

Consumo de moda pela internet cresce 16% no último ano

19/03/2013

Mulheres e classe AB são os maiores consumidores do setor de vestuário e calçados na rede



ISTOCKPHOTO

A compra de roupas e calçados pela internet tem ganhado cada vez mais adeptos entre os consumidores brasileiros.

Segundo dados do E-tail Report, quando comparado o volume de vendas do setor no primeiro e segundo semestres de 2012, verifica-se um aumento de 16% no consumo de um período ao outro.

As mulheres representam 59% dos consumidores de moda online no último ano.

De acordo com os dados, as mulheres representam 59% dos consumidores de moda online no último ano. No grupo, há predominância também da classe AB, que equivale a cerca de 69% dos compradores, seguida da classe C, com 31%. Em relação à faixa etária, 40% dos consumidores têm entre 25 e 34 anos.

Entre os itens mais comprados pelos internautas estão os tênis, vestidos, blusas femininas, sandálias e sapatos, nessa ordem.

Sobre a pesquisa

E-tail Report, janeiro a dezembro de 2012, setor Vestuário e Calçados.

[COMENTE](#)

COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

TAGS

Internet

NOTÍCIAS RELACIONADAS

47% dos internautas brasileiros são favoráveis à união civil entre gays

27/mar/2013

Entre os que se declaram homo ou bissexuais, 43% afirmam que certamente se casariam com a permissão da lei

Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

26/mar/2013

Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

SOLUÇÕES RELACIONADAS



Mapeamento da equação: Audiência x

O investimento publicitário e a audiência dos portais.



Marcas nas Redes Sociais

O posicionamento no ambiente dos internautas.



Internet Design

Apresenta e aprofunda o conhecimento sobre a estrutura da internet.



Tracking de Marcas

Acompanhamento da discussão online.

O IBOPE

[Quem somos](#)
[Unidades de negócios](#)
[Investimento social](#)
[Executivos](#)
[O que fazemos](#)
[Como fazemos](#)
[Auditoria e qualidade](#)
[Onde Estamos](#)
[Nossos Valores](#)
[Integridade corporativa](#)
[Canal aberto](#)
[Sustentabilidade](#)
[Parcerias e associações](#)

SOLUÇÕES

[Ambiental](#)
[Análises](#)
[Consumo dos meios](#)
[Geonegócios](#)
[Mercado](#)
[Monitoramento dos meios](#)
[Opinião pública e política](#)
[Educação](#)
[Single source](#)

CONHECIMENTO

[Pesquisas de opinião e mercado](#)
[Pesquisas eleitorais](#)
[Pesquisas de mídia](#)
[Audiência de rádio](#)
[Audiência de TV RJ](#)
[Audiência de TV SP](#)
[Investimento publicitário](#)
[Leitura de jornal](#)
[Ranking de agências](#)
[Artigos e papers](#)
[Infográficos](#)
[Leitura de pesquisas eleitorais](#)
[Descubra com o IBOPE](#)
[Glossário](#)
[Hotsites](#)
[Vídeos](#)

NEWSLETTER

E-Mail



NOTÍCIAS

Últimas Notícias

COMPRA ONLINE

[Cursos e Treinamentos](#)
[Relatórios de internet](#)
[Orçamento de Pesquisa](#)
[Minhas Compras](#)

RELACIONAMENTO

[Entrevistados](#)
[Dúvidas frequentes](#)
[Fale Conosco](#)
[Relacionamento acadêmico](#)
[Imprensa](#)
[Releases](#)
[Organograma](#)
[Fact sheet](#)
[Política de divulgação](#)

IBOPE

© 2005-2012. Todos os direitos reservados. [Política de Privacidade](#)