



CAMBIOS EN EL GUARDARROPA

**estudio entre
mexicanos**

2022

METODOLOGÍA

Encuesta por internet en México (N=1094)

GÉNERO

Mujer	52 %
Hombre	48

EDAD

15 - 24	24 %
25 - 34	30
35 - 44	22
45 - 55	24

EDUCACIÓN

Posgrado	4 %
Licenciatura	47
Preparatoria	37
Prim / Sec	12

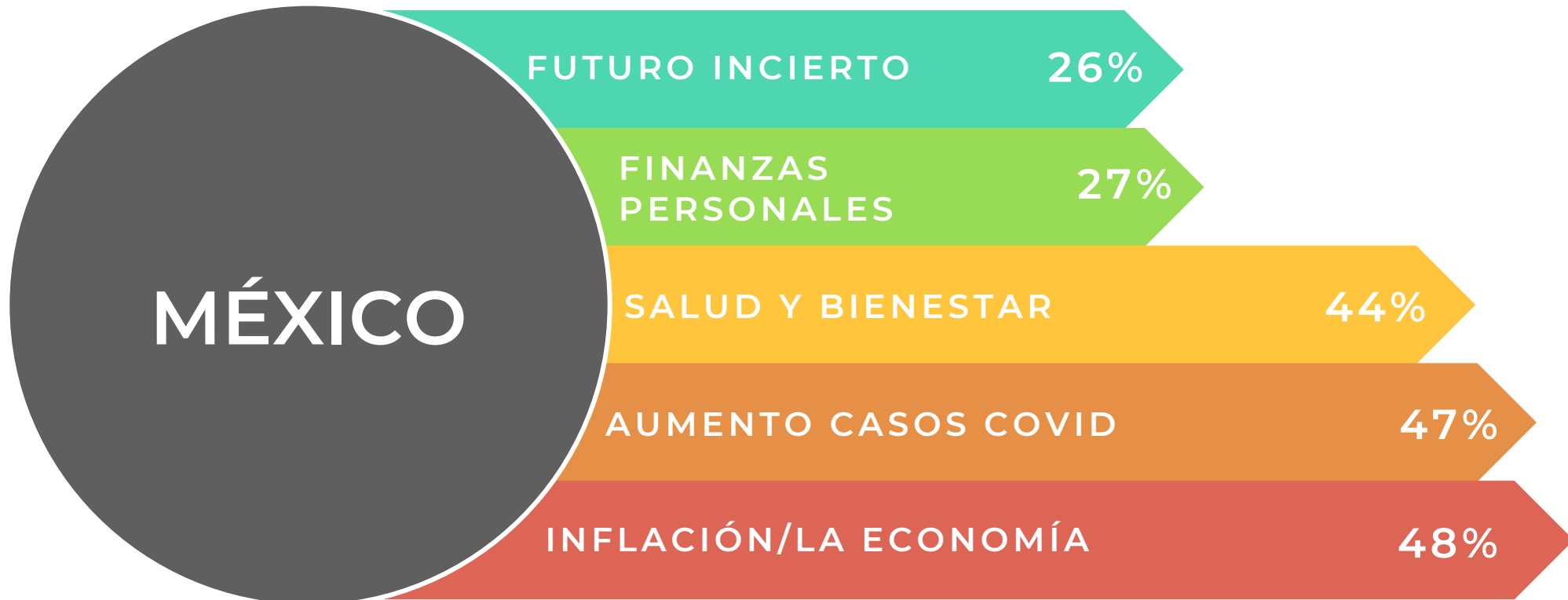
GEOGRAFÍA

CdMx	13 %
Centro	18
Occidente/Bajío	18
Norte	31
Sur	20

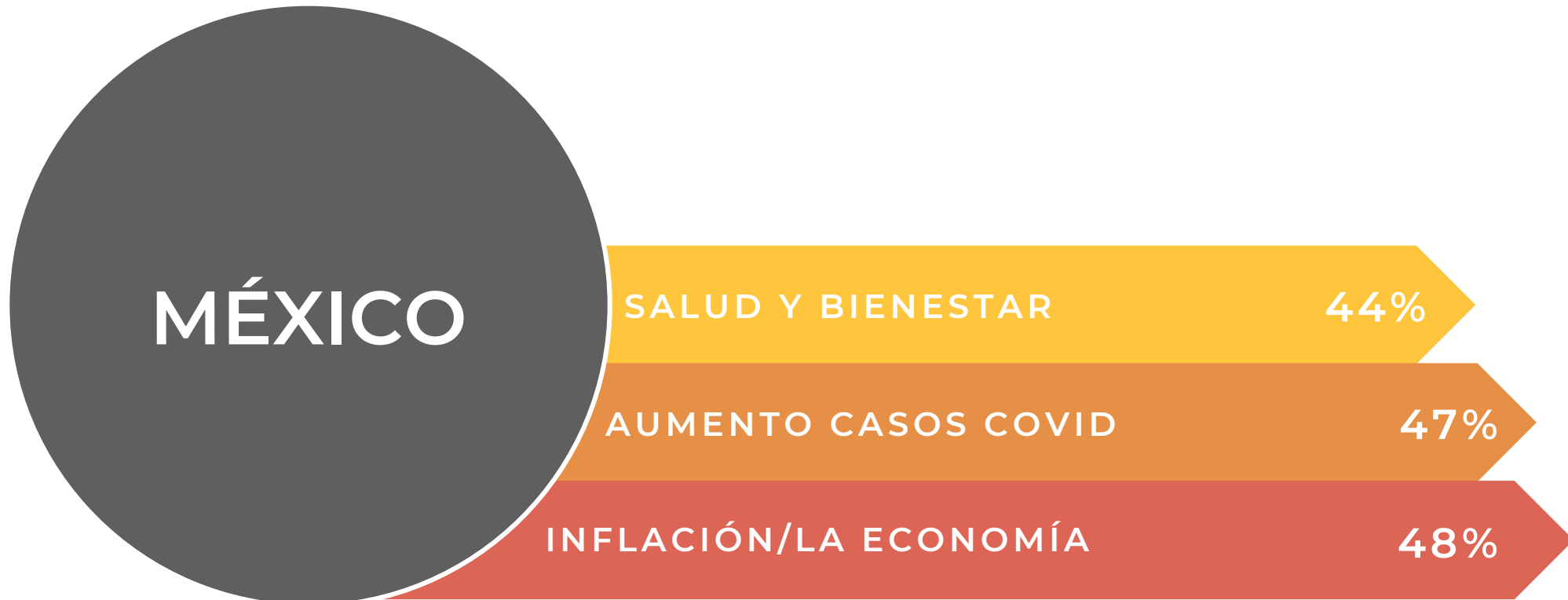
INGRESO (000 Mx/mes)

> 20	7 %
14 - 19.9	10
10 - 13.9	15
6 - 9.9	22
2 - 5.9	17
< 2	3
SR	26

¿QUÉ NOS PREOCUPA?



¿QUÉ NOS PREOCUPA?



