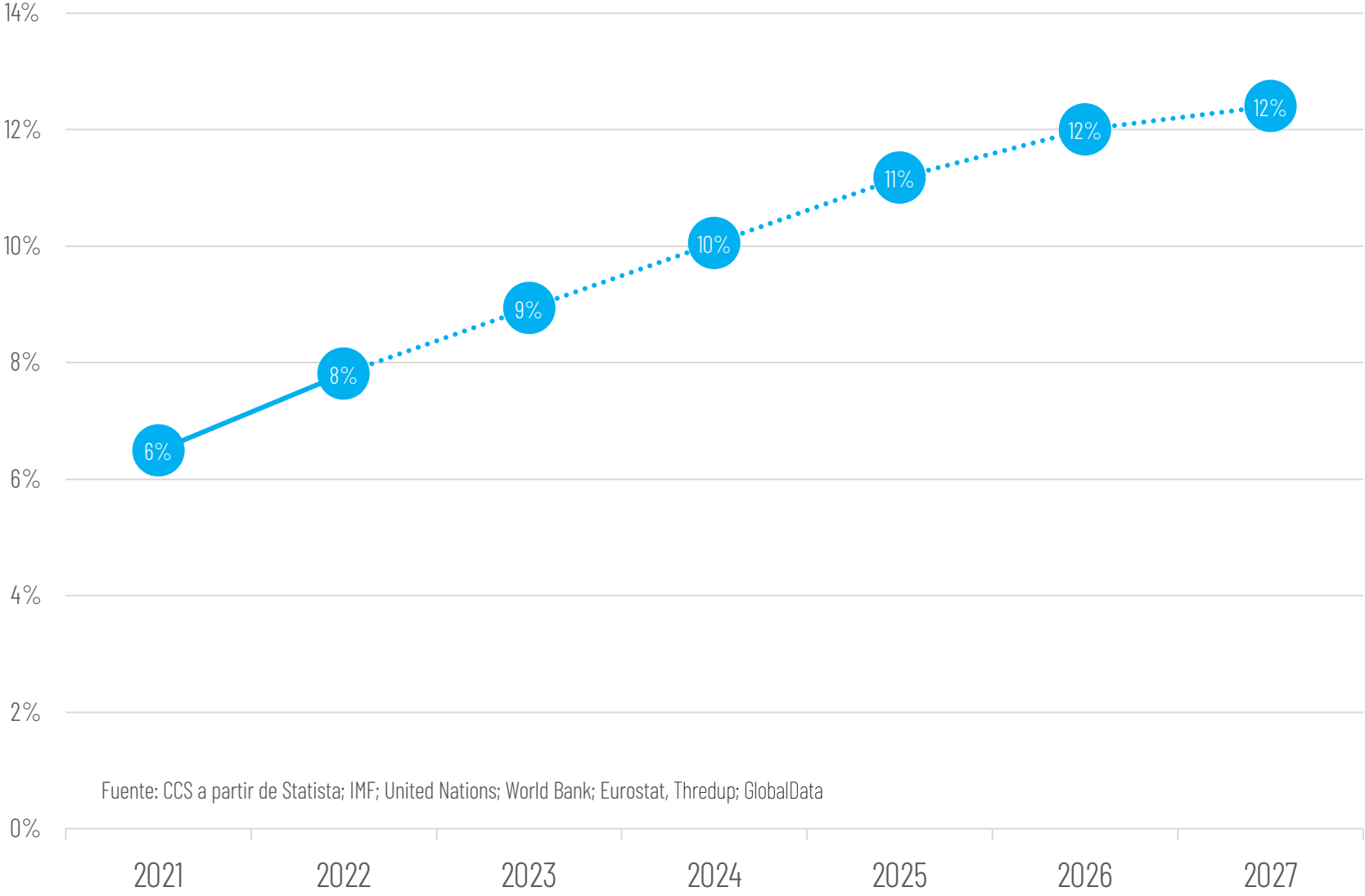
El consumo de prendas de segunda mano crece a tasas entre el 20 y 30% anual a nivel global, el segmento más dinámico de la industria de la indumentaria. El acceso a productos de marcas premium y la conciencia sostenible son los principales drivers, potenciados por el rol de los influencers fashionistas que venden sus prendas a través de sus redes sociales utilizando métodos como el live shopping.

INFLUENCERS

Una nueva generación de influencers enfocados en la credibilidad da nueva vida a este segmento del marketing digital, y se consolida como uno de los productos publicitarios más rentables para las marcas.

