



¿Conoces las tendencias en la moda deportiva para tener éxito en e-commerce?

A nivel mundial, las compras en E-commerce están creciendo constantemente y, en el mercado mexicano las marcas deportivas juegan un papel muy relevante, por ello, te enlistamos las 3 principales tendencias en la moda deportiva.





E-Commerce y Deporte.

Por: LEXIA Insights &
Solutions



En LEXIA, sabemos que los cambios en los consumidores van de la mano con la tecnología, en el caso de los deportistas, grandes compradores de ropa y equipo, esta regla también se cumple y hay que saber cómo se comportan ante el teclado y en la vida real.

Esperamos que la siguiente nota sea de tu interés.

Sigamos conversando.

A nivel mundial, las compras en E-commerce están creciendo constantemente y, en el mercado mexicano las marcas deportivas juegan un papel muy relevante, por ello, te enlistamos las 3 principales tendencias en la moda deportiva.

ROPO: Busque ahora, compre después...

LO ENCUENTRO ONLINE, LO COMPRO EN FÍSICO

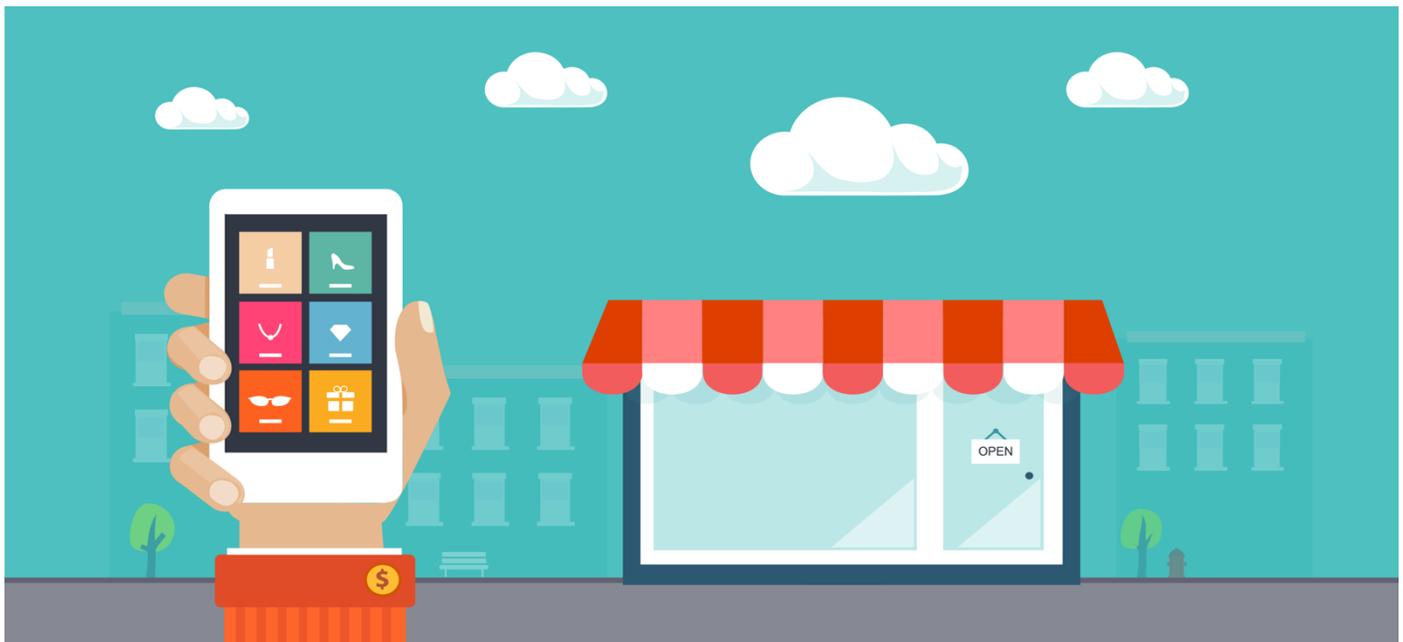
Una de las grandes tendencias en la categoría es el fenómeno **ROPO (Research Online, Purchase Offline)**, la cual representa casi la mitad de las ventas del E-commerce en México.

