[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 08/11/2023

# [Cómo los mexicanos compran moda online: tendencias y perfiles de consumo](http://www.notasdeprensa.es)

## Elogia Fashion Lab, división especializada en Fashion Marketing de la Agencia Elogia, presentó su Estudio 2023: Moda Online en México, en el que se revelaron las tendencias de consumo en moda de los internautas mexicanos en los últimos 6 meses

Un estudio publicado recientemente por Elogia Fashion  Lab, agencia especializada en Fashion Marketing, ha revelado que 4 de cada 10 internautas mexicanos han comprado moda online en los últimos 6 meses (lo que representa una estabilidad con respecto a los datos obtenidos el año anterior), siendo las mujeres de entre 26 a 40 años, el sector que presenta mayor actividad de compra en artículos de vestir, calzado y accesorios en México.  De acuerdo con las investigaciones, tiendas como Liverpool, Mercado Libre, Amazon y Shein se han colocado como las tiendas con mayor notoriedad entre los consumidores mexicanos, siendo de igual forma, aquellas que mayor lealtad presumen ante el sector de compradores de moda y estilo de vida.  El estudio realizado por especialistas en marketing digital y moda de la agencia Elogia, fue realizado a través de más de 600 encuestas a usuarios que hubieran hecho compras de moda online recientemente en México, en donde se analizaron sus principales hábitos de consumo, así como el posicionamiento de las tiendas de moda más con mayor presencia en el país. Ellas gastan menos, pero compran másLas tendencias demuestran que al año se hacen 6 compras de moda por internet en promedio, con un gasto frecuente de $1.644 mxn, sin embargo, según los datos obtenidos, aseguran que las mujeres gastan menos que los hombres, pero compran con mayor frecuencia que ellos.  Dentro de los principales aspectos que promueven las compras en línea, se destacan la practicidad y comodidad de poder hacer compras en cualquier lugar y a cualquier hora, así como recibir los productos en los domicilios de los consumidores, seguida de las ofertas y promociones exclusivas en las tiendas online. Asimismo, las compras de uso personal siguen siendo el mayor motivo dentro del sector de moda, dejando a los regalos de moda para parejas, amigos y familiares en segundo lugar. Los tres perfiles principales de compradores de moda en línea mexicanosEl equipo de especialistas de Elogia clasificaron a los perfiles de consumidores con base en aspectos demográficos y hábitos de compra, dando como resultado a las personas fashionistas, aficionados y desconectados: Fashionistas: Personas con una importancia muy alta hacia la moda. Representación demográfica: 23%. Concentran principalmente a mujeres y jóvenes entre los 18 a 24 años, con una edad media de 33 años. Conocimiento del mercado: Consumen más tiendas de moda online que los otros compradores y han comprado en unas 3 tiendas diferentes alguna vez. Drivers de compra: Su principal influencia son las tiendas que ofrecen productos que no se encuentran en tiendas físicas y las últimas tendencias.  Tiendas favoritas: Shein y Liverpool. Aficionados: Personas con una importancia alta hacia la moda. Representación demográfica: 43%. Son el grupo más grande y también el de mayor edad media: 37 años, asimismo concentran el grupo de mayor edad, de 41 a 65 años. Conocimiento del mercado: Compran en promedio unas 6 veces al año, y lo han hecho en aproximadamente 2 tiendas diferentes al menos una vez.  Drivers de compra: Buscan la variedad de productos que ofrecen las tiendas online, aunque los buenos precios, la calidad y los envíos económicos o gratuitos también activan su compra. Tiendas favoritas: Liverpool, Shein y Mercado Libre. Desconectados: Personas con una importancia baja hacia la moda. Representación demográfica: 34%. Se caracterizan por ser un target ligeramente más femenino y con 36 años en promedio. Conocimiento del mercado: Gastan y realizan menos compras en comparación con los otros segmentos. 5.5 compras anuales en 1.6 tiendas en promedio. Drivers de compra: Enfocan su atención en los buenos precios, la calidad, los costos de envío baratos o gratuitos y las promociones.  Tiendas favoritas: Shein, Mercado Libre y Liverpool. Las marcas de moda favoritas de los mexicanosLos resultados sugieren que Liverpool sigue siendo la marca más conocida y con mayor notoriedad, seguida de Shein, marca que ha ganado terreno dentro de las mentes de los compradores.  En cuanto a salud de marca, el estudio analizó tres territorios de posicionamiento: precio, logística y tendencias/calidad, dando como resultado que: Mercado Libre, Amazon y Shein se posicionan como las marcas con una imagen más fuerte y definida, ya que han logrado destacarse en rasgos diferenciales como mejores precios (descuentos y ofertas) y mejores opciones de envío; sin embargo Shein consigue la peor calidad de todas las marcas en el estudio.  Marcas como Guess, Scappino, Julio y las tiendas departamentales, Liverpool y Sears se distinguen por la calidad de sus productos, pero a precios elevados respecto a la competencia.  H and M y las marcas del corporativo Inditex, como Zara, Bershka y Stradivarius, cobran fuerza gracias a la capitalización de las tendencias en moda, pero muestran una imagen más plana, pues no logran destacarse en atributos como los precios y logística.

**Datos de contacto:**

Sabela Souto

Elogia

5545503714

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/como-los-mexicanos-compran-moda-online](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Moda Marketing E-Commerce Consumo

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)