

# Kippel<sup>01</sup>

EMPRESA

## Amazon refuerza su división de moda: el 33% de los compradores en EEUU adquiere prendas en el portal

Entre un 35% y 29% de los usuarios se hicieron, respectivamente, con accesorios y zapatos a través del gigante estadounidense del ecommerce, que copó el 67% del crecimiento total del retail en el primer trimestre.

06 JUN 2017 — 16:25

POR KIPPEL01



La moda gana clientela en **Amazon**. El 33% de los compradores en Estados Unidos adquirió alguna prenda de vestir a través del gigante del ecommerce, mientras que el 35% y 29% reconocieron haber comprado un accesorio o calzado, según un estudio de la consultoría financiera Wells Fargo.

Además, la tienda online copó el 67% del crecimiento total del retail en el primer trimestre del año, según datos de **Census Bureau** y **ComScore** citados en el documento. **Amazon** lanzó su división Fashion hace cinco años, pero no ha sido hasta el último año en el que la compañía ha dado un mayor impulso al negocio mediante la creación de marcas propias.

En marzo, el grupo estadounidense anunció las ocho enseñas propias con las que pretende continuar ganando terreno en el sector de la moda, algunas de las cuales ya las tenía en su cartera

1/2

<https://www.kippel01.com/empresa/amazon-refuerza-su-division-de-moda-el-33-de-los-compradores-en-eeuu-adquiere-prendas-en-el-portal.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

# Kippel<sup>01</sup>

---

**EMPRESA**

entonces. Las enseñanzas para mujer son Lark&Ro, de vestidos de fondo de armario; Ella Moon, de moda femenina de inspiración étnica; Mae, de íntimo y calcetería; y Paris Sunday, de vestidos y tops. Para hombre, las marcas de la empresa son Amazon Essentials, de básicos; Buttoned Down, de camisería *low cost*, y Goodthreads, su línea casual. Por último, Amazon lanzará también la enseña de moda infantil Scout+Ro.

La compañía también se ha lanzado a la conquista del negocio de la moda nupcial. El mes pasado, **Amazon anunció que pondrá en marcha una plataforma específica para esta categoría**, Wedding Shop, que comercializará artículos de terceras marcas y, en una primera fase, empezará sólo con accesorios.

Hace una semana, **Amazon anunció el fichaje de Christine Beauchamp** como nueva presidenta de su división de moda, tras la marcha de **Cathy Beaudoin** esta primavera. Beauchamp trabajó anteriormente para Ralph Lauren, L Brands y The Boston Consulting Group.