



Compradores  
Cautelosos  
Buscan Valor

Julio 2023

# CONTENIDO

1

Compradores Cautelosos

2

Buscando Valor

3

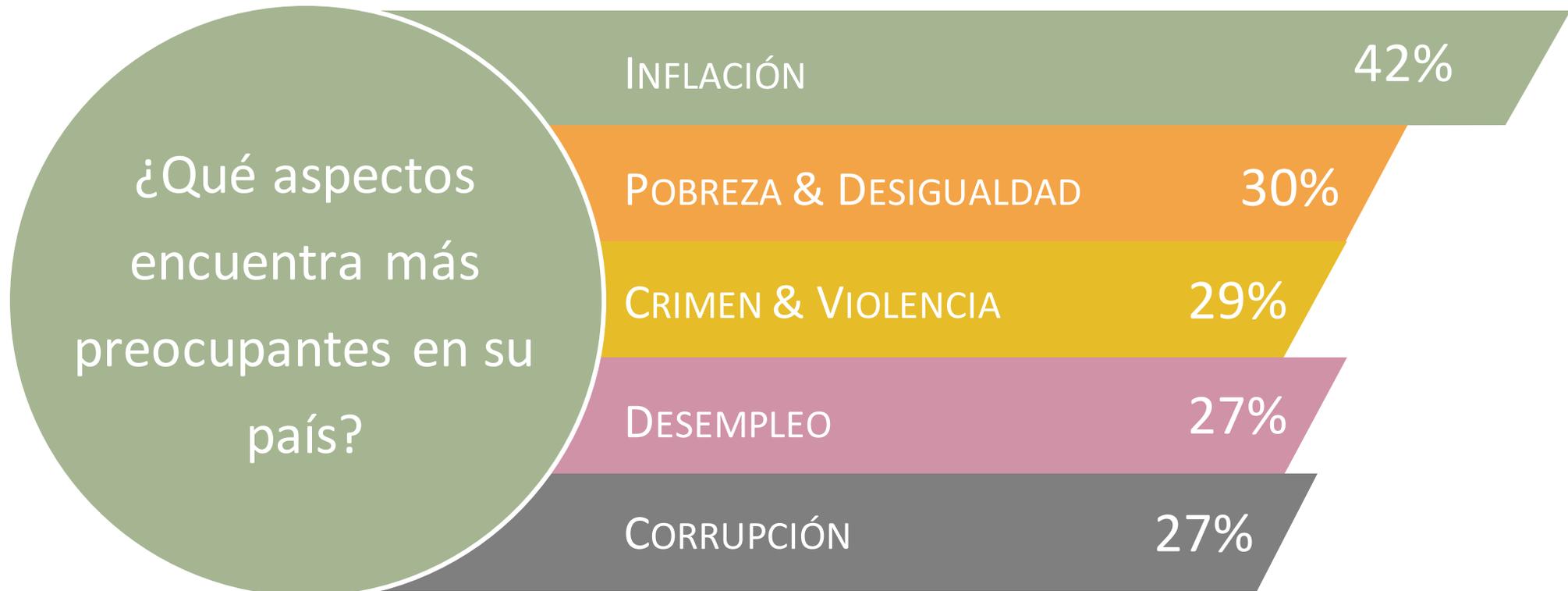
El papel de la Sostenibilidad

one

Consumidores  
Cautelosos

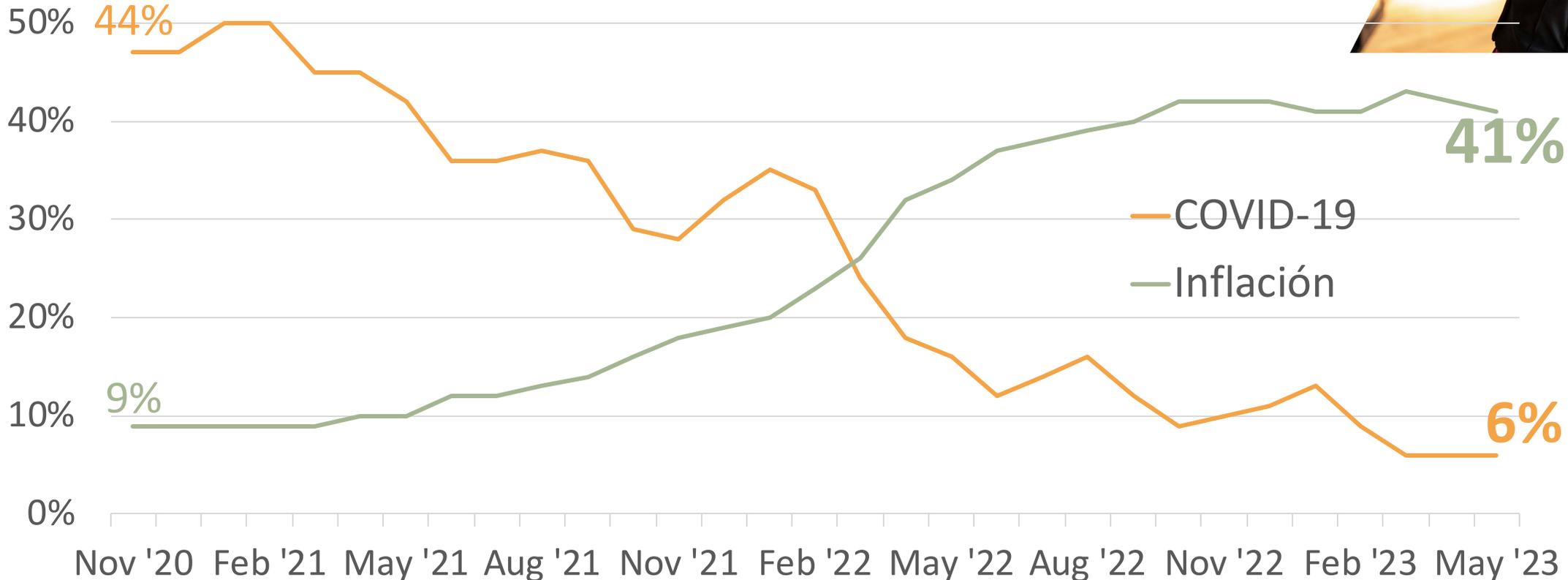


# LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES GLOBALES



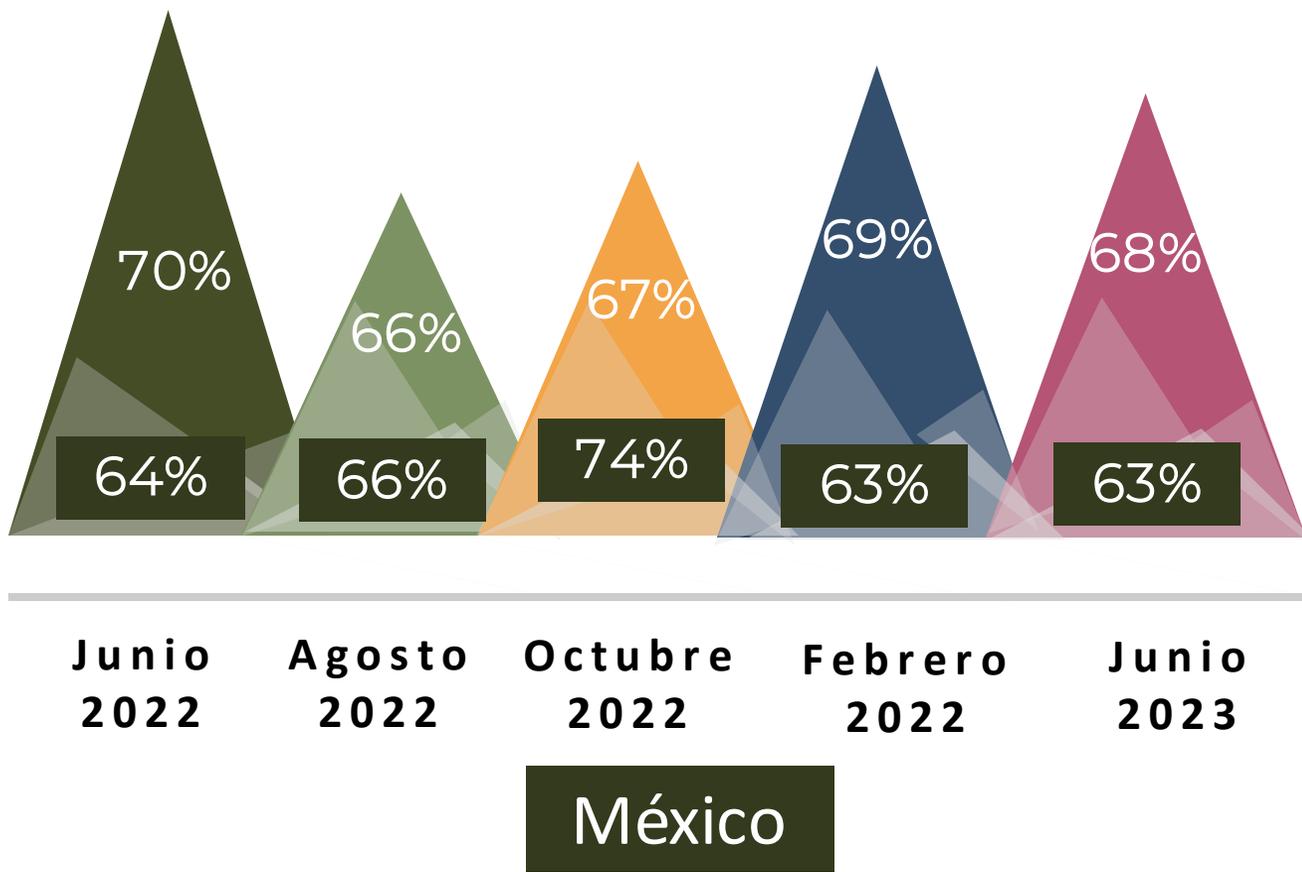
# DESDE COVID-19 HASTA LA INFLACIÓN

*% que dice que aspectos les preocupa más*

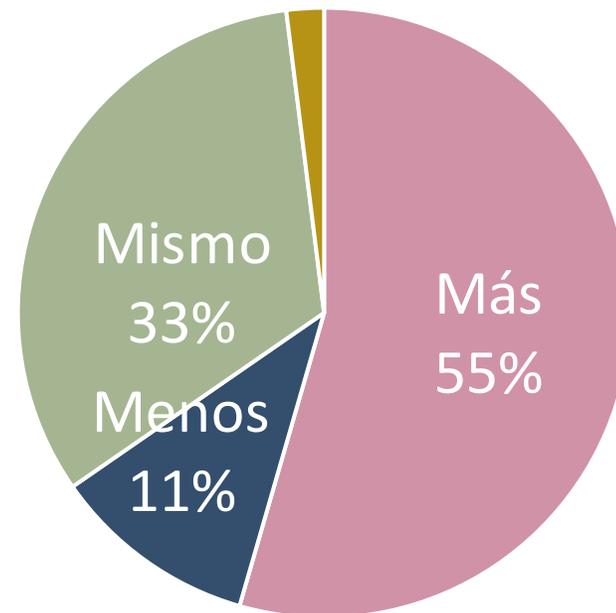


# % PREOCUPADOS ACERCA DE LA INFLACIÓN

## U.S. - % Muy Preocupado Acerca de la Inflación/la Economía



## Impacto de la Inflación comparada con algunos meses atrás:



# PRINCIPALES PREOCUPACIONES DE LA INFLACIÓN

## U.S. | México



**65% | 63%**

Precios de los artículos cotidianos



**51% | 41%**

Salarios al ritmo de los costos de vida



**39% | 31%**

Costo de la gasolina



**29% | 22%**

Disponibilidad de artículos



**29% | 18%**

Una posible recesión

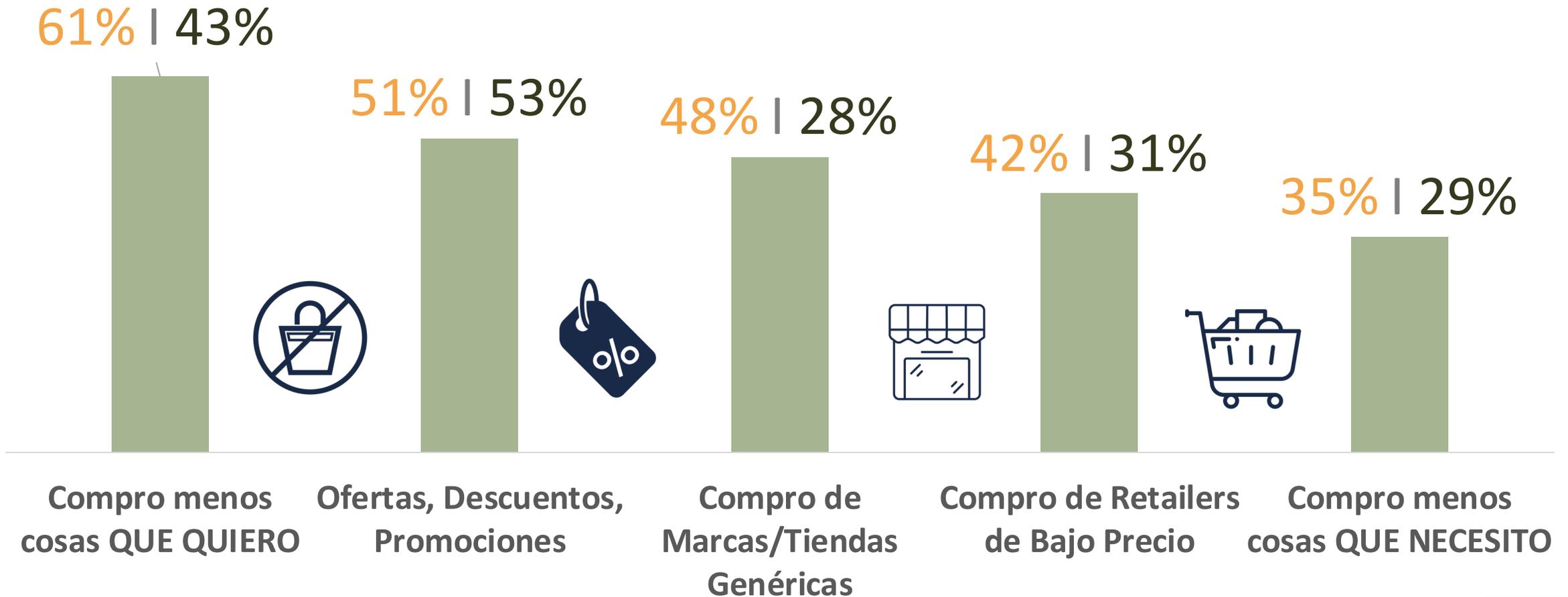


**28% | 35%**

Costo del cuidado de la salud

# ¿CÓMO LOS COMPRADORES SE AJUSTAN A LA INFLACIÓN?

## Comprando de Manera Diferente

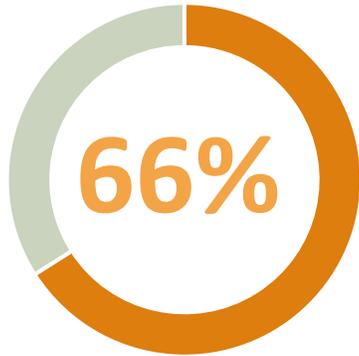


8 U.S. | México

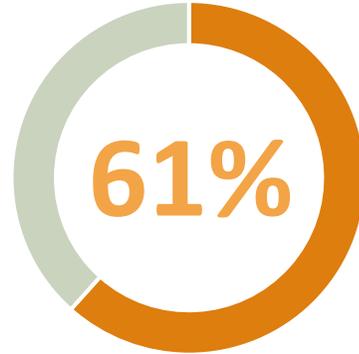
Source: Cotton Incorporated's Inflation and Supply Chain Survey, Wave 5 (June 2023)



# COMPRANDO MENOS O POSPONIENDO COMPRAS DE... U.S.



**Salir a Cenar**



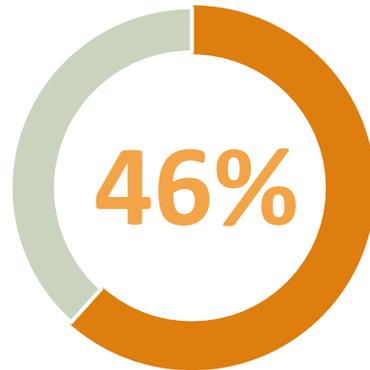
**Ropa**



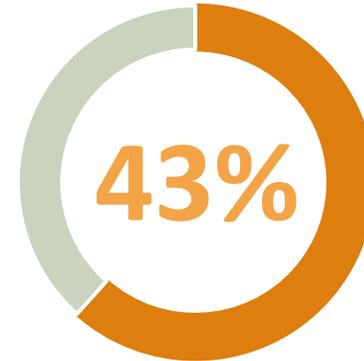
**Entretenimiento**



**Electrónicos**



**Viajes/ Vacaciones**



**Compras Mayores  
(carro, electrodomésticos)**

# COMPRANDO MENOS O POSPONIENDO COMPRAS DE... MÉXICO.



**Salir a Cenar**



**Electrónicos**



**Muebles/  
Artículos Hogar**



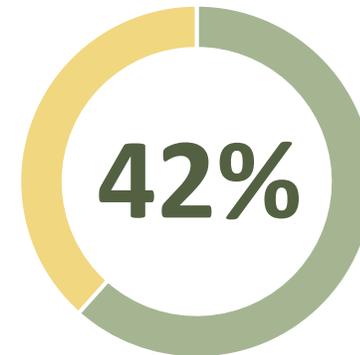
**Regalos**



**Viaje/ Vacaciones**



**Entretenimiento**



**Ropa**

# LOS RETAILERS OFRECEN DESCUENTOS...

**July 11-12**  
Included with a Prime membership

Score epic Prime Day deals. [Try Prime](#)

<p><b>Up to 50% off</b> Prime Day Deal Amazon Fire Tablets for the Whole Family</p>	<p><b>Up to 55% off</b> Prime Day Deal Fire TV Streaming Devices (4K &amp; HD) and Alexa Voice Remote Pro</p>	<p><b>50% off</b> Prime Day Deal LOL Surprise OMG Glamper Fashion Camper 48% claimed</p>	<p><b>40% off</b> Prime Day Deal Amazfit GTS 3 Smart Watch 24% claimed</p>
<p><b>11% off</b> Prime Day Deal Dell 14in Laptop 2% claimed</p>	<p><b>Up to 30% off</b> Prime Day Deal Men's and Women's Fashion from Amazon Brands</p>	<p><b>Up to 23% off</b> Prime Day Deal Everyday Essentials from Amazon Brands</p>	<p><b>Deal</b> \$15 off Grubhub</p>
<p><b>Up to 30% off</b> Prime Day Deal Apple Watch Series 8</p>	<p><b>Up to 15% off</b> Prime Day Deal Apple iPad 10th Gen</p>	<p><b>Up to 41% off</b> Prime Day Deal Tablets from Samsung, Lenovo and more</p>	<p><b>Up to 50% off</b> Prime Day Deal Ring Doorbells, Cameras, Alarms and Pundies</p>

**macy's** Women Men Home Handbags Shoes Beauty Brands

Wait, you're not a Star Rewards member? [Join Now](#)

**Only 09 59 16** left  
Hours Minutes Seconds

Black Friday in July Specials end today! [Shop Now](#)

**Black Friday** in July Specials

Sun's out & the savings are huge! [Shop All](#)

Free Shipping at \$50 Excludes

Women Men Kids &

Don't miss the Great Gap Sale — up to 75% off 1000s of styles

**GAP FACTORY**

**WE'VE MISSED YOU!**  
EXTRA \$10 OFF YOUR PURCHASE

**OLD NAVY**

ENDING SOON  
ONLINE ONLY, ENDS 7/11  
**CYBER SUMMER!**  
**50% off everything**  
Exclusions apply.  
[SHOP NOW](#)

you don't want to miss out on these steals..

**our Talbots semi-annual red door sale!**

LAST DAY—ONLINE ONLY

**\$19.99** & up  
Super savings

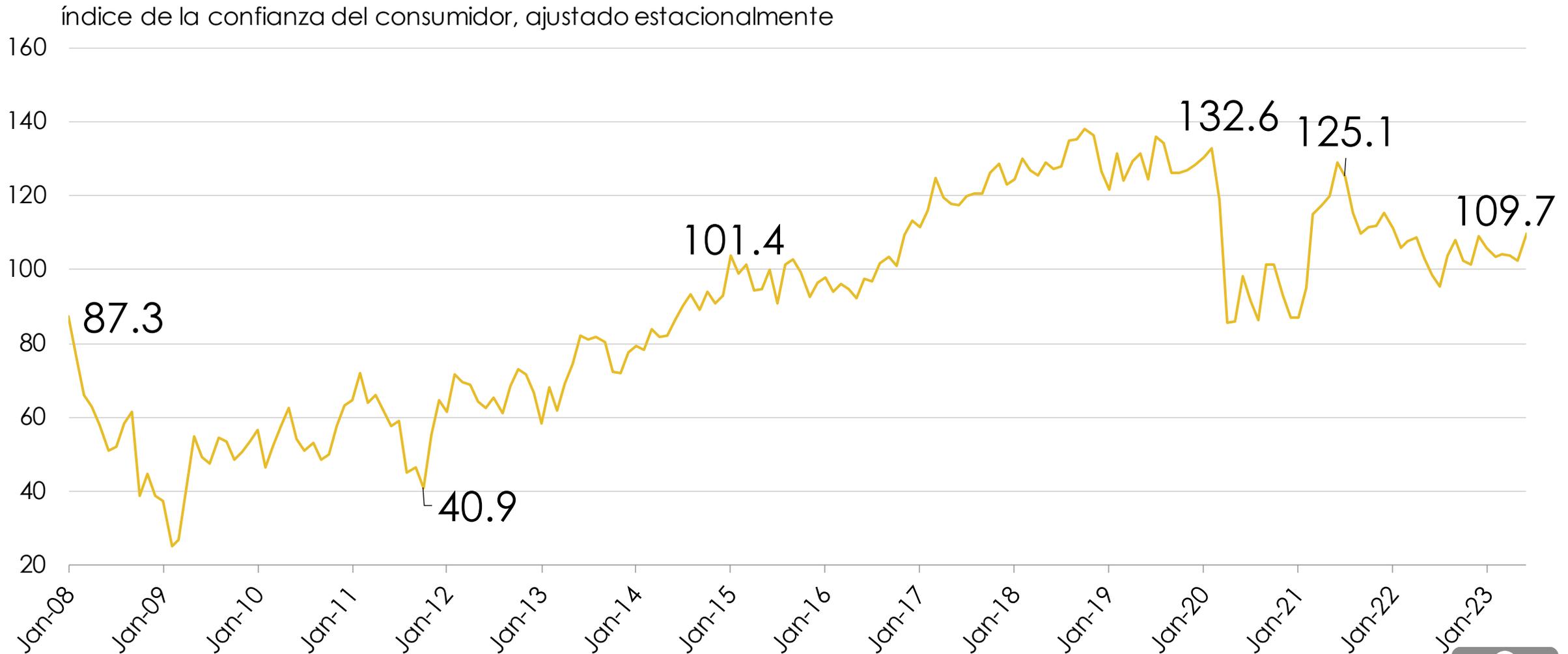
BLOUSES & SHIRTS TEES & KNITS  
SWEATERS PANTS

[SHOP THEM ALL](#)



# CONFIANZA CONSUMIDOR US

Valores arriba post-crisis financiera, pero abajo de los picos pre-COVID y post-COVID



Source: Conference Board



# CONFIANZA CONSUMIDOR EN MÉXICO

Regresa a niveles pre-COVID, que fueron elevados



Source: INEGI



# MUCHOS CONSUMIDORES INTENTAL DERROCHAR EN 2023...

## *Porcentaje intentando despilfarrar en el 2023:*



58%

Gen Z



60%

Millennials



34%

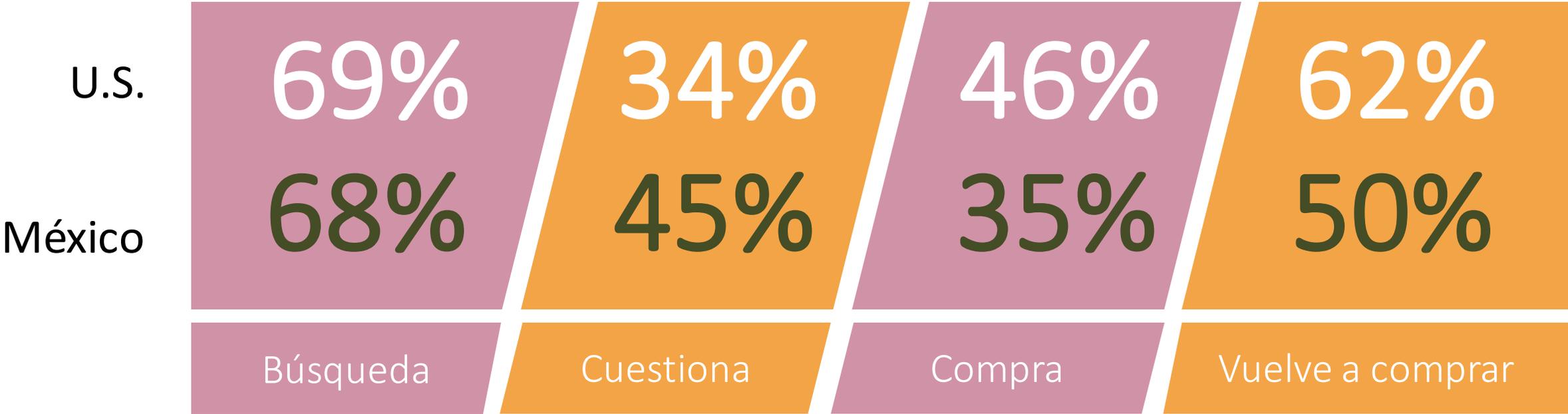
Gen X



23%

Boomers

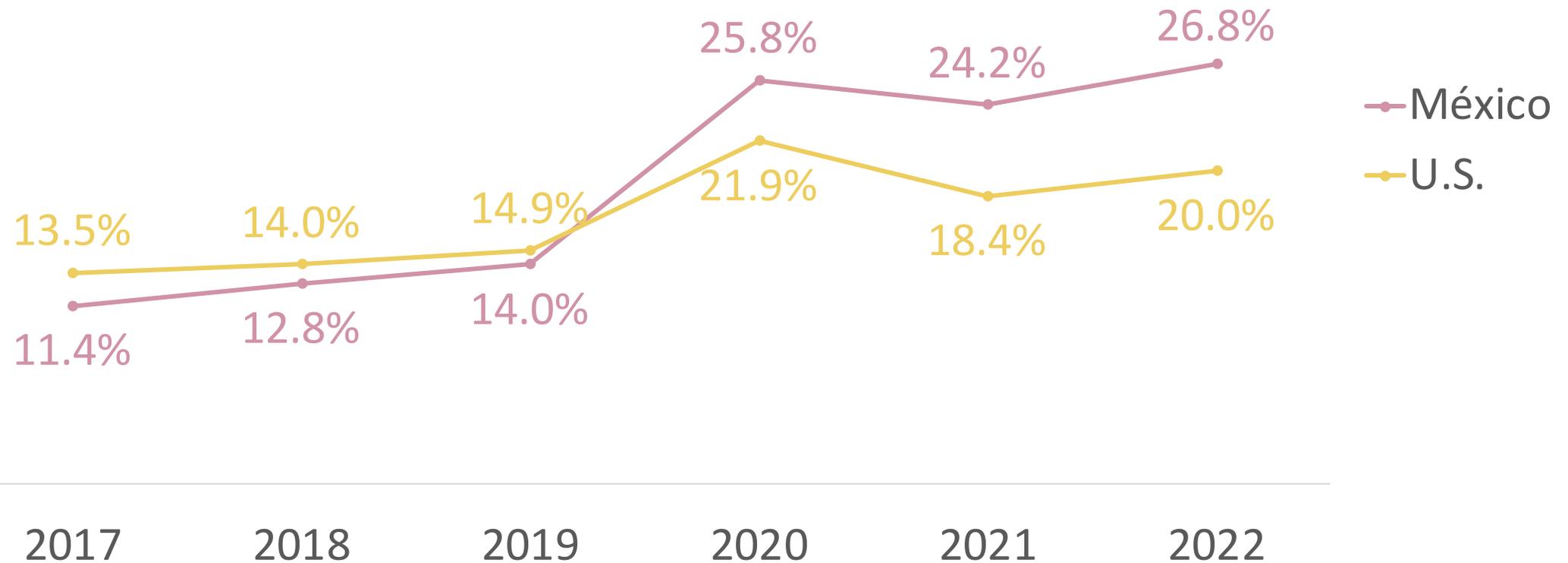
# EL VIAJE DE LA COMPRA COMIENZA ONLINE PARA MUCHOS COMPRADORES



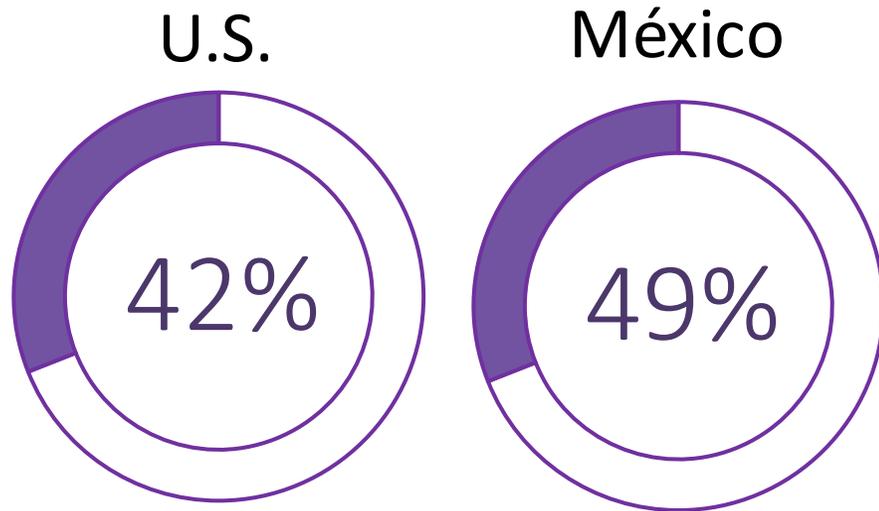
# COMPRA ONLINE - U.S. Y MÉXICO



Participación del E-commerce en el mercado de la ropa y calzado:



# EXPERIENCIA ONLINE



Compro más ropa online  
ahora que en el los  
pasados años

“Me pongo ansiosa ir a la tienda o algunos lugares así que el online es lo mío.”

“Es más conveniente, y me parece encontrar mejores ofertas y descuentos de sitios como Amazon.”“

Dado que algunas veces en las tiendas físicas tienen modelos muy limitados o poca variedad, así que busco en sus apps móviles y encuentro lo que necesito comprar.”

“Es más fácil encontrar opciones, es más barato y puedo encontrar todas las tallas, no tengo que viajar o lidiar con empleados groseros.” “

“Es más rápido y fácil. Puedes comparar ropa de diferentes tiendas desde tu casa.”

# ¿POR QUÉ COMPRAR EN UN TIENDA FÍSICA?



U.S.

México



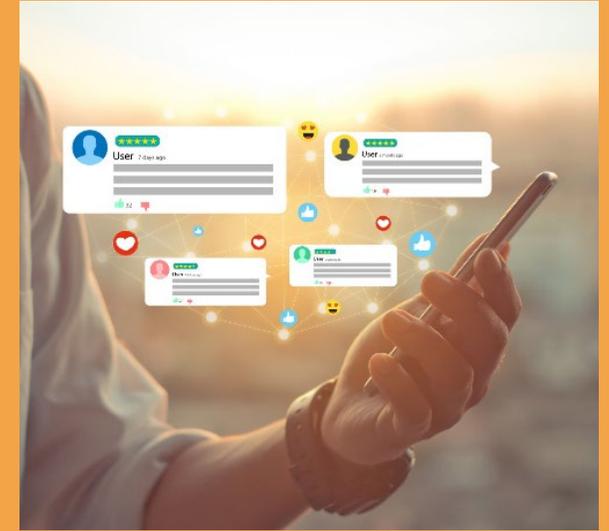
69%	70%	<b>Dispuesto a probarse la ropa</b>
62%	62%	<b>Ver la ropa en persona</b>
46%	52%	<b>Puedo tocar y sentir la ropa</b>
40%	23%	<b>No hay costos de envío</b>
39%	25%	<b>No tengo que esperar</b>
31%	29%	<b>La experiencia</b>
27%	22%	<b>Conveniencia</b>

*“Porque puedo ver (sentir) con mis propias manos el material de la ropa y si hay un defecto en la tela”*

*“Me gusta probarme la ropa para evitar que no me quede o no me guste.”*

*“Me gusta ver lo que compro”*

# IA Y RA AYUDAN A LOS COMPRADORES ONLINE & UNEN EL DESCUBRIMIENTO DE LA COMPRA FÍSICA Y VIRTUAL



Source: Getty Images and <https://blog.google/products/shopping/ai-virtual-try-on-google-shopping/>



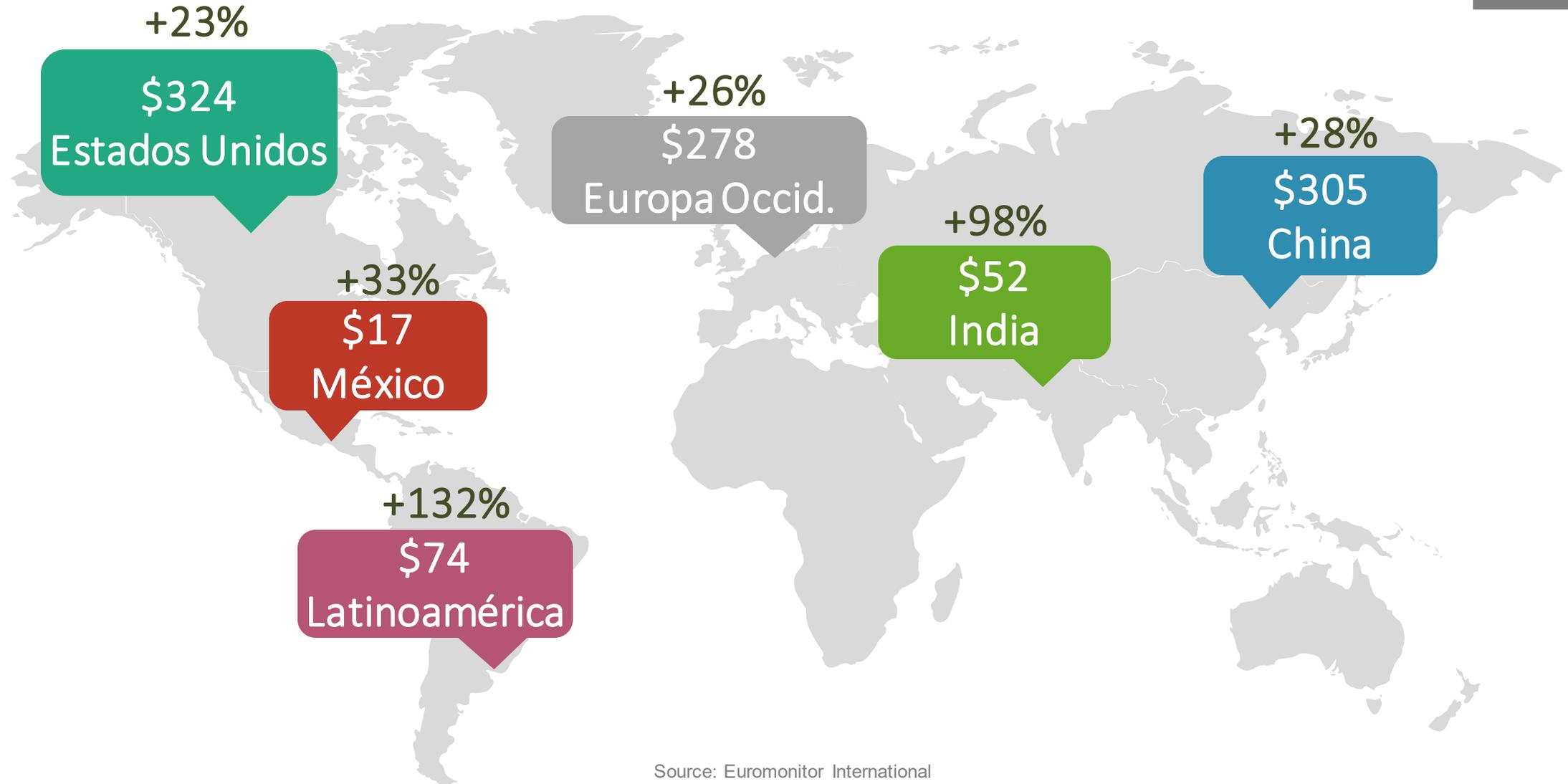
# PANORAMA GLOBAL DE LA ROPA



\$1,373

+38%

Gasto en ropa 2022 (Millardos USD) y crecimiento esperado 5-años



# RESUMEN

1

Se desplazó la preocupación, del COVID-19 a la Inflación

2

Los consumidores buscan oportunidades, planean comprar menos, pero algunos pretenden despilfarrar en 2023

3

La compra online shopping atraen consumidores por la conveniencia y las oportunidades

4

Los retailers ofrecen oportunidades, usan tecnología y se reimaginan la compra en la tienda para atraer consumidores y que compren

two

BUSCANDO

VALOR

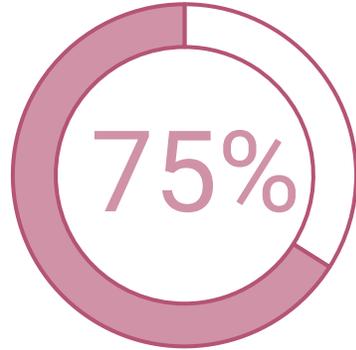


# EL VALOR SE HACE MÁS IMPORTANTE AL HACER LA COMPRA

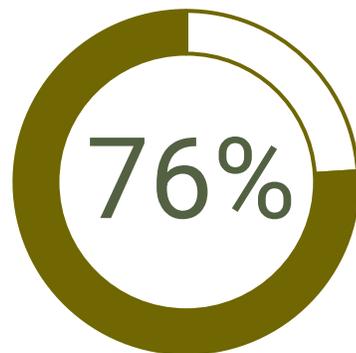
**U.S.**



**México**



**Guatemala**



**El Salvador**



*Quando compro mi ropa, hago un esfuerzo extra para asegurarme que lo vale*

# SIGNIFICADOS DE “BUEN VALOR” – U.S. AND MÉXICO

U.S.



*Bajo Precio y...*

México



Alta calidad

60%



Alta calidad

43%



Durable/  
Dura mucho

25%



Durable/  
Dura mucho

33%



Confortable

14%



Buena tela

22%



Talla adecuada

14%



Confortable

9%



De estilo

12%



La Marca

8%

Source: Cotton Incorporated's 2023 Digital Innovations and Willingness to Pay Survey



# ¿QUÉ LO HACE DE BUEN VALOR?

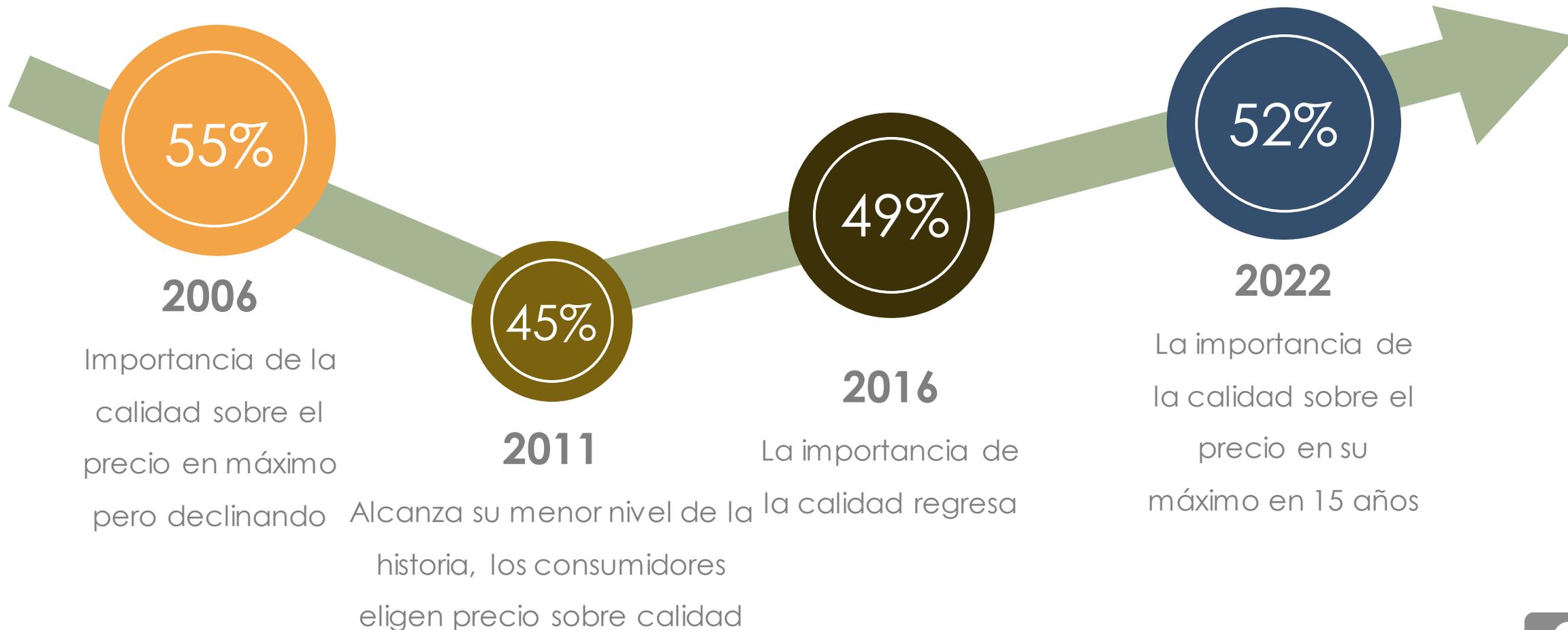
“Algo que es normalmente muy caro y que tiene descuento de al menos 30%.”

“Un buen valor significa que me ayudará de alguna forma que haga que vestirme sea menos un problema.”

“Una buena tela y precio. Si pago muy poco sé que en la mayoría de los casos tendré que comprar otra vez. Prefiero pagar un poco más y tener después tranquilidad.”

# CALIDAD: DISPOSICIÓN DE PAGAR MÁS POR CALIDAD

% dispuestos a pagar más por una mejor calidad/que dure más la ropa



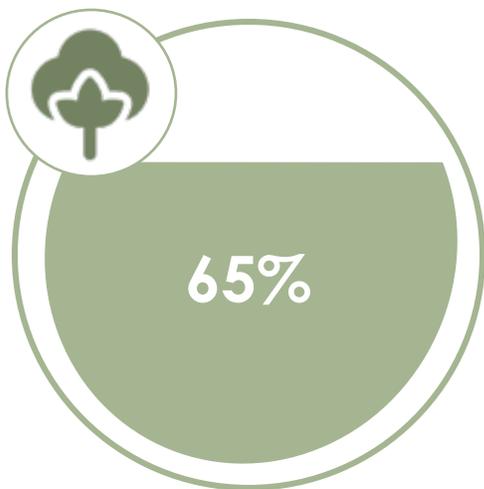
Source: Cotton Incorporated's Lifestyle Monitor Survey



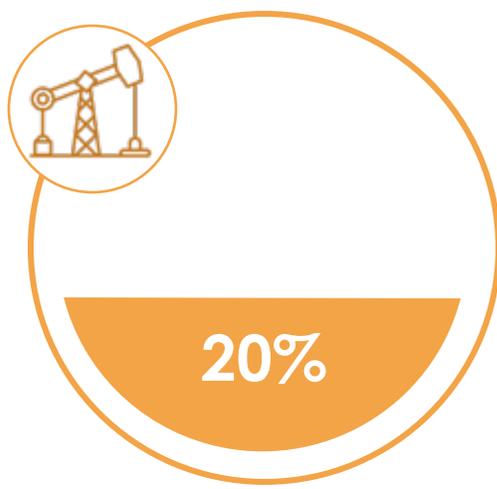
# ¿QUÉ FIBRAS DURAN MÁS?

Los consumidores coinciden que el algodón es la fibra de mayor calidad y de mayor durabilidad para su ropa

*% de consumidores en U.S: que dicen que la ropa de algodón dura más*



Ropa de Algodón



Ropa de Poliéster



Ropa de Rayón/Tencel

# 73%

Consumidores dicen que la ropa de algodón es de mayor calidad



# BUSCANDO CONFORT



*% que coincide “vestir ropa comfortable me ayuda a sentirme mejor”*

México

81%

86%

92%

Mar '20

Oct '21

Jun '23

U.S.

80%

83%

91%



# LA ROPA COMFORTABLE DOMINA – U.S.



## Ropa comprada muy recientemente



T-shirts, 42%



Denim Jeans, 24%



Sudaderas or joggers, 24%



Activewear, 23%



Athleisure, 21%

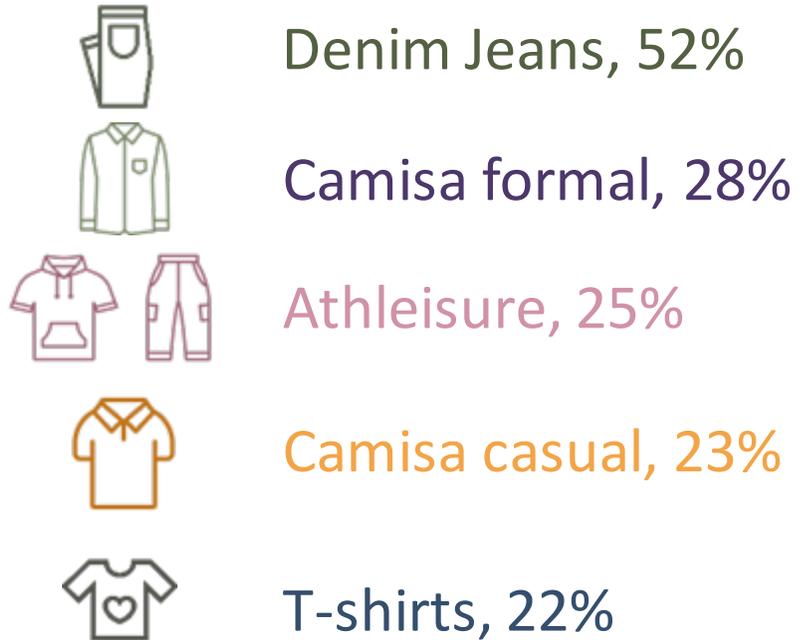
## Razones principales de las compras recientes

- ✓ Estar en la casa, 49%
- ✓ Trabajo, 41%
- ✓ Salir/Socializar, 40%
- ✓ Ejercitarse/ Recreación, 34%

# MEZCLA DE CONFORT Y ESTILO - MÉXICO



## Ropa comprada muy recientemente



## Razones principales de las compras recientes

- ✓ Trabajo, 55%
- ✓ Estar en casa, 43%
- ✓ Salir/Socializar, 42%
- ✓ Ejercitarse/ Recreación, 32%

# LOS DENIM JEANS SON EL CABALLO DE BATALLA & EL ACTIVEWEAR/ATHLEISURE EL CONFORT

70% US/ 88% MX

Denim Jeans son mi primera elección para ropa casual



Los consumidores en U.S. / México más probablemente escojan denim jeans para:

**SOCIALIZAR**

59% / 60%

**HACER TAREAS FUERA DE CASA**

54% / 48%

**IR A CENAR**

45% / 38%

**EN EL TRABAJO**

35% / 45%

Source: CCI & Cotton Incorporated's 2021 Denim Survey



# VENTAS DE DENIM JEANS: U.S. & MÉXICO



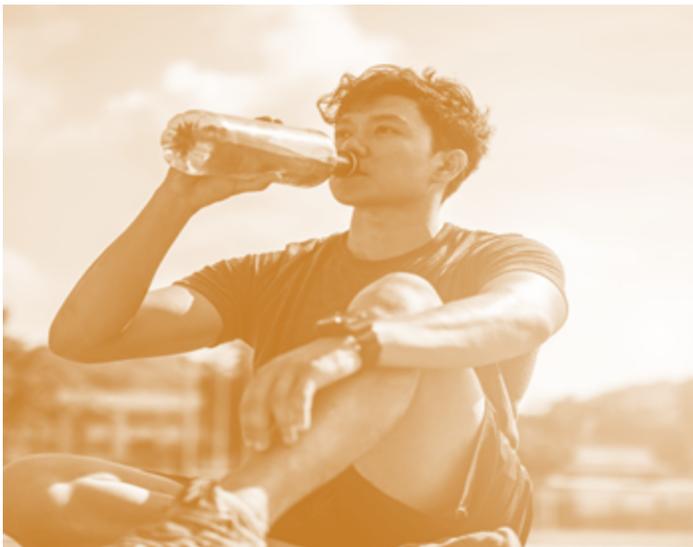
**18%/27%**

crecimiento esperado en los próximos 5 años

Crecimiento esperado – (Millardos USD)



# VENTAS DE ACTIVEWEAR: U.S. & MÉXICO



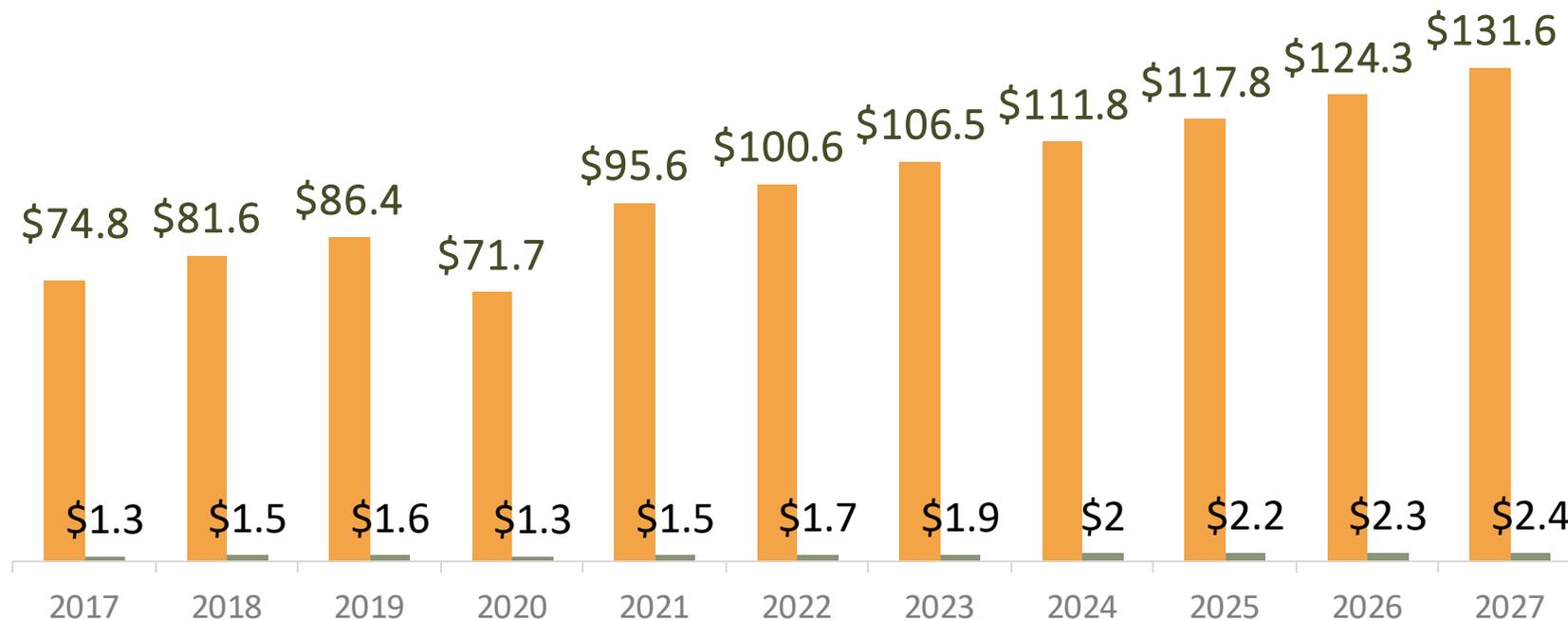
31%/41%

crecimiento en los próximos 5 años

Crecimiento esperado – (Millardos USD)

U.S. Mexico

Ventas de Activewear (en Millardos USD)



# PRINCIPALES MARCAS DE ROPA- U.S. Y MÉXICO

## U.S.

*2022 Sales, USD Millardos*

Nike \$7.3

Old Navy \$7.1

Shein \$5.7

lululemon \$4.8

Hanes \$4.6

## México

*2022 Sales, USD Millones*

Levi's \$705

Shein \$558

Zara \$531

C&A \$450

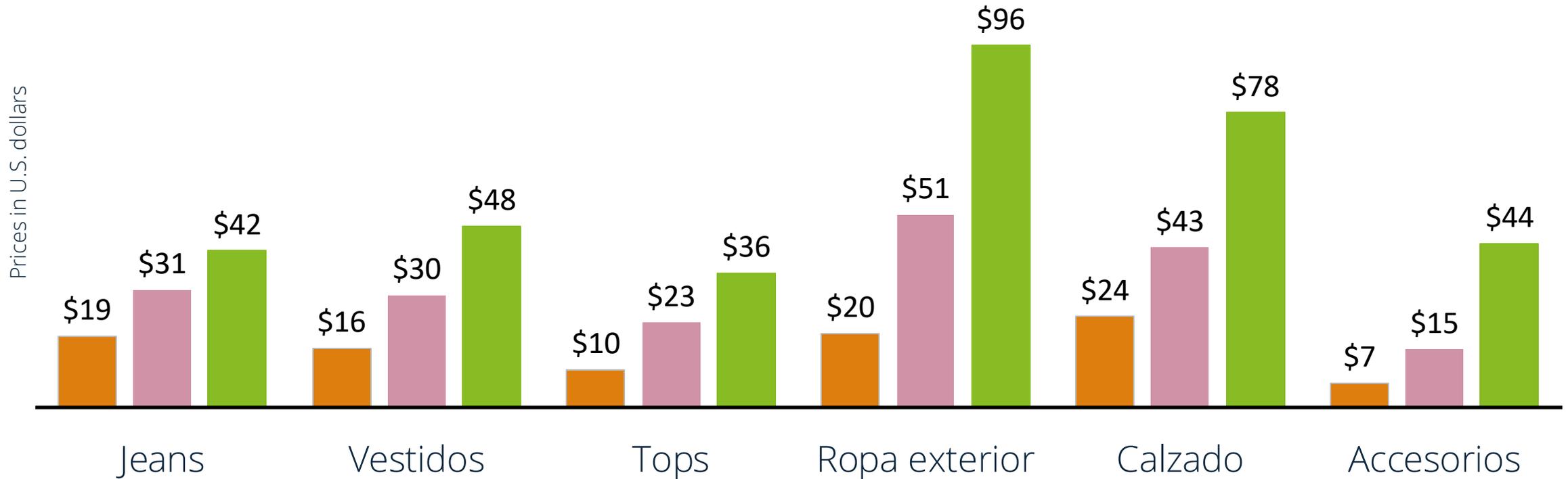
Bershka \$435



# PRECIOS PROMEDIO ANUNCIADOS ROPA DE MUJER EN RETAILERS FAST FASHION EN U.S. EN MARZO 2022, POR PRODUCTO

Precios promedio ropa de mujer en retailers fast fashion en U.S. 2022, producto

Shein H&M Zara



Note(s): United States; as of March 8, 2022  
Source(s): Edited; Original source  
blog.edited.com



# PRECIO: MERCADO DE ROPA DE SEGUNDA U.S.



**45%/ 36%**  
dicen que comprarán algo de ropa de segunda mano este año



Se espera un crecimiento significativo

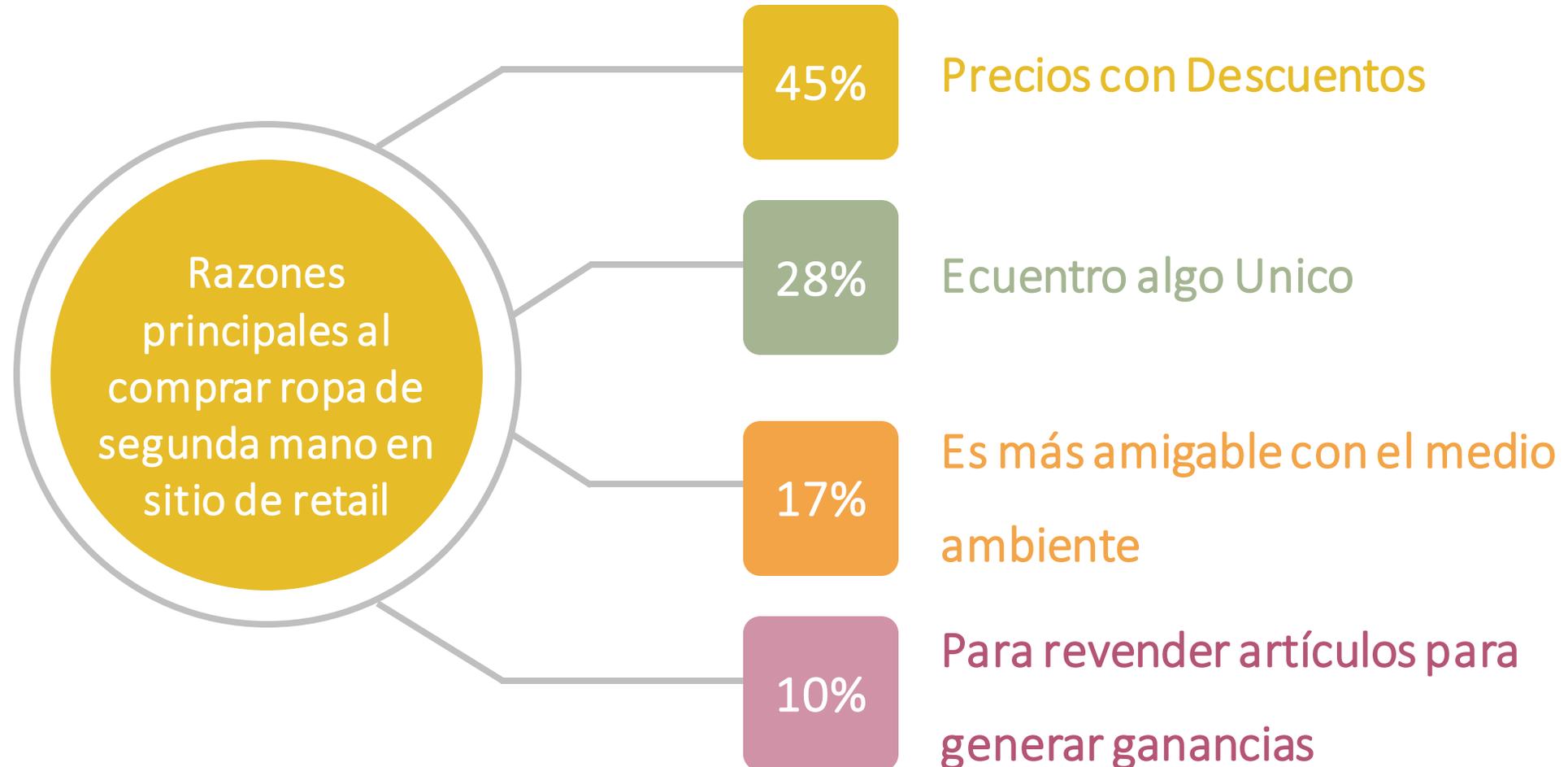
■ Mercado de Ropa Usada (en Millardos US)



# COMPRA DE ROPA SEGUNDA MANO



Es más probable que los consumidores citen el precio como la razón principal para comprar ropa de segunda mano



# CARACTERÍSTICAS DE DESEMPEÑO EN ROPA— U.S.

*% dispuestos a pagar más:*

Resistencia al encogimiento

74%

Resistencia a las arrugas

68%

Resistencia al manchado

73%

Resistencia a los olores

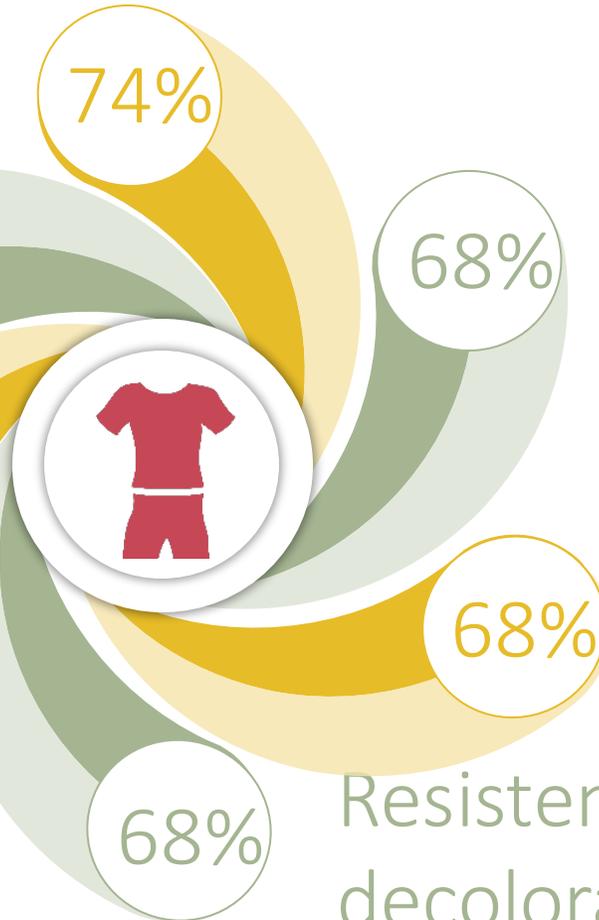
68%

Mejora de la durabilidad

69%

Resistencia a la decoloración

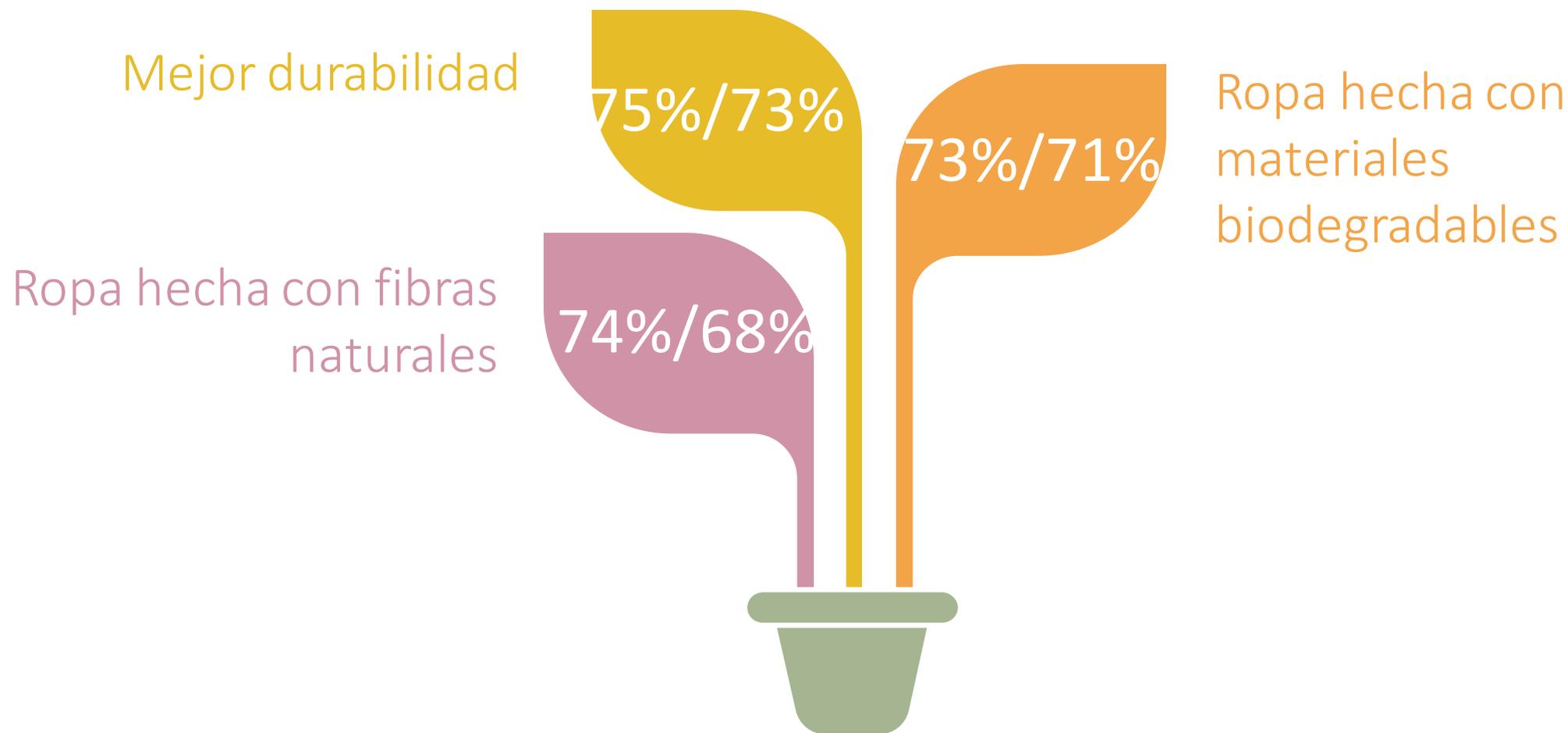
68%



# SOSTENIBILIDAD – U.S. & MÉXICO



*% dispuestos a pagar más por:*



Source: Cotton Incorporated's 2022 Denim & Sustainability Consumer Survey





# LA DISTANCIA ENTRE EL DECIR/HACER

% de clientes en diferentes etapas del “decir” y el “hacer” en la ropa

71%

**Preocupados** acerca de la sostenibilidad

38%

**Adoptan** comportamientos sostenibles

12%

**Actúan** y compran productos sostenibles

3%

**Pagan** un premium por una sostenibilidad declarada

Source: BCG Sustainability Customer Survey June 2022



# RETAILERS/ FRANCIA OFRECE REPARAR PARA INCREMENTAR EL VALOR & REDUCIR LOS DESECHOS



# RESUMEN

1

Compradores buscan valor en sus compras de ropa.

2

Calidad, durabilidad y confort son aún más importantes conforme los consumidores priorizan

3

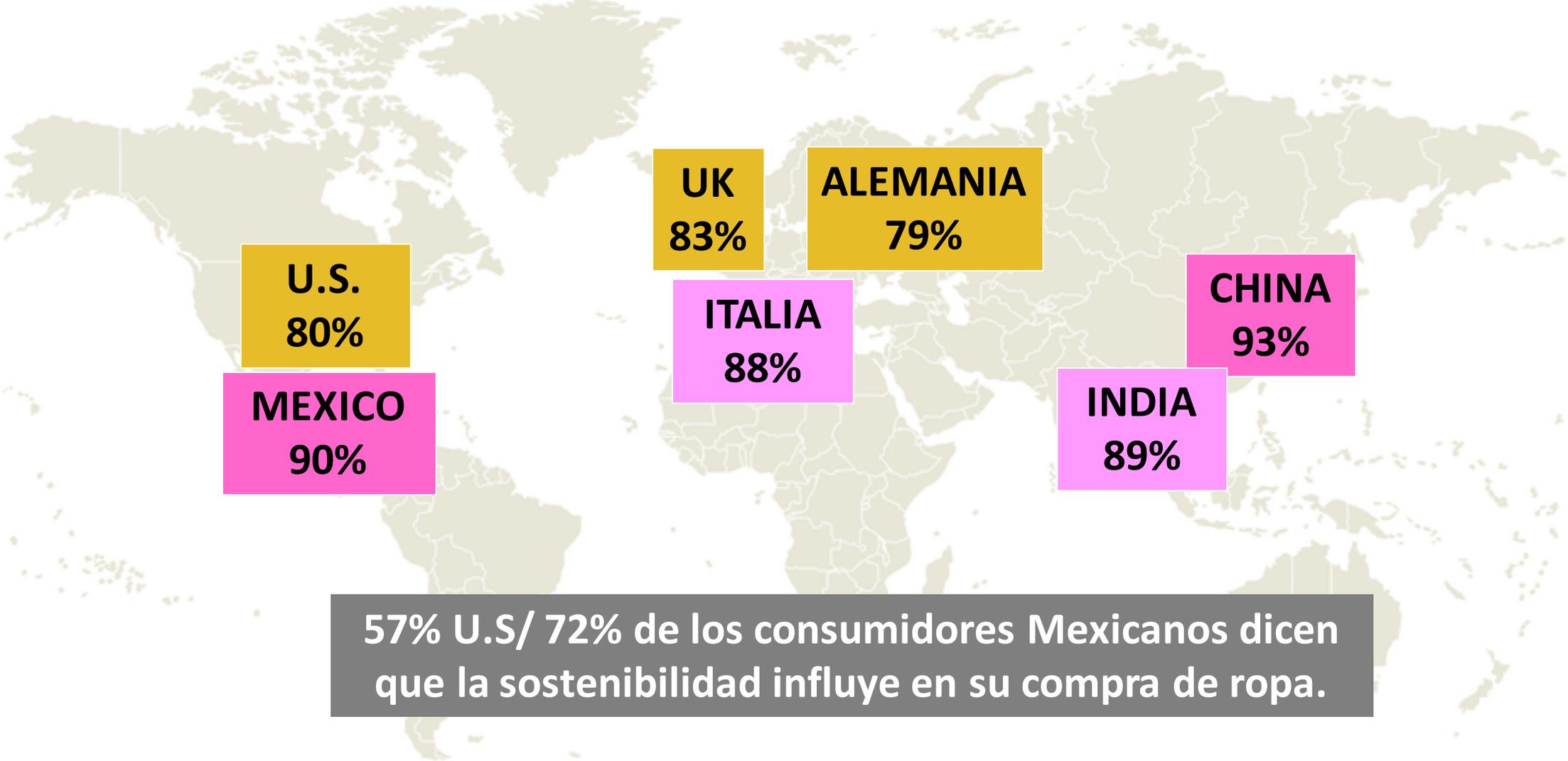
Hay disponibilidad de pagar cuando los compradores encuentran atributos que buscan, desde confort hasta desempeño.

three

SOSTENIBILIDAD



# PREOCUPACION GLOBAL POR LA SOSTENIBILIDAD



57% U.S/ 72% de los consumidores Mexicanos dicen que la sostenibilidad influye en su compra de ropa.

# PRINCIPALES PREOCUPACIONES AMBIENTALES

Principales preocupaciones ambientales para consumidores en U.S. & México



CAMBIO CLIMÁTICO Y CALENTAMIENTO GLOBAL



CALIDAD DEL AIRE Y CONTAMINACIÓN



CALIDAD DEL AGUA Y CONTAMINACIÓN



ESCASES DE RECURSOS/ AGOTAMIENTO



CONTAMINACIÓN DE LA TIERRA Y AGUA/ MANEJO DE DESECHOS

U.S. 1

2

3

4

5

México 2

3

1

4

5

Source: CCI and Cotton Incorporated's Sustainability Survey 2023



# FACTORES DE COMPRA DE ROPA – U.S. & MÉXICO

*Sostenibilidad más abajo en la lista de prioridades para los consumidores*

1

AJUSTE | CONFORT |  
CALIDAD | PRECIO

2

DURABILIDAD | ESTILO | COLOR  
| SUAVIDAD | DESEMPEÑO |  
LAVADO

3

AMIGABLE CON EL AMBIENTE/  
SOSTENIBLE |  
MARCA | PAIS DE ORIGEN

1

CONFORT | DURABILIDAD |  
CALIDAD

2

AJUSTE | PRECIO | AMIGABLE CON  
EL AMBIENTE | ESTILO | CARACT. DE  
DESEMPEÑO | NOMBRE DE MARCA

3

MARCA | PAIS DE ORIGEN

# SIGNIFICADOS DE SOSTENIBILIDAD – U.S.

*Cuando piensas en algodón, ¿qué significa la palabra “sostenible” para ti?*

“Durará mucho sin importar que hagas”

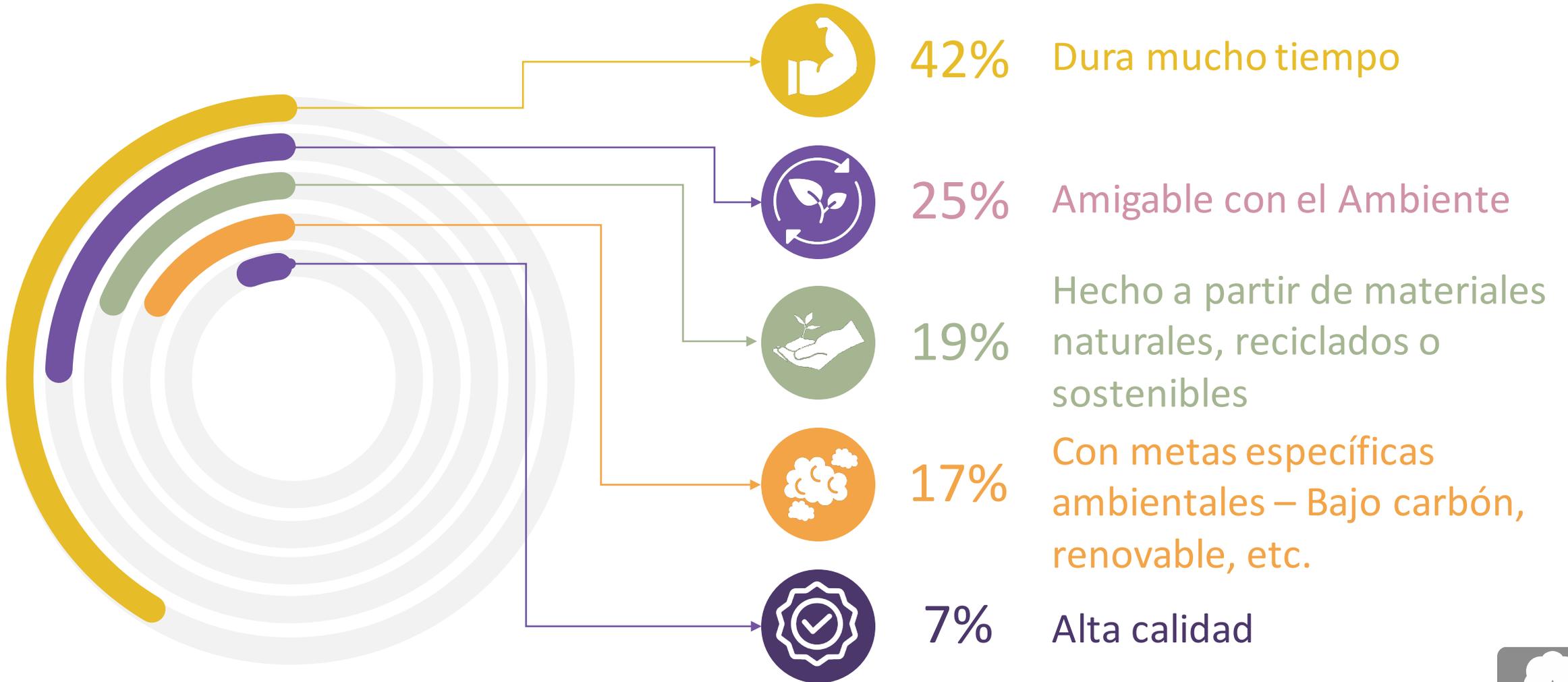
“Adquirido responsablemente y hecho para durar para reducir desechos”

“Fácilmente producido a partir de materiales existentes – o materiales fácilmente sustituibles”

“No compromete la habilidad futura de la gente para satisfacer sus necesidades y no destruir la tierra para satisfacer nuestras necesidades y deseos presentes”

“Un producto que es de alta calidad así que durará más”

# SIGNIFICADOS DE SOSTENIBILIDAD – U.S.



# INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD

## Industria

*% cuya compañía se involucre en:*

48% Use fibras sostenibles

41% Reduzca o use químicos alternativos

40% Innovación de materiales

38% Reduce el uso de agua

## Consumidores

*% les gustaría ver de la industria de la ropa:*

U.S.

47% Use fibras sostenibles

39% Diseñe productos biodegradables, compostable

39% Reduzca o use químicos alternativos

37% Innovación de materiales

México

59%

53%

42%

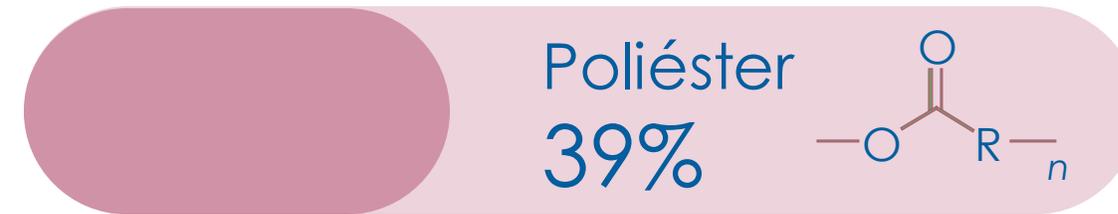
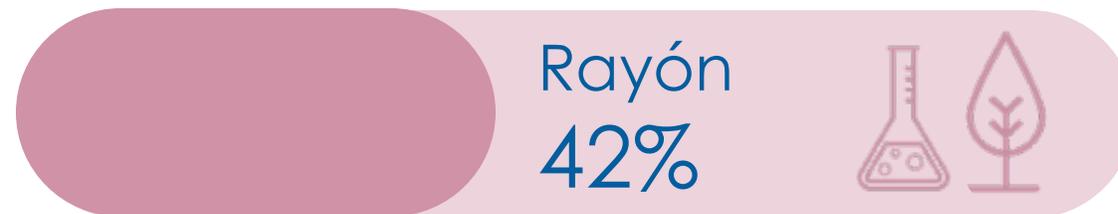
52%