Es decir, muchas veces los canales de venta on line se convierten en la primera parada del *viaje del consumidor* y, una vez que sabe qué quiere comprar, el cliente tiende a buscarlo en algún punto de venta físico, tendencia que obedece a que muchos compradores quieren medirse los zapatos o la ropa antes de adquirirla.

Esta tendencia ha resultado en la apertura de tiendas de marca (flagship), en países como México, donde Adidas y Nike ya tienen varios locales, que complementan sus tiendas en línea mientras que, en Argentina, Puma está aliado con Mercado Libre.

Además de aumentar el alcance de sus sitios online, esta estrategia los ayuda a crear conexiones y a posicionarse como referente en cuestiones culturales como la moda callejera, la música, el arte y el diseño, como podemos ver con los tenis de edición limitada que lanzó Under Armour para la marcha del orgullo gay en 2019.

<https://www.underarmour.com/en-mx/mens-ua-hovr-slk-evo-x-pride-sportstyle-shoes/pid3022901-100>





Athleisure: La fiebre del Fit, Street and Style

Athleisure, término que mezcla *athletics* (deportes) y *leisure* (ocio), alude a la creciente tendencia de utilizar atuendos deportivos como ropa de uso diario.

La tendencia Athleisure trata de entender e interpretar las prendas deportivas, con nuevos diseños y colores atractivos que se adaptan a la personalidad y estilo de cada consumidor, para que se sienta cómodo con sus productos y los utilice todo el tiempo, incluso si su único ejercicio es cambiar el control de la televisión.

Un ejemplo de comercialización de esta tendencia es la **Urban Zone by Liverpool**, donde se congrega lo más selecto de la categoría. En este espacio propio y exclusivo de la tienda conviven marcas líderes como Adidas Originals, Puma y Under Armour, con prendas como leggings, joggers, sudaderas, sneakers y crop tops.

Actualmente, México ocupa el tercer lugar mundial en ventas de la categoría, después de China y Estados Unidos.

Euromonitor prevé que para 2021 la moda deportiva deje ganancias por 112.925 millones de pesos (6.367,7 millones de dólares), impulsada por un mayor número de consumidores y la tendencia del athleisure, porque, gracias a ella, ya no se compran los artículos solo para hacer deporte, sino que se conciben como un atuendo para toda ocasión.





Streetwear: La subcultura de la exclusividad

¿POR QUÉ EL LUJO TIENE QUE IMPLICAR ELEGANCIA?

Además de hacer la ropa más cómoda y crear artículos para toda ocasión, muchas marcas han ido creando valores. Usarlas implica “ser” parte de algo.

El auge de esta tendencia indica que la ecuación cambia de la importancia de “tener” por la importancia de “ser”.

Y, para lograrlo, la participación digital del consumidor ha sido fundamental, ya que ha permitido una recopilación más fácil de información sobre gustos, hábitos, preferencias y convivencia de marcas.

En la moda streetwear se privilegia la comodidad sin dejar a un lado el lujo, por ello, nombres como Original Fake, Undeafeated, Obey, Staple, Huf, Alife, The Hundreds, A Bathing Ape y Supreme, lideran el mercado de ropa, aunque su ropa nunca llegue a una cancha.

La moda del streetwear ha crecido exponencialmente a nivel mundial y México no es la excepción.

Hablando en números:

