

Resumen:

Aunque la venta online de ropa ha experimentado un gran auge en el último año, el ratio con respecto a la venta en tienda sigue siendo muy bajo (9%) si se compara con otros mercados como el de la electrónica (50%) o los libros (40%) [¹]. Este mercado también cuenta con la tasa más elevada de devoluciones (40%) [²], lo que supone un coste de entre el 5-10% asociado a gastos operacionales de logística y transporte. Además, las empresas tienen un elevado porcentaje de stock de producto circulante difícil de gestionar. Prendas de ropa compradas al final de una temporada que sean devueltas al inicio de la siguiente, ya no tienen posibilidad de venta. Considerando que las ventas de ropa suponen el 15% del comercio online Europa [³], las devoluciones representan unas pérdidas estimadas entre 1,400M€ y 2,800M€ por año. Los problemas con la talla y el ajuste de la ropa son la causa de aproximadamente el 75% de las devoluciones de ropa [⁴], debido principalmente a la falta de estandarización del tallaje y a la deficiencia de las recomendaciones para seleccionar talla que ofrece los portales de venta online de ropa.

Con el objetivo de resolver esta barrera para la compra online de ropa, han surgido en los últimos años numerosas iniciativas que pretenden apoyar el proceso de compra mediante sistemas de recomendación de talla y probadores virtuales de ropa. La mayoría de ellos utilizan como información de partida las características antropométricas del consumidor y se han centrado en el desarrollo de los sistemas de captura de la información antropométrica del usuario. Sin embargo, el estudio de los factores y variables antropométricas que gobiernan la selección de talla no ha sido abordado por el momento desde una perspectiva científica. Los sistemas actuales se limitan a aplicar las tablas de tallas que basan la selección en intervalos de una sola medida antropométrica o dos a lo sumo. Sin embargo, algunos autores (Ashdown, 2005; Robinette, K. 2016) muestran una relación multivariante entre las dimensiones del cuerpo y la talla seleccionada en prendas de mujer. Por lo tanto, el desarrollo de un sistema de asignación de talla con una alta tasa de acierto exige el avance en el conocimiento y modelización de las variables y factores que intervienen en este proceso.

El objetivo de este plan de investigación es realizar un desarrollo metodológico que permita generar modelos de predicción de la talla de ropa con una fiabilidad mayor a los sistemas actuales. Para ello se identificarán en primer lugar las variables antropométricas del cuerpo y las variables de la prenda que intervienen en la percepción del ajuste global y por zonas. Se analizará la relación entre ellas mediante modelos estadísticos y se generarán modelos de predicción de talla a partir de la percepción de ajuste global y por zonas. Además, se determinará la incertidumbre asociada a preferencias personales.

El conocimiento generado mediante este estudio es fundamental para estudiar la viabilidad de desarrollar un sistema de recomendación del ajuste y talla de prendas de ropa a partir de medidas antropométricas del usuario y cuantificar el efecto que podrían tener en la reducción de la tasa de devoluciones.

¹ Report: E-Commerce reframing the global fashion industry. April 2013.

² <http://techcrunch.com/2013/04/17/fits-me-closes-7-2m-series-a-to-aggressively-expand-its-virtual-fitting-room-tech-in-europe-start-prepping-for-u-s-push/>

³ E-Consultancy (2014): Report "How fashion e-Commerce retailers can reduce returns rate".

⁴ Gould-Thorp, J. In Pursuit of the IDEAL Fit 2012. Proceeding of the Asian Workshop on 3D Body Scanning Technologies, Tokio, Japan, April 2012