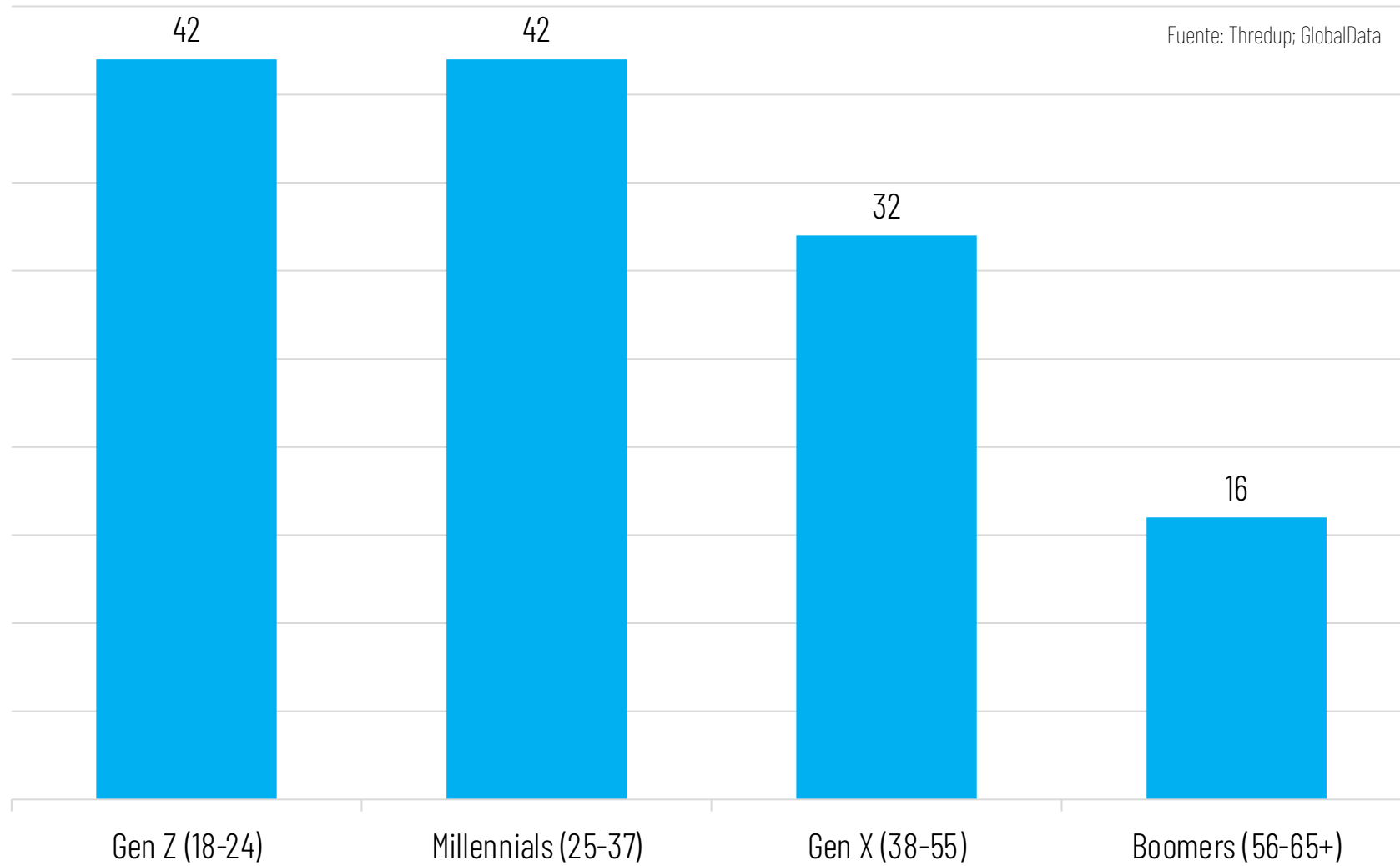



Ventas de segunda mano sobre ventas globales de vestuario y calzado



Fuente: CCS a partir de Statista; IMF; United Nations; World Bank; Eurostat, Thredup; GlobalData

Porcentaje de consumidores dispuestos a comprar ropa de segunda mano por edad, global, 2021



A woman with blonde hair is looking down at a woman with dark hair who is lying down. The scene is dimly lit, with the blonde woman's face partially in shadow. The dark-haired woman is looking towards the camera with a slight smile. The background is dark and out of focus.

DISEÑO INCLUSIVO

Otra derivada de las corrientes sostenibles, la inclusividad en todo ámbito ha tenido una bajada relevante en el mundo de la moda, incorporando modelos fuera de los estereotipos tradicionales para el desarrollo de nuevos productos y servicios que buscan enriquecer el rol de las marcas y su identidad en la comunidad.

NEO PERSONALIZACIÓN

El despliegue de herramientas evolucionadas de inteligencia artificial ha permitido mejorar drásticamente las capacidades de personalización de los consumidores en todos los ámbitos, incluyendo detección de necesidades, pronóstico de comportamiento y hábitos de consumo, acompañamiento y contención, solución de problemas, pre y post venta. Estos avances nos acercan a la promesa de la personalización relevante, pertinente y no intrusiva.