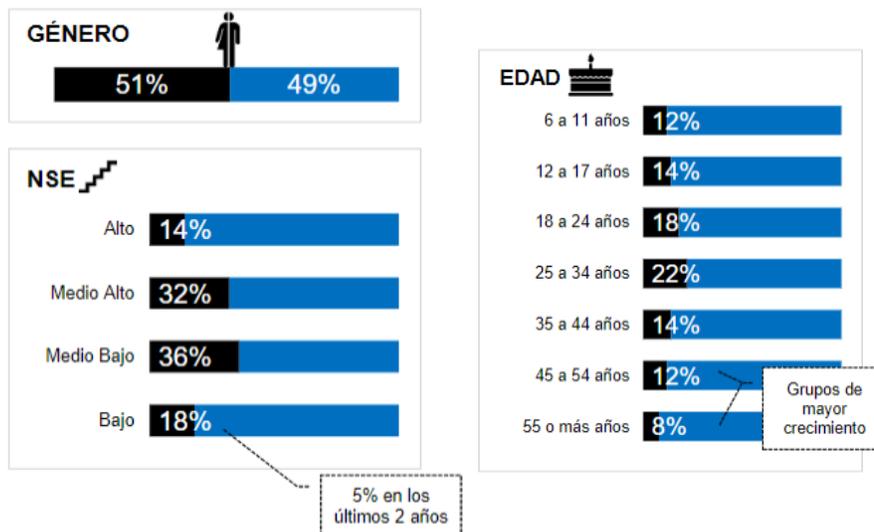
- **Adidas, Nike y VF, tienen el 20% de las ventas en el mercado mexicano, sector que registró ventas de 82.333 millones de pesos mexicanos (4.633 millones de dólares) en 2016.**
- **Vans, Reebok, Puma y Under Armour** son algunas de las otras compañías que también figuran en el listado, sobre todo en la subcategoría de zapatilla deportiva. La posición de Vans se debe a su expansión con aperturas de tiendas en diversos puntos del país



¿Y CUÁL ES EL PERFIL DEL COMPRADOR ONLINE?



En su último Estudio de Comercio Electrónico en México 2019, la Asociación de Internet indicó que en el 14% de los usuarios de internet en México realizaron alguna compra, a partir de interactuar con la publicidad en línea, 6% menor respecto a 2018. Algunos datos del perfil demográfico del comprador online son:

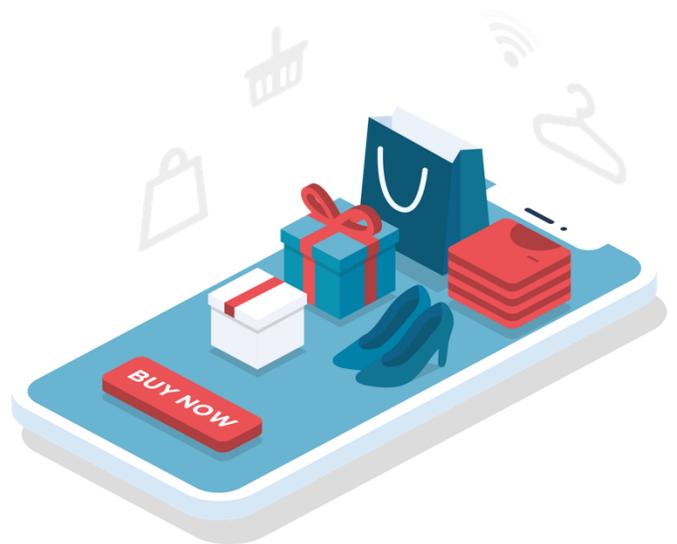




¿POR QUÉ SE COMPRA ONLINE?

La venta online representa facilidad de acceso y ahorro de tiempo. De modo que ya no es tan fácil pensarnos artesanales en lo referente a nuestras compras. México es parte de la tendencia mundial en donde las opciones de compra se diversifican.

- El gasto trimestral promedio por categorías (excluyendo viajes) de los mexicanos fue de 6 mil 230 pesos, 300 pesos menos que en 2017.
- Las categorías principales compradas fueron: moda, comida a domicilio, electrónicos, hogar, juguetes y videojuegos, belleza y cuidado personal, deportes, supermercado y mascotas.
- Recibir sus compras en el domicilio, ahorro de tiempo y promociones y descuentos fueron los principales factores a considerar en las compras online.
- Los dispositivos móviles (smartphones y tabletas) son un medio clave en las ventas en línea; el 60% de las compras se hicieron mediante uno.





Lexia
Insights & Solutions



¿Qué impacto tiene ROPO, Athleisure y Streetwear en tu marca?

Lexia

Insights & Solutions

En LEXIA ofrecemos servicios de Consultoría en Branding basados en insights del mercado y las personas. Esperamos que esta nota de consultoría te resulte interesante y útil para los retos de tu marca. Estamos a tus órdenes y sigamos conversando.

Yolanda Barrita

yolanda@lexia.com.mx

Tel.: +52 (55) 9150 5400 ext. 420

LEXIA México

Félix Cuevas #6 - 602, Col. Tlacoquemécatl del
Valle, CDMX C. P. 03200

www.lexia.com.mx

   LEXIAGlobal