Publicado en Madrid el 12/05/2022

# [Según un estudio de GLAMI, el comercio de moda no se ve afectado por las crisis de los últimos meses](http://www.notasdeprensa.es)

## El buscador de moda acaba de publicar los datos de la Fashion Research, un estudio periódico sobre los hábitos y tendencias de los consumidores. Según los resultados para el mercado español, ni el impacto de la crisis energética, ni las interrupciones de suministro, ni la guerra en Ucrania han afectado en gran medida las decisiones de compra de los consumidores locales en cuanto a moda. El 50% de los españoles tiene previsto gastar al menos lo mismo o más en moda en los próximos meses respecto a 2021

 GLAMI, uno de los principales buscadores de moda de Europa, acaba de publicar los resultados de la Fashion Research, un estudio periódico sobre los hábitos y tendencias de los consumidores que la compañía realiza en nueve de los países europeos en los que opera. En esta ocasión, el estudio ha analizado el impacto en el consumo online de moda de los acontecimientos internacionales de los últimos meses. En la encuesta, se ha preguntado a los consumidores locales por sus hábitos y previsiones de compra en los contextos de crisis energética, inestabilidad financiera, interrupciones del suministro e incertidumbres geopolíticas provocadas por la guerra en Ucrania. Los resultados revelan que, para el mercado español, no se espera un descenso significativo de las ventas de moda online en los próximos meses. Aunque la mayoría de los consumidores (63%) afirma haber observado un aumento de precios en ropa y calzado en los últimos meses, valoran este incremento como “pequeño” y parece que no va a frenar sus adquisiciones futuras. De hecho, el 50% de los entrevistados tiene previsto gastar al menos lo mismo, o incluso algo más, en moda respecto a 2021. De los que respondieron que gastarán al menos lo mismo este año, la mayoría lo hará comprando más ropa por los mismos precios o incluso artículos más caros. Por el contrario, sólo un 19% de los consumidores españoles tiene previsto gastar menos dinero en moda online que el año pasado. Y éstos lo harán en su mayoría, según el estudio, comprando menos ropa, en lugar de invirtiendo en prendas más baratas. En comparación con otros mercados internacionales, Hungría (70%), Bulgaria (51%), la República Checa (44%) y Eslovaquia (43%) son los que más previsión de gasto en moda online manejan para este año; mientras que Grecia (17%) y Croacia (16%) son los que menos moda comprarán. Preguntados específicamente por la reciente inestabilidad geopolítica en Europa debido a la guerra en Ucrania, el estudio demuestra que ésta no ha tenido un gran impacto en el comportamiento de la mayoría de los consumidores españoles (52%) en lo que respecta a sus hábitos de consumo de ropa, calzado y complementos. No obstante, un 36% confiesa que la guerra sí ha cambiado su forma de comprar moda esta temporada, habiendo gastado menos para ahorrar dinero en caso de que la situación se agrave aún más. Como dato curioso destacar que, en todos los mercados europeos examinados, hay consumidores que han comprado más productos básicos (calcetines, ropa interior…) para tener una especie de “kit de supervivencia” por si la situación empeorara. El estudio se ha realizado en 9 países europeos (Bulgaria, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Grecia, Hungría, República Checa y Rumanía) entrevistando a un total de 26.000 usuarios de Internet (más de 1300 en España) mayores de 18 años. Los datos se han recogido mediante un cuestionario realizado entre el 20 y el 29 de abril de 2022, abierto a todos los visitantes de GLAMI.es.

**Datos de contacto:**

Beatriz Atienza

680 919 995

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/segun-un-estudio-de-glami-el-comercio-de-moda](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Nacional Moda Sociedad E-Commerce Consumo



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