PAST



FUTURE



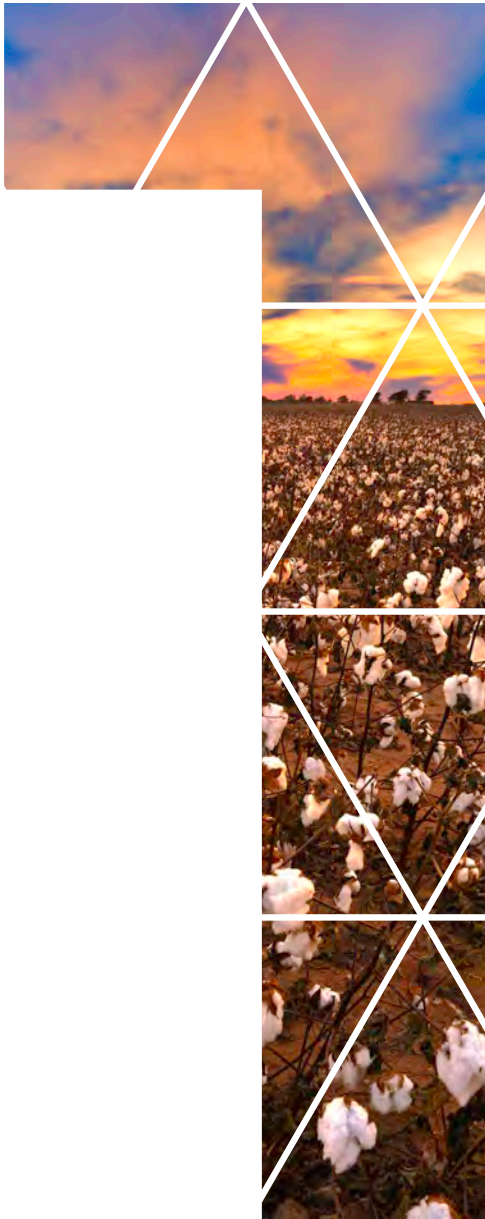
LO INCIERTO



LO CIERTO



LO OBLIGADO



LO INCIERTO

- . INFLACIÓN
- . COVID

INFLACIÓN EN MÉXICO

Los mayores desde 2000



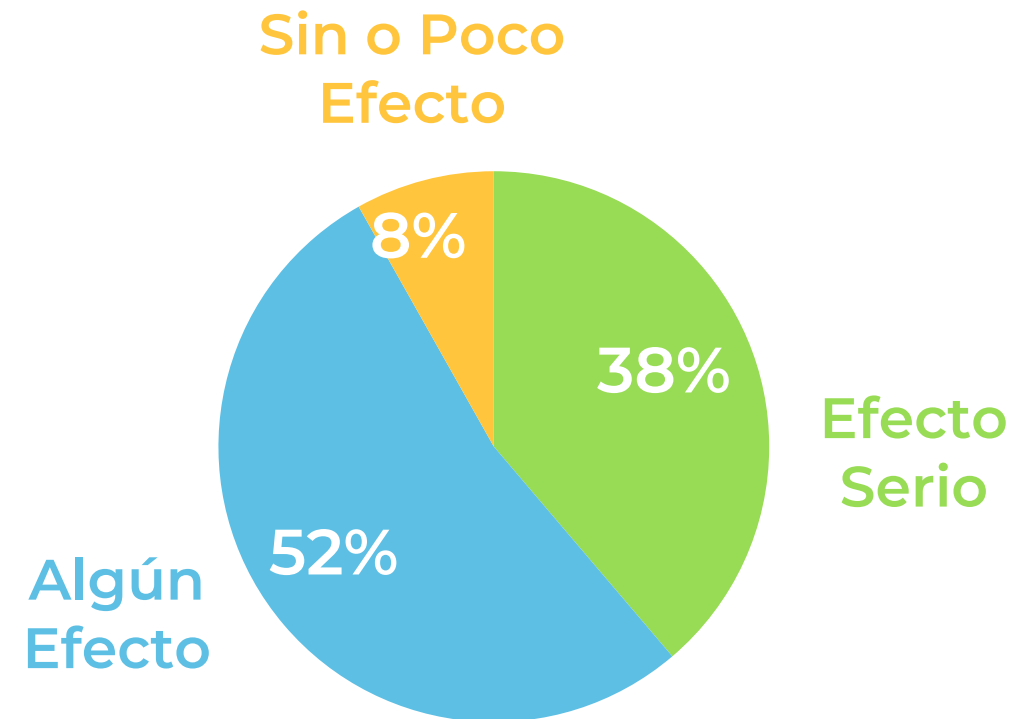
Source: INEGI





LA INFLACIÓN PREOCUPA

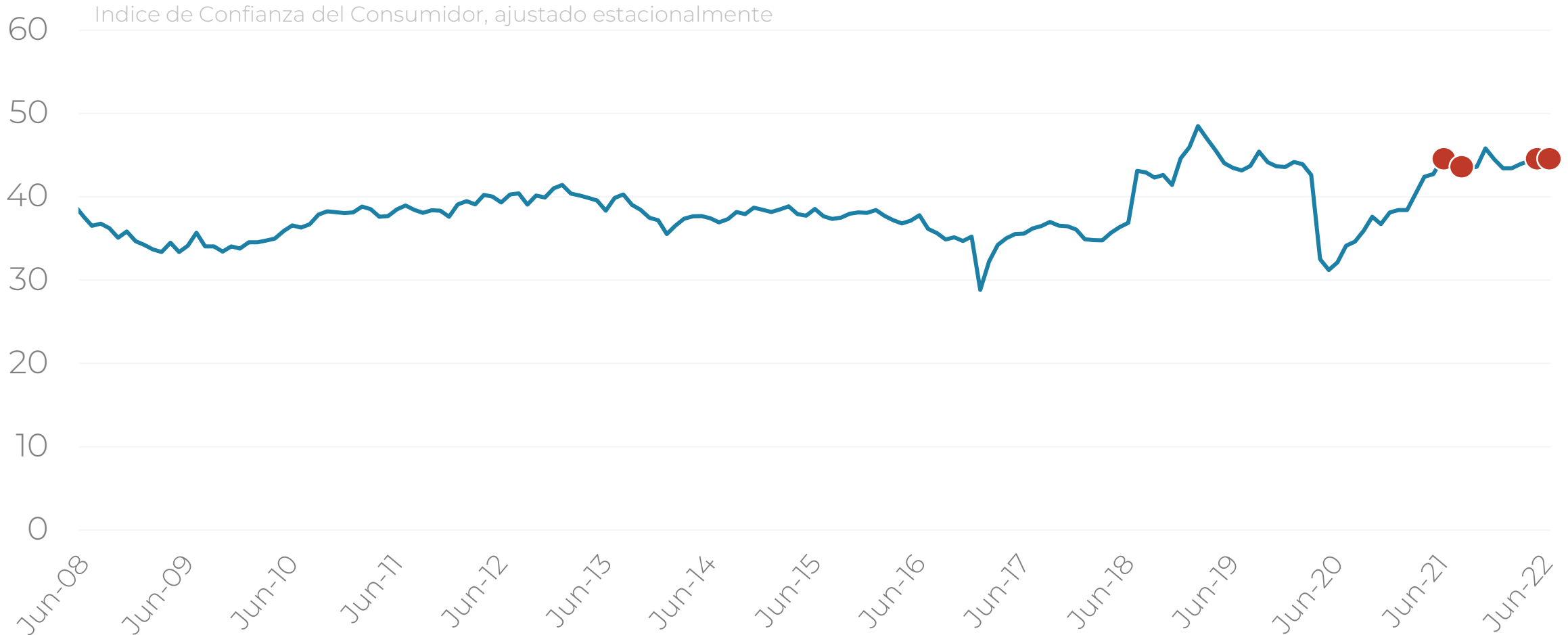
¿Hasta que punto el incremento de precios en bienes y servicios ha afectado tus finanzas?



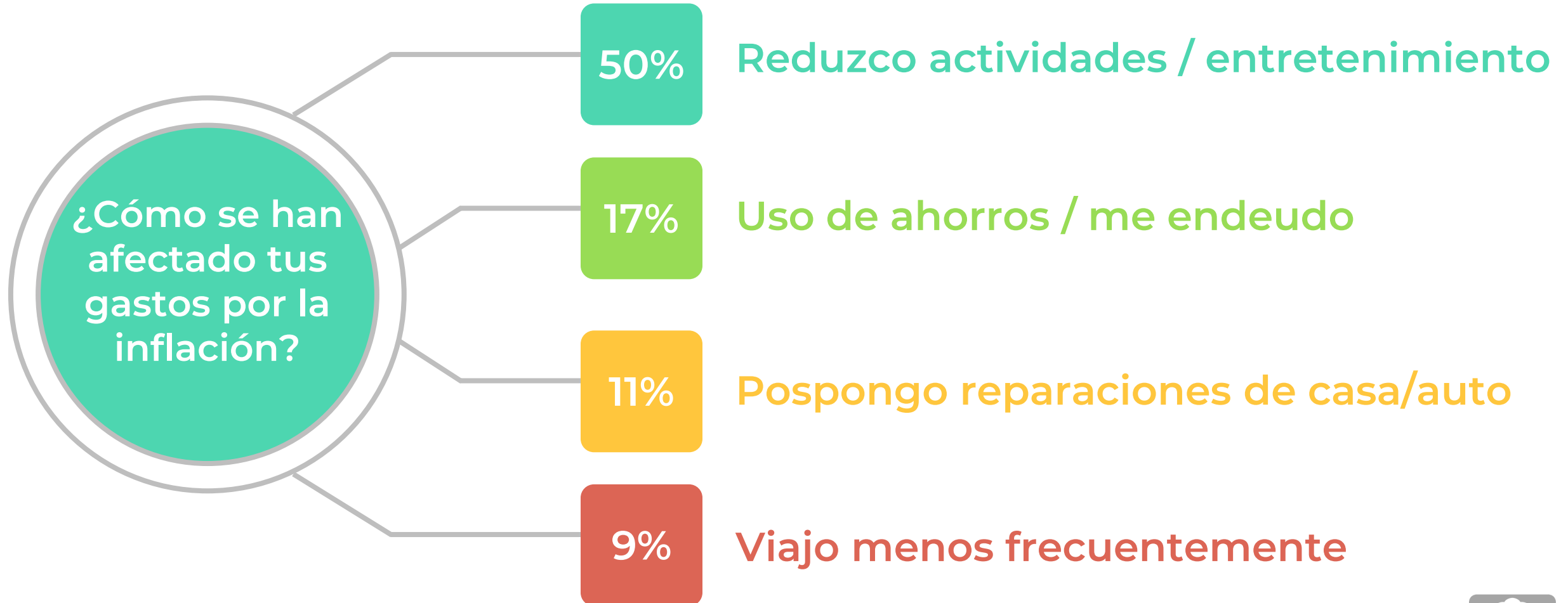
Source: CCI and Cotton Incorporated's 2021 Sustainability Study



¿LA CONFIANZA YA NO CRECE?



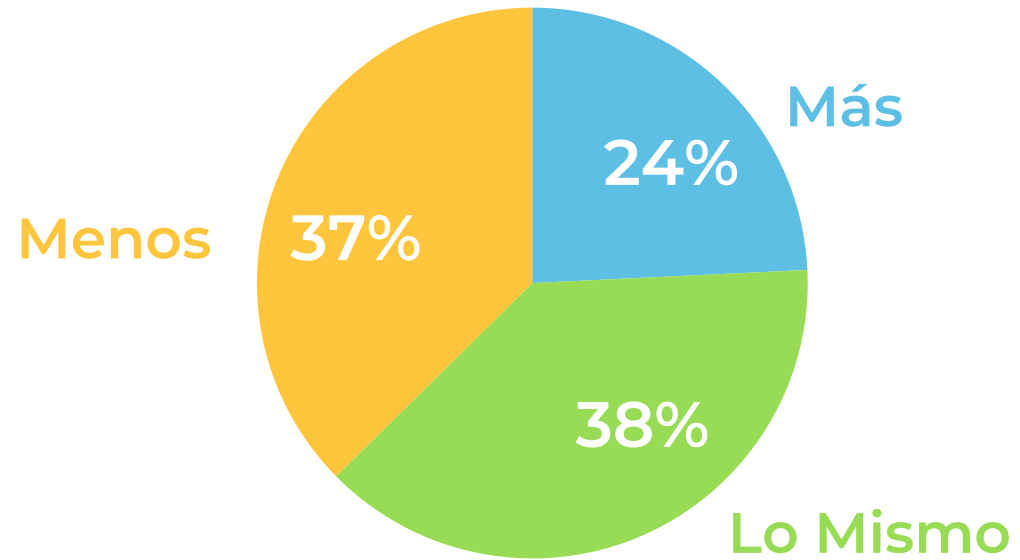
LA INFLACIÓN SE RESIENTE





LOS MÁS SON LOS MENOS

¿Esperas gastar más, menos o lo mismo en ropa en los siguientes meses?

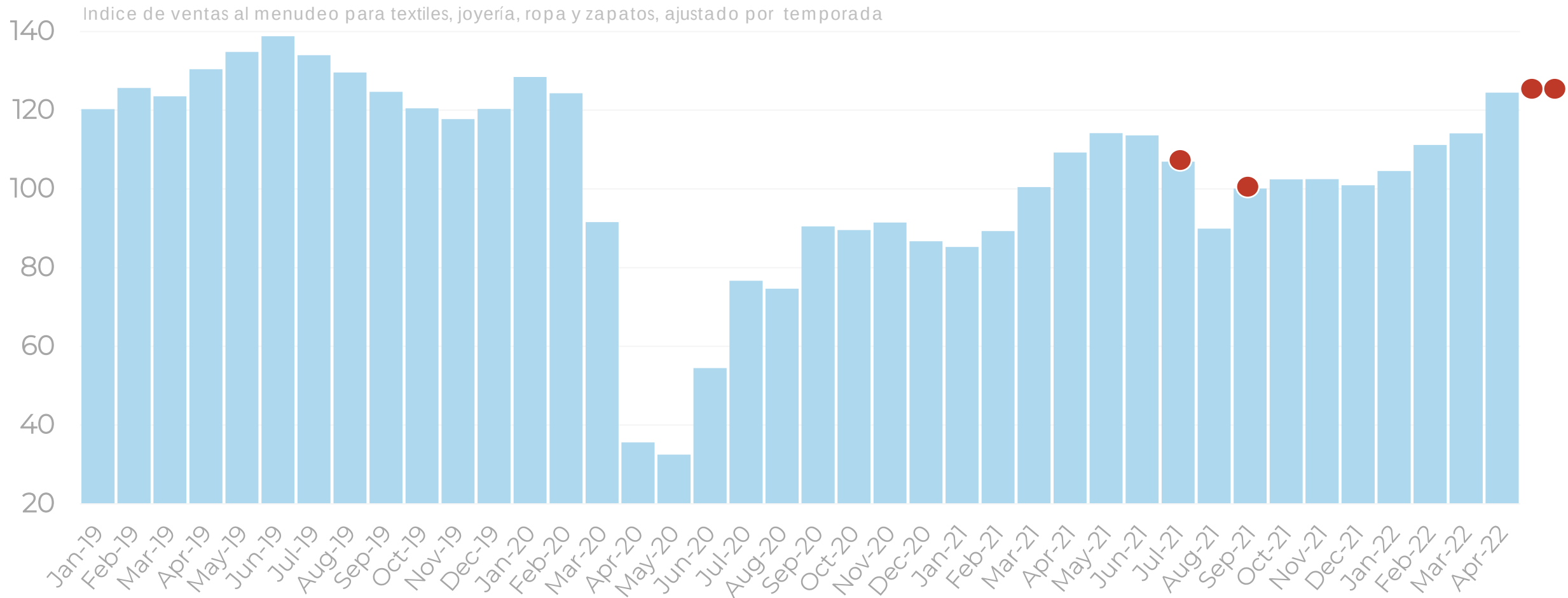


Source: Cotton Incorporated's 2022 Coronavirus Consumer Response Survey

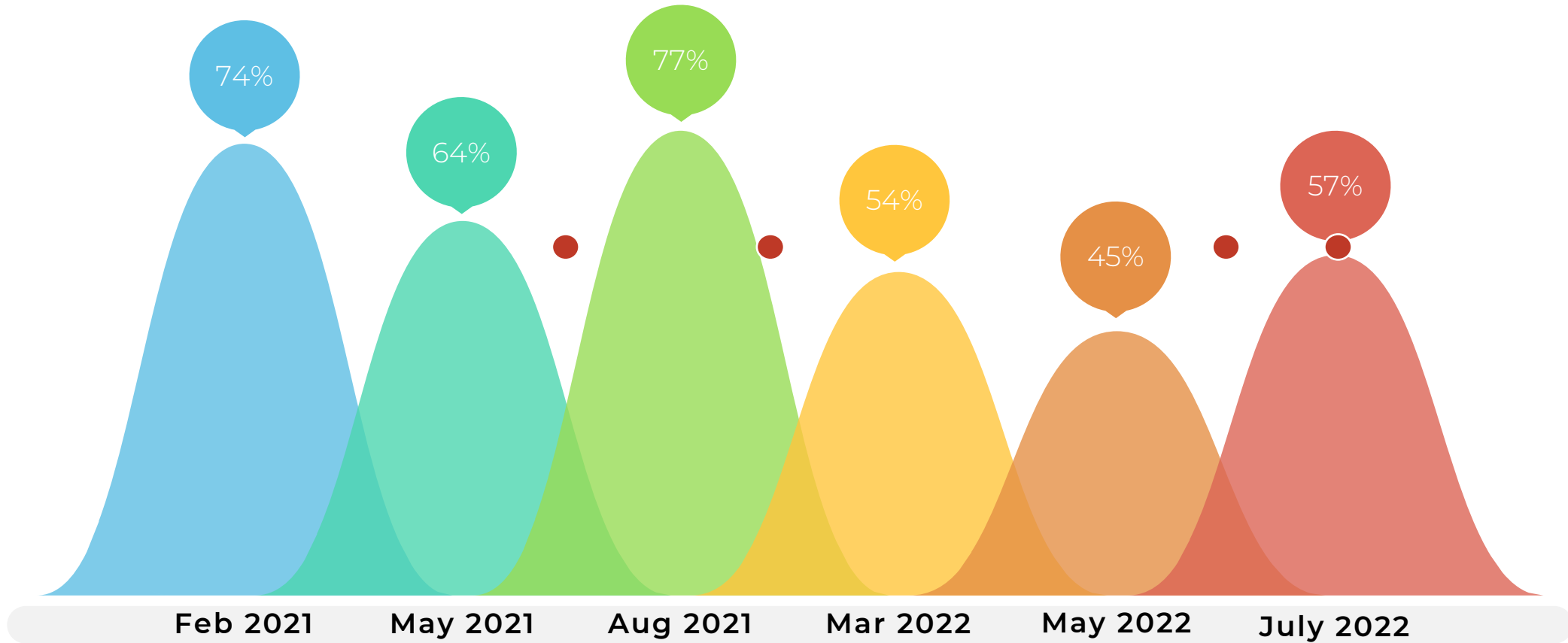


GASTO EN MODA: MÉXICO

En aumento modesto pero nivel menor a pre-COVID

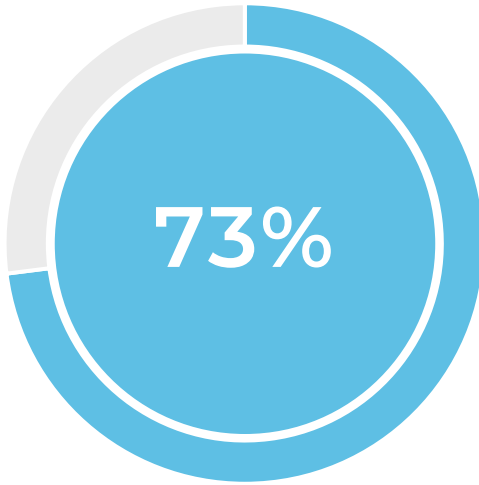


¿QUÉ TANTO PREOCUPA COVID-19 EN MÉXICO?

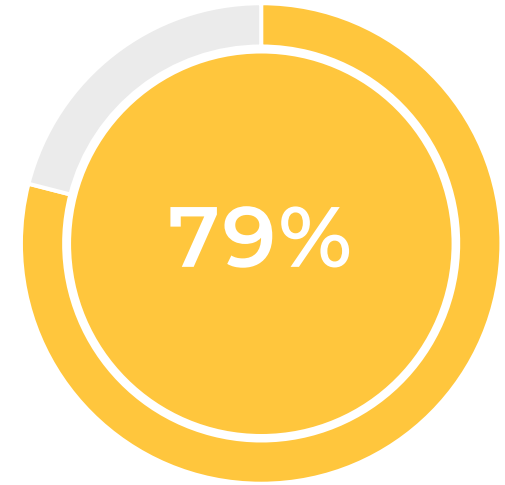


COVID - CAUTELA CON CAMBIOS

% de consumidores en México que dicen que:



**SE QUEDAN MAS
FRECUENTEMENTE
EN CASA**



**LA PANDEMIA LES
CAMBIARÁ COMO HACEN
SUS COMPRAS EN EL
FUTURO**



PRINCIPALES FORMAS EN LAS QUE LOS CONSUMIDORES CAMBIARON SU FORMA DE HACER COMPRAS



43%

MÁS
COMPRAS
ON-LINE



43%

COMPRAS CON
PROPÓSITO Y
CUIDANDO
FINANZAS



33%

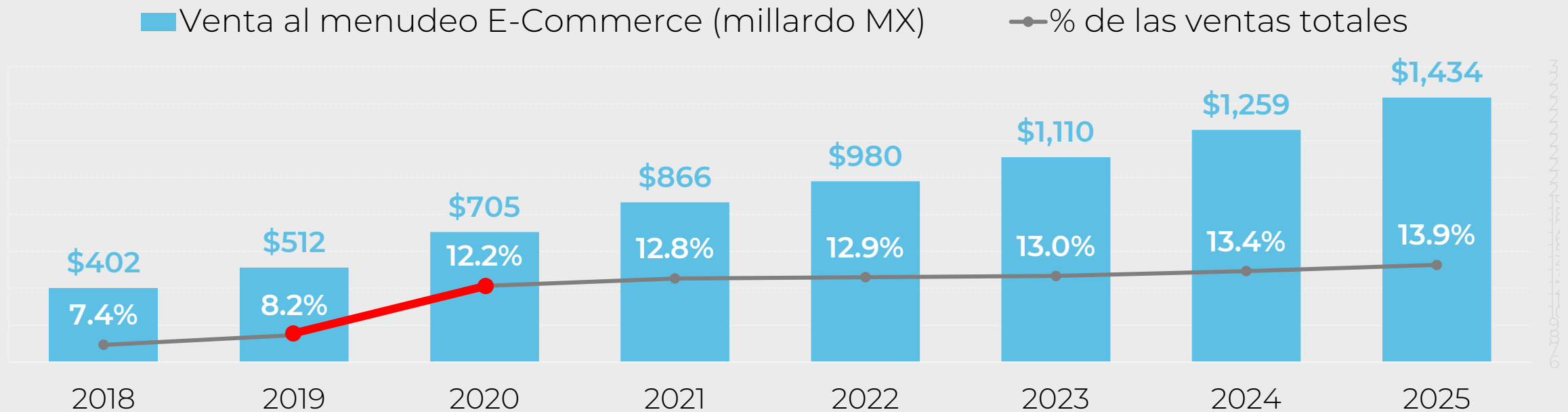
BUSCARÁN
NUEVOS ESTILOS

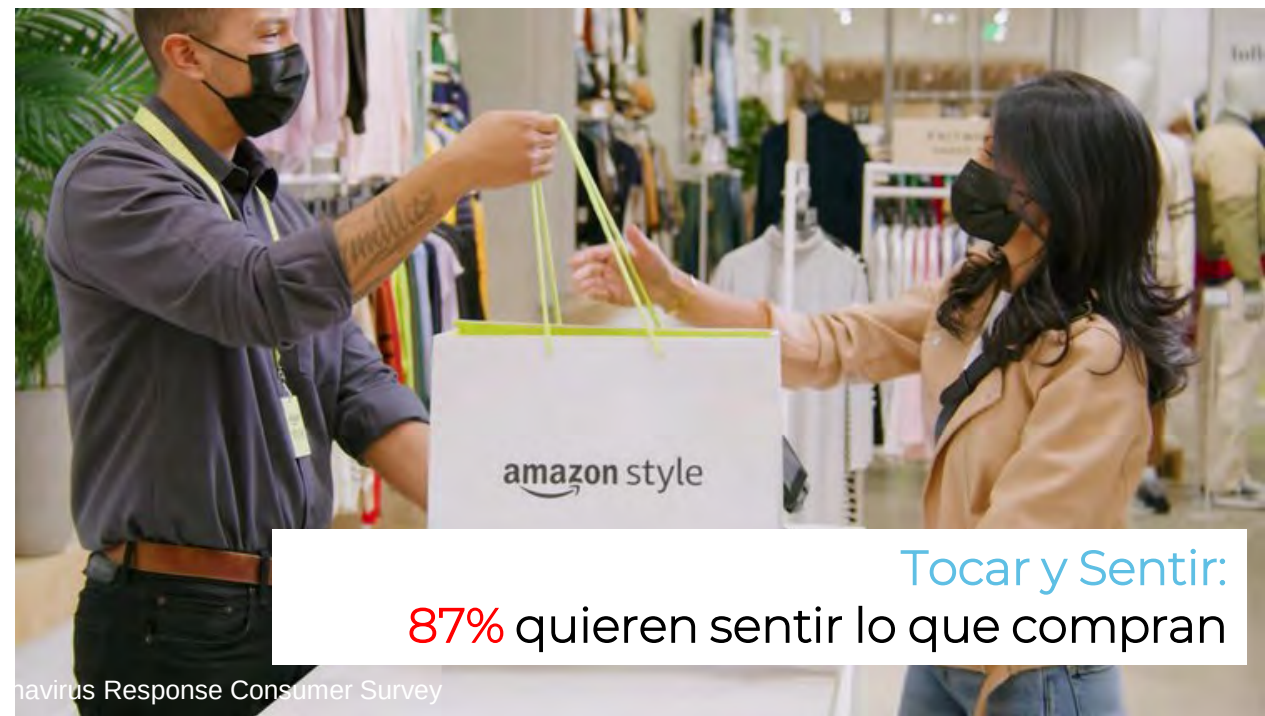


31%

HACEN MAS
BÚSQUEDA
ANTES DE
COMPRAR ROPA

COVID: EL EMPUJÓN DE ON-LINE







LO CIERTO

SALUD / BIENESTAR

CONFORT

.DENIM

.ATHLEISURE

EJERCICIO

.ACTIVEWEAR

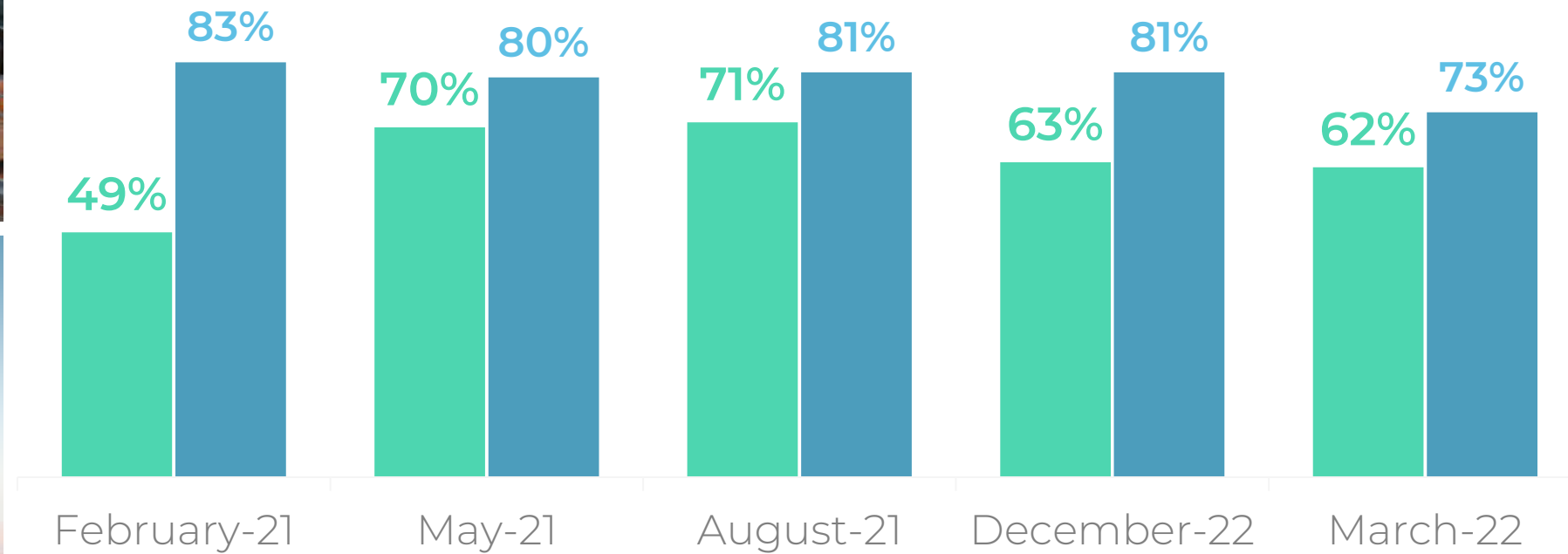


75% de los mexicanos dicen que su estilo de ropa ha cambiado

MÁS CASUAL

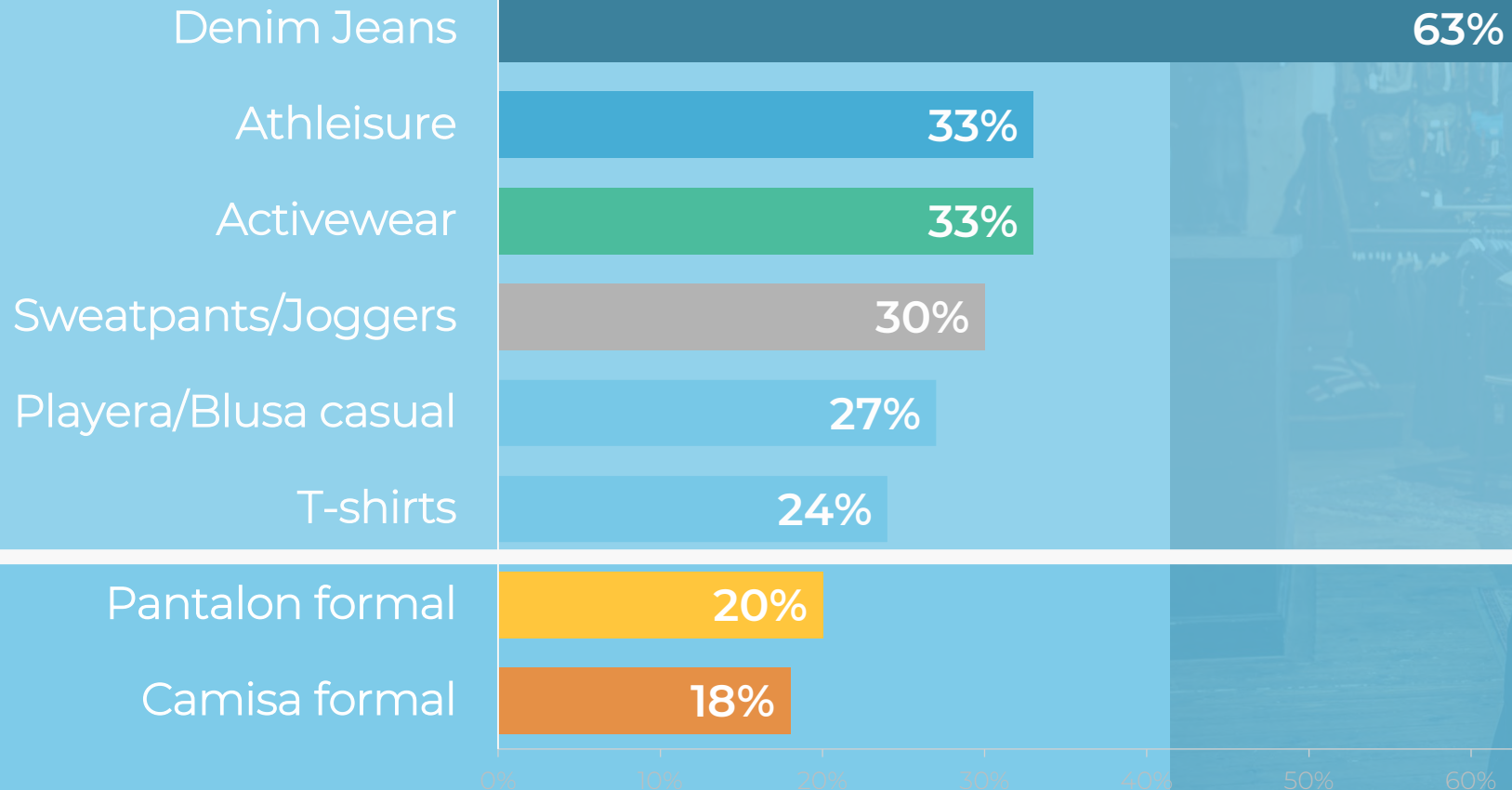


■ % consumidores vistiendo formal menos frecuentemente
■ % consumidores vistiendo comfortable mas frecuentemente



LO MÁS VESTIDO

En los últimos meses

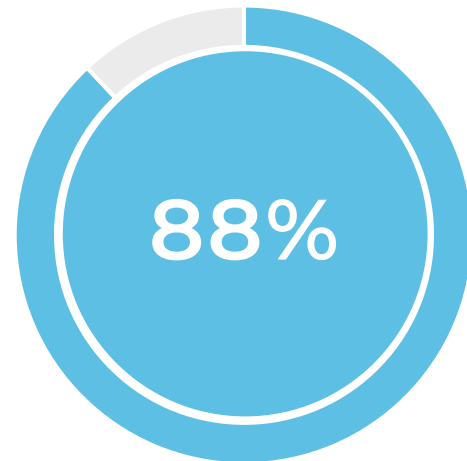


casual

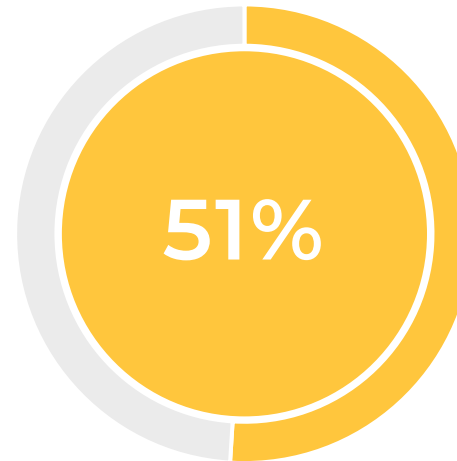


DENIM ES CONFORT

% of consumidores en México que dicen...



**SE SIENTE MUY
CÓMODOS
CUCANDO VISTEN
JEANS**



**VISTEN JEANS MÁS
FRECUENTEMENTE**

88%

Denim Jeans es mi primera elección en ropa casual



DENIM ES ALGODÓN

Los mexicanos dicen.....

84%

Los jeans de algodón son los más cómodos

82%

Los jeans de algodón son los más suaves

72%

Prefieren jeans hechos de algodón



MÉXICO EN LA TENDENCIA DEL ATHLEISURE...

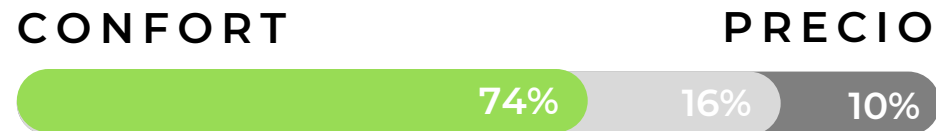
75% dicen que el
Athleisure está para
quedarse



“Compré estos pants de adidas por cómodos y para loungewear. Se sienten súper. Se ajustan bien. Fácil de vestir para hacer vida cotidiana, ir de compras, etc.....”

- Adidas Joggers, Comprador en México

ATHLEISURE ES CONFORT

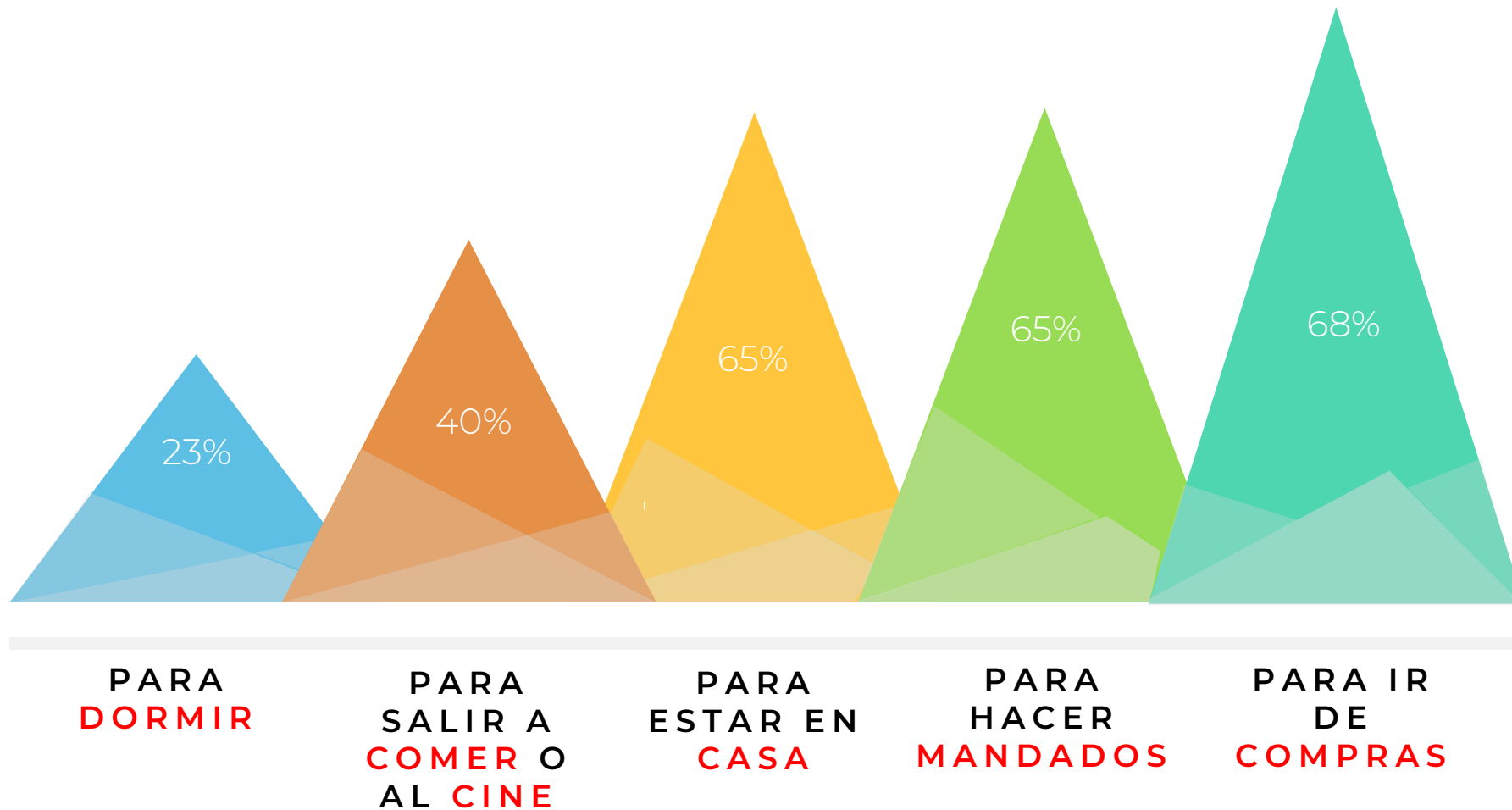


Igual de importante



Más importante

ATHLEISURE CASI PARA TODO





MÁS EJERCICIO MÁS ACTIVEWEAR

PLANEA EJERCITARSE MÁS VECES A LA SEMANA

76%

HA INCREMENTADO LA INTENSIDAD DEL EJERCICIO

31%

PLANEA COMPRAR PUNTO ACTIVEWEAR

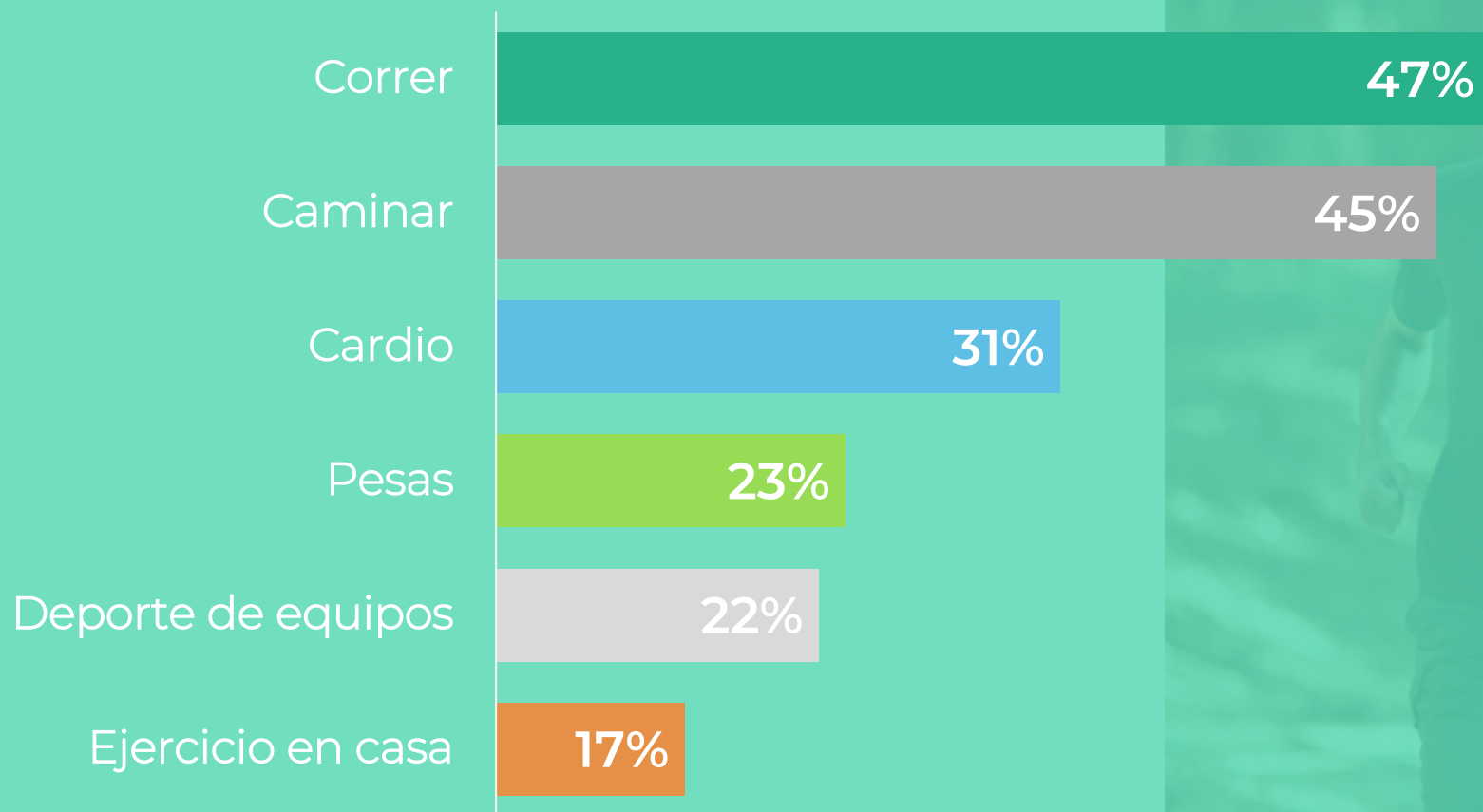
37%

Source: CCI and Cotton Incorporated's 2022 Activewear and Athleisure study



LO MÁS EJERCITADO

De manera regular





ENTONCES EL ÉNFASIS ES **CONFORT**

70%

SE ACOSTUMBRÓ
A ROPA
CONFORTABLE Y
NO QUIERE
CAMBIAR

73%

VISTEN ROPA MÁS
CONFORTABLE MÁS
SEGUIDO DESDE EL
AÑO PASADO

50%

VISTEN ROPA MÁS
CONFORTABLE
DIARAMENTE

Source: CCI and Cotton Incorporated's 2021 Denim Survey and Cotton Incorporated's *Lifestyle Monitor* survey





LO OBLIGADO

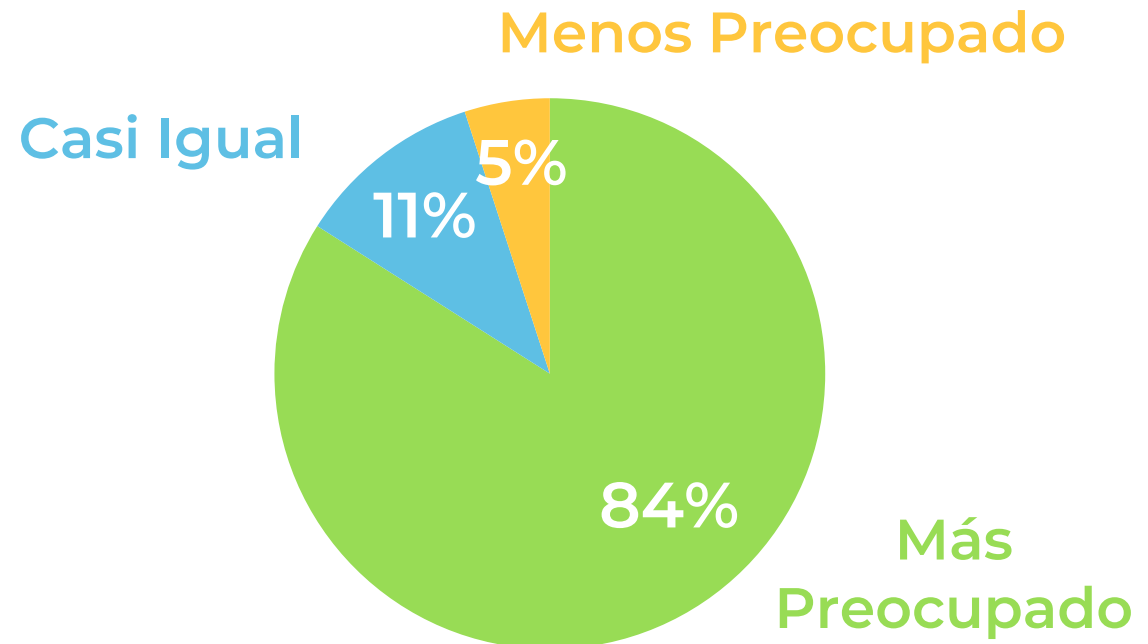
SALUD / BIENESTAR

CUIDAR AL PLANETA



MÉXICO: **MÁS** PREOCUPADO POR EL MEDIO AMBIENTE

En general, que tanto ha cambiado tu interés acerca la sustentabilidad desde el año pasado?



Source: CCI and Cotton Incorporated's 2021 Sustainability Study



EL AGUA NOS IMPORTA MUCHO

Lo que más nos preocupa en México



CALIDAD Y
CONTAMINA-
CIÓN DEL
AGUA

01



CAMBIO
CLIMÁTICO Y
CALENTA-
MIENTO
GLOBAL

02



CALIDAD Y
CONTAMINA-
CIÓN DEL
AIRE

03



ESCASES O
AGOTA-
MIENTO DE
RECURSO

04



CONTAMINA-
CIÓN DE LA
TIERRA Y
MANEJO DE
RESIDUOS

05

52%

dicen esforzarse en reducir su
huella ambiental



RECICLAR Y CUIDAR EL AGUA

RECICLAR RESIDUOS

72%

LIMITAR USO DEL AGUA EN CASA

69%

RECICLAR O REUSAR **ROPA**

63%

COMPRAR **ROPA** SUSTENTABLE

36%

Source: CCI and Cotton Incorporated's 2021 Sustainability Study



LA ROPA COMO RETO: demanda recursos y se convierte en deshecho

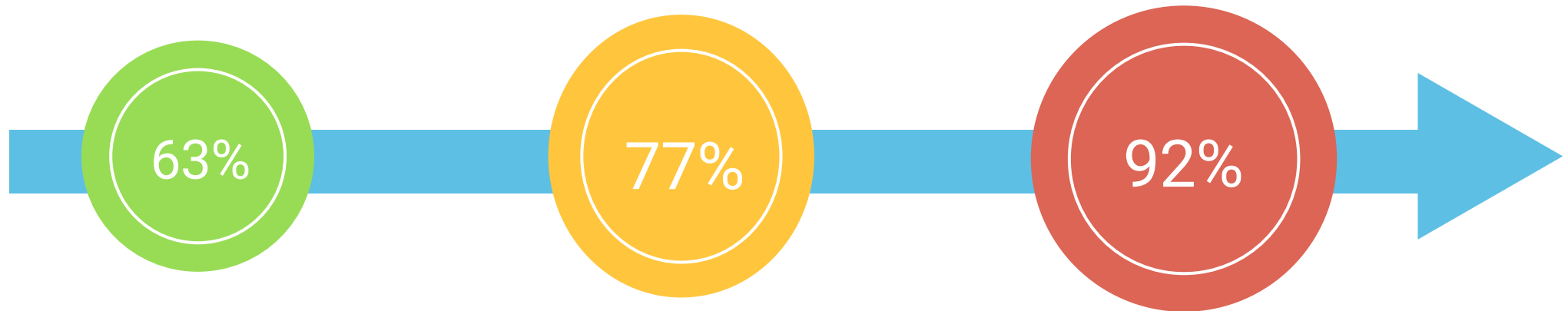


ALGODÓN CIRCULAR: REUSA, RECICLA, RETORNA



ALGODÓN: CORAZÓN CIRCULAR

Los mexicanos pagaría más por calidad (durabilidad)

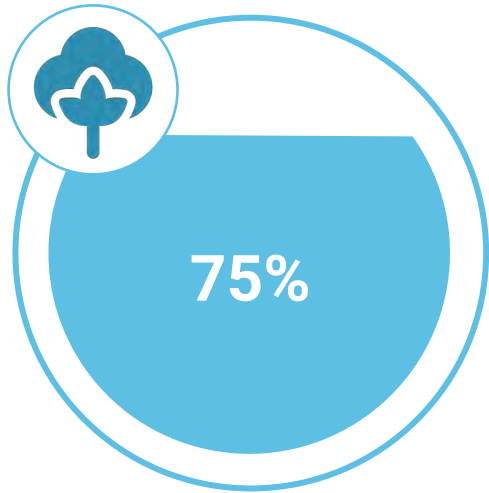


Calidad vs Precio

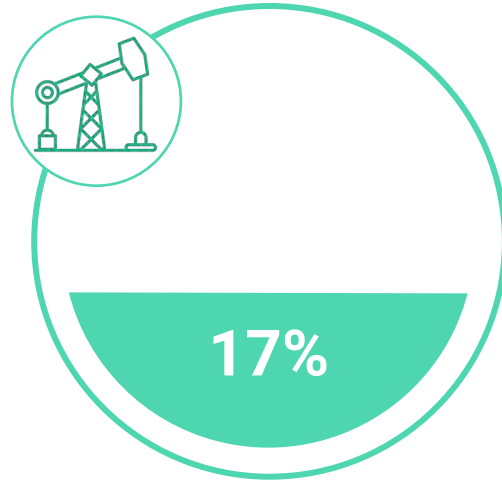
Calidad vs Cantidad

Durabilidad

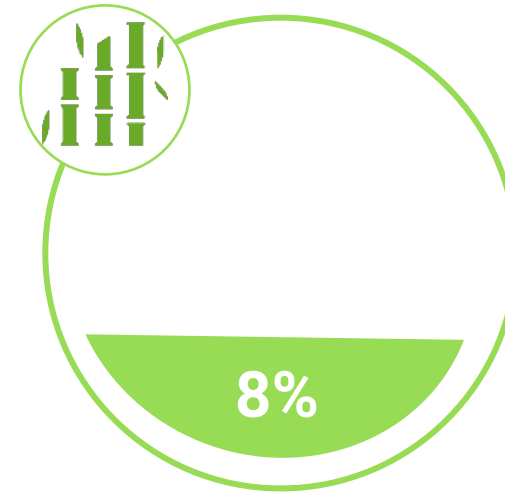
EL ALGODÓN DURA



Ropa de
Algodón



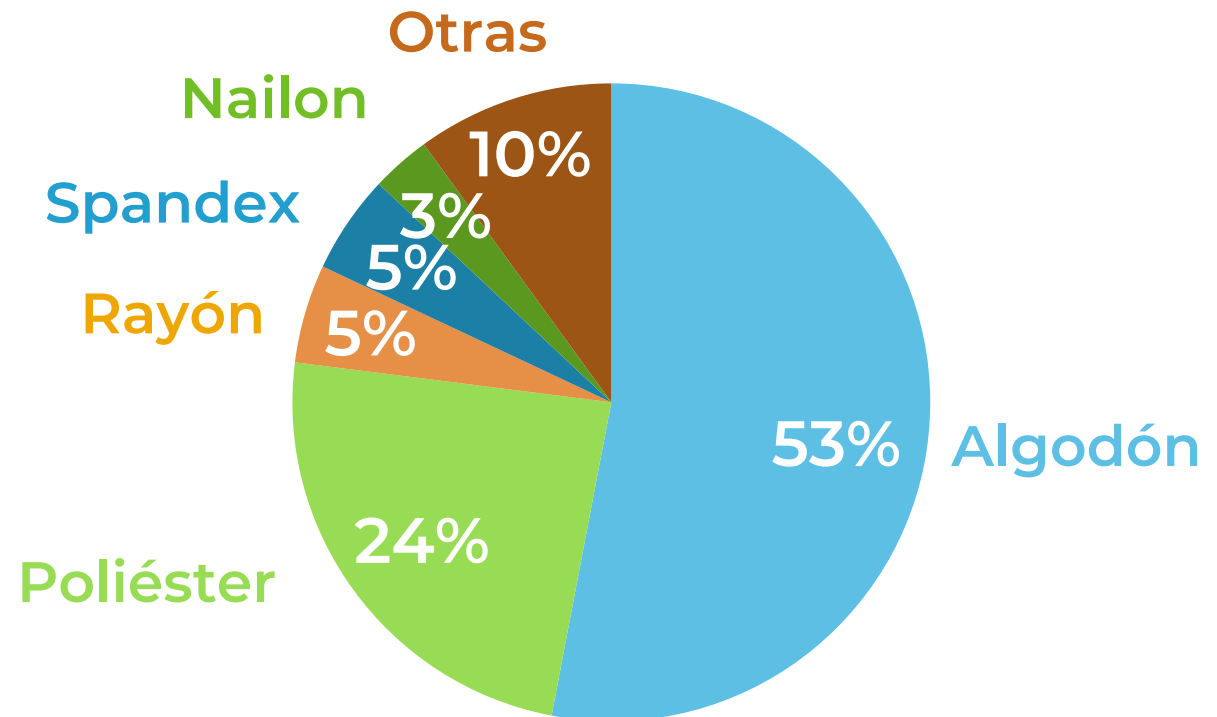
Ropa de
Poliéster



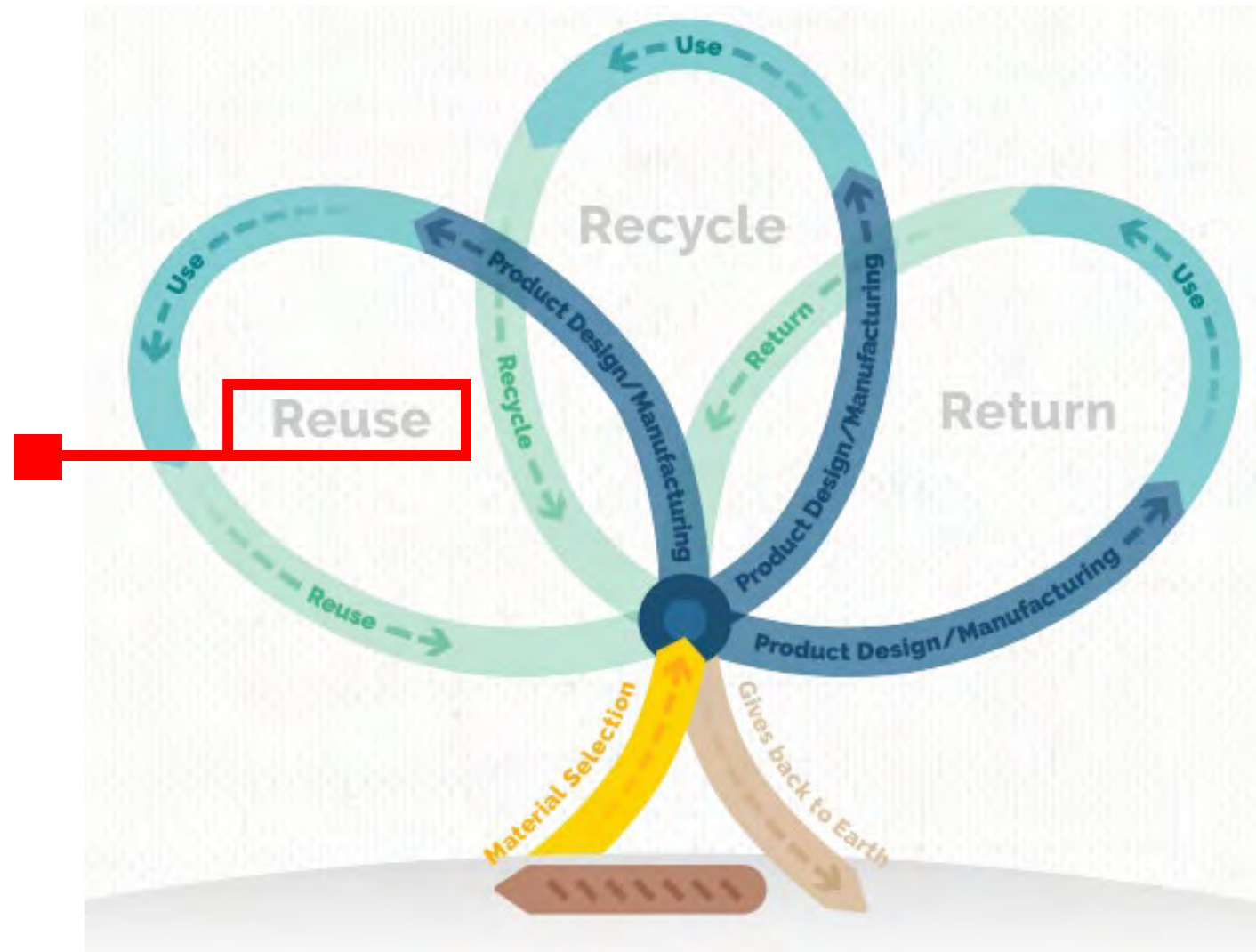
Ropa de
Rayón / Tencel

ALGODÓN: EL **MÁS** FIEL DEL CLOSET

Promedio del contenido de tela de las prendas más antiguas y que siguen en uso :



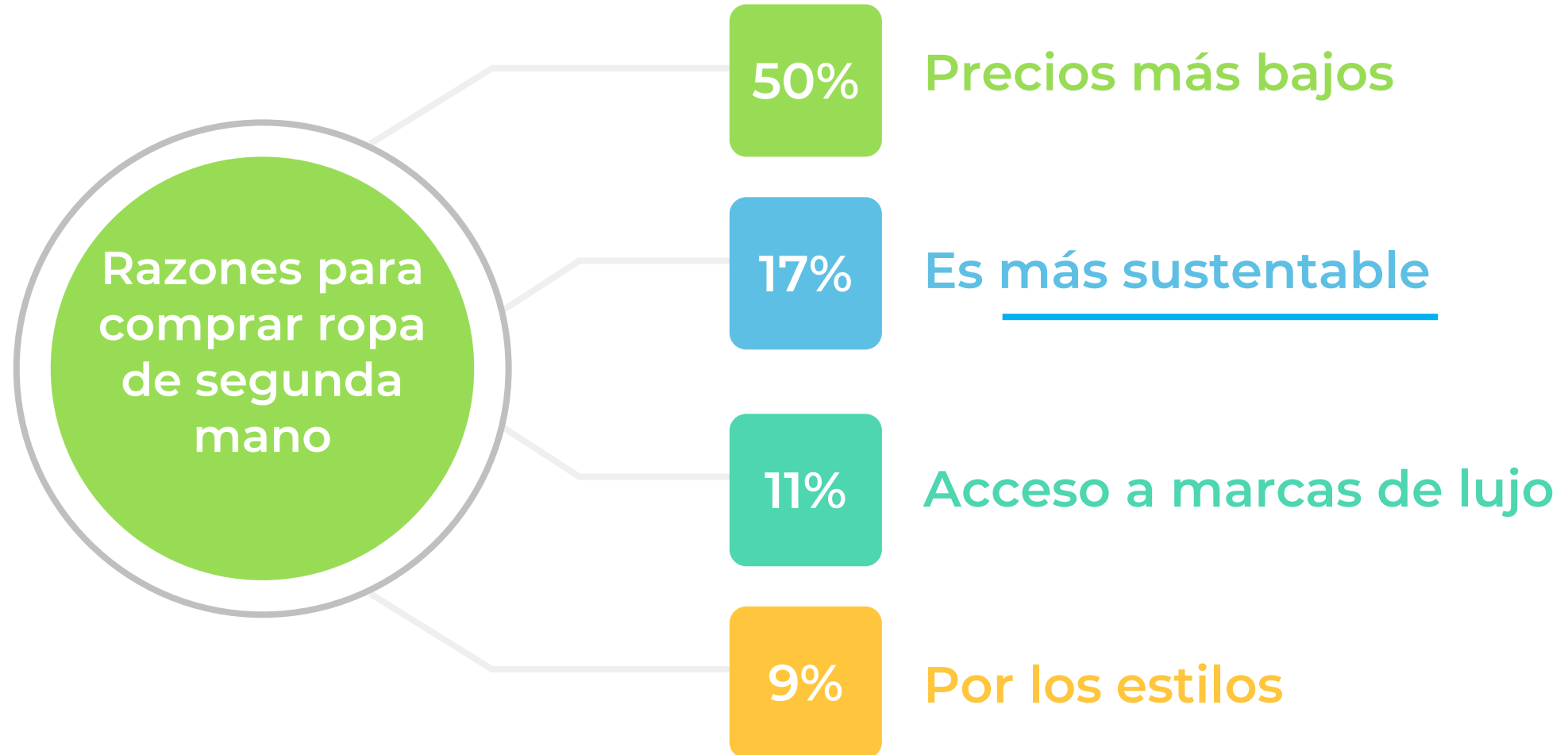
REUSAR, RECICLAR, RETORNAR





54% de los
consumidores dicen
haber comprado ropa
de segunda mano en
el último año

SOBRE TODO, **PRECIO:** ROPA DE SEGUNDA MANO



MERCADO GLOBAL DE SEGUNDA MANO

Promete crecimiento alto después de COVID

Creció **33%**
en 2021 comparado
con 2020

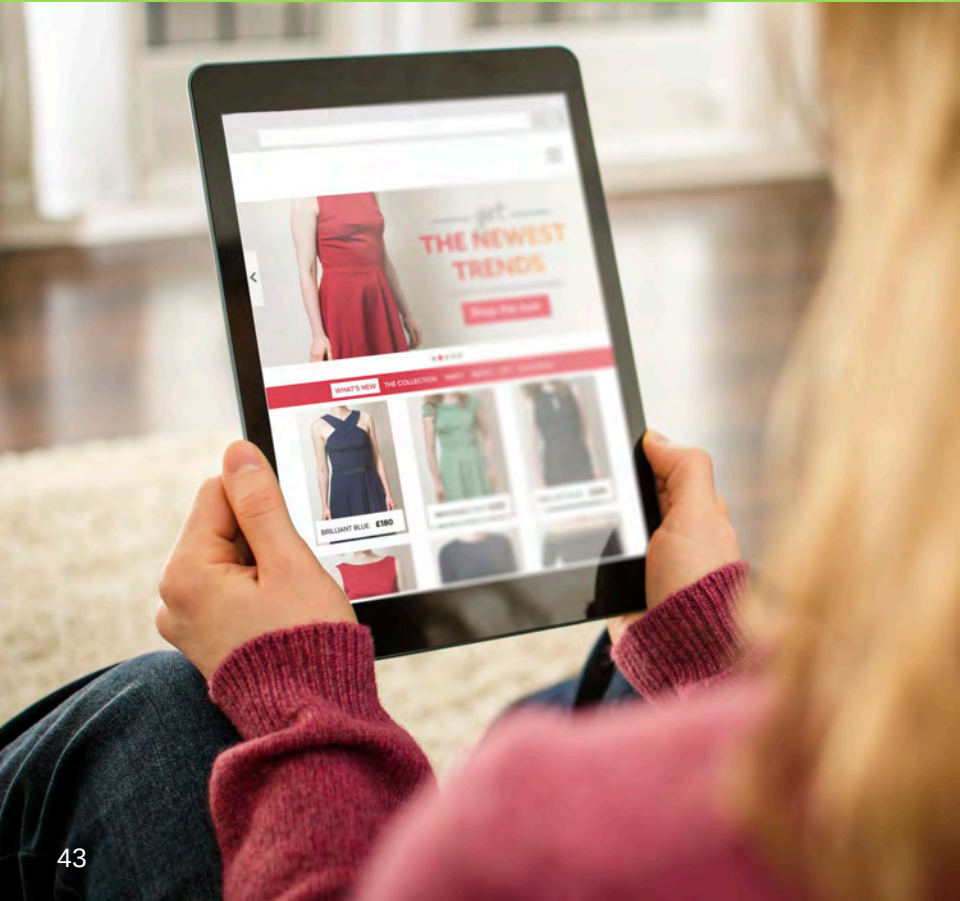
114%
crecimiento en los
próximos 4 años

■ Mercado de Ropa Usada (Millardos USD)



57%

Piensa comprar más
ropa de segunda mano
en el futuro



DE LA MANO: SEGUNDA MANO Y ONLINE

Más venta en on-line que en tiendas

*% de crecimiento del mercado global de la re-
venta de ropa 2019-2021, por canal*

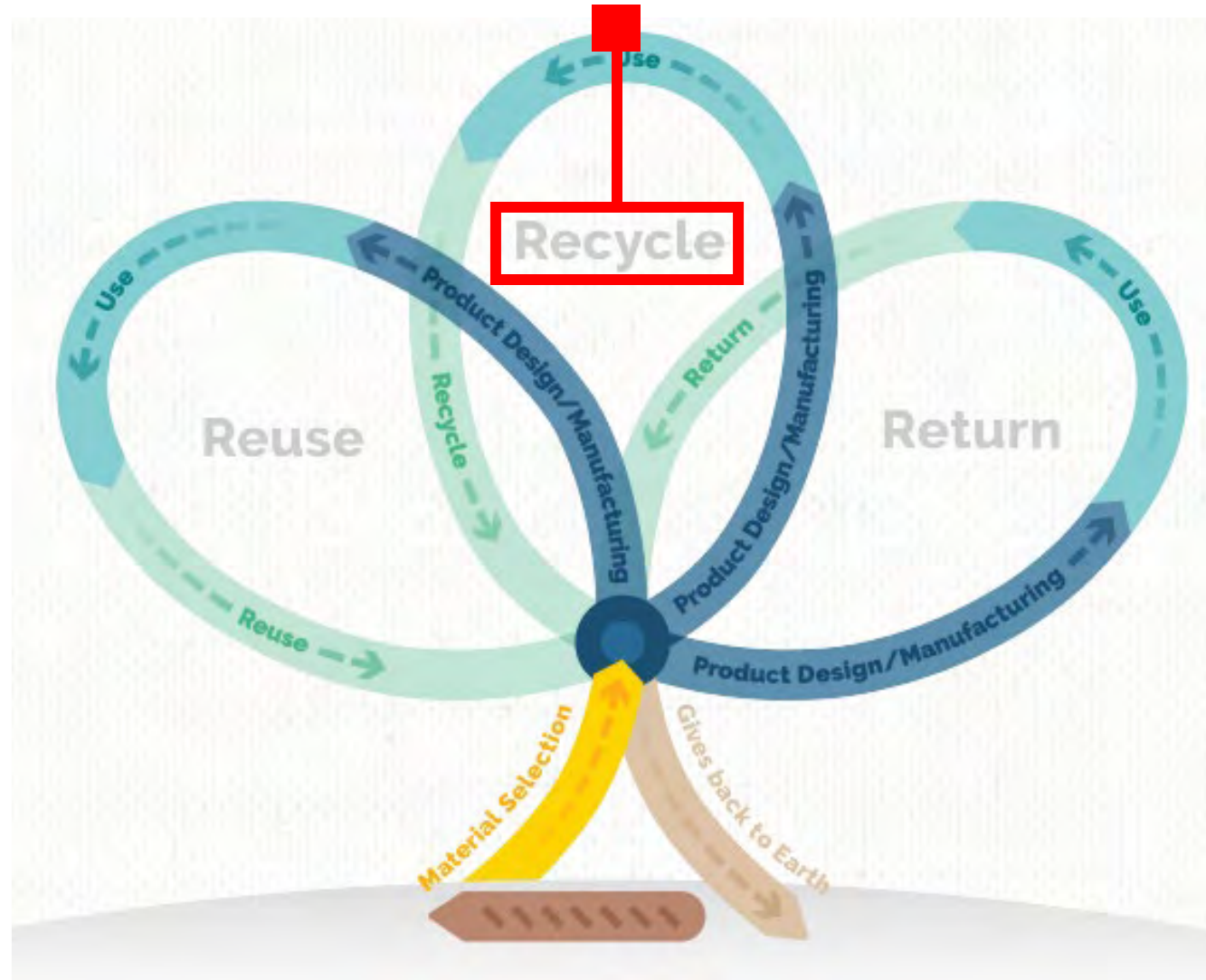
RE-VENTA EN ONLINE

63%

TIENDAS

2%

REUSAR, **RECICLAR**, RETORNAR



EN MÉXICO, RECICLAR ROPA COMIENZA A SONAR



HAN ESCUCHADO DEL RECICLADO TEXTIL

63%

ESTÁN INTERESADOS EN RECICLAR ROPA

96%

Source: Cotton Incorporated's *Lifestyle Monitor* Study and 2022 Apparel Sustainability and Back to the Office Study





BLUE JEANS
GO GREEN
DENIM RE

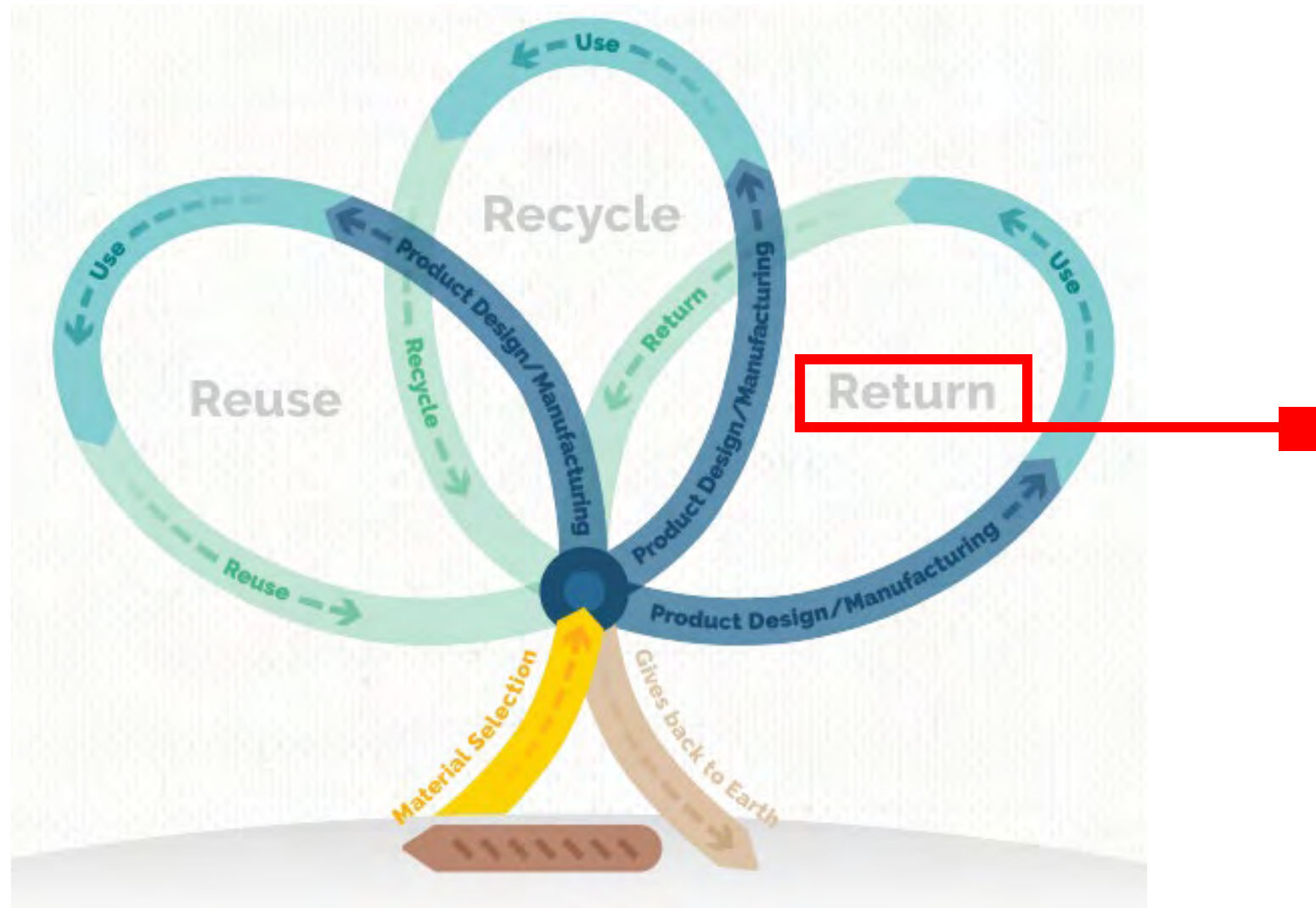
R

ALL

n (made
thing is
n our
e can



REUSAR, RECICLAR, **RETORNAR**





SÍ IMPORTA LA BIODEGRADABILIDAD

70% consumidores en México dicen que es importante que la ropa esté hecho de materiales que se puedan biodegradar



“Sustainability to me means that it was either crafted with materials that can more easily return to the earth, from materials that are from the earth, and will not impact our earth for worse..”

– Sustainability Panel, U.S.

EL ALGODÓN SE **INTEGRA** A LA TIERRA

Degradación después de 90 días en composta



78%

100% algodón
t-shirt con suavizante



56%

100% algodón
t-shirt sin acabado



18%

100% Poliéster
t-shirt

BIODEGRADABILIDAD Y CIRCULARIDAD

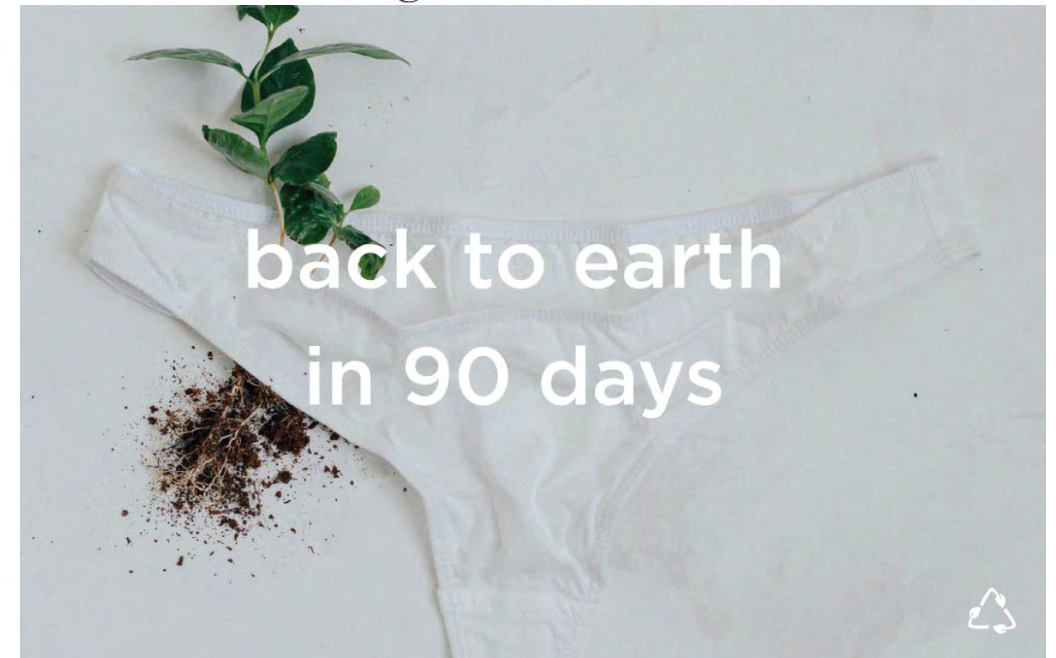
Stella McCartney introduces the World's First Biodegradable Stretch Denim

BY TOM SHEARSMITH - 13TH JANUARY 2020



Stella McCartney has partnered with Italian manufacturer Candiani to create **the world's first biodegradable stretch denim, created using plant-based yarns**. The development

Kent lanzó la primera ropa interior verificada como compostable



BY CHLOE STREET | 07 Feb 2020



Source: <https://www.theindustry.fashion/stella-mccartney-introduces-the-worlds-first-biodegradable-stretch-denim/>
<https://www.standard.co.uk/insider/fashion/lee-jeans-biodegradable-denim-a4356856.html>



CADA VEZ MÁS EN EVIDENCIA: MICROPLÁSTICOS

LO HAN ESCUCHADO

48%

LES PREOCUPA

86%

PROBABLEMENTE TOMARÁN ACCIÓN

53%

Microplastics found in human blood for first time



Exclusive: The discovery shows the particles can travel around the body and may lodge in organs



Microplastics cause damage to human cells in the laboratory. Photograph: David Kelly/Photograph David Kelly

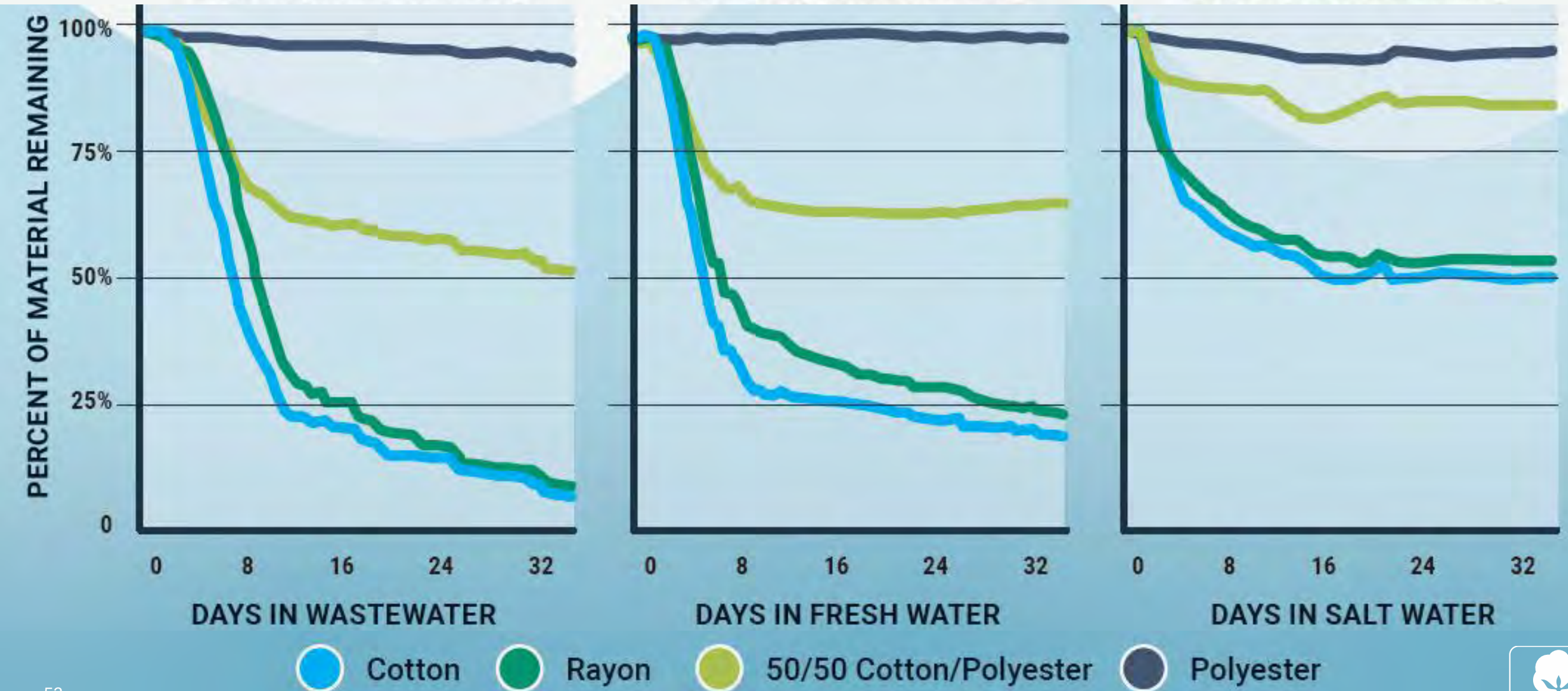
Microplastic pollution has been detected in human blood for the first time, with scientists finding the tiny particles in almost 80% of the people tested.

MICROFIBER REMAINING IN AQUATIC ENVIRONMENTS.

8% Cotton Remaining
94% Polyester Remaining

21% Cotton Remaining
100% Polyester Remaining

52% Cotton Remaining
96% Polyester Remaining



Source: Research conducted at North Carolina State University, 2018.





EN CONCLUSIÓN



REIMAGINA LA VENTA

- . Tienda física
- . On-line



SÚBETE A LA OLA DEL CONFORT

- . Denim jeans
- . Athleisure
- . Activewear



REUSA, RECICLA, RETORNA

Circularidad del algodón



JIMMY ROWE

JROWE@COTTONINC.COM



MELISSA BASTOS

MBASTOS@COTTONINC.COM



KATHERINE BRUCE

KBRUCE@COTTONINC.COM



JAIME FLORES

JFLORES@COTTONINC.COM

TAMARA BECERRA

TBECERRA@COTTONINC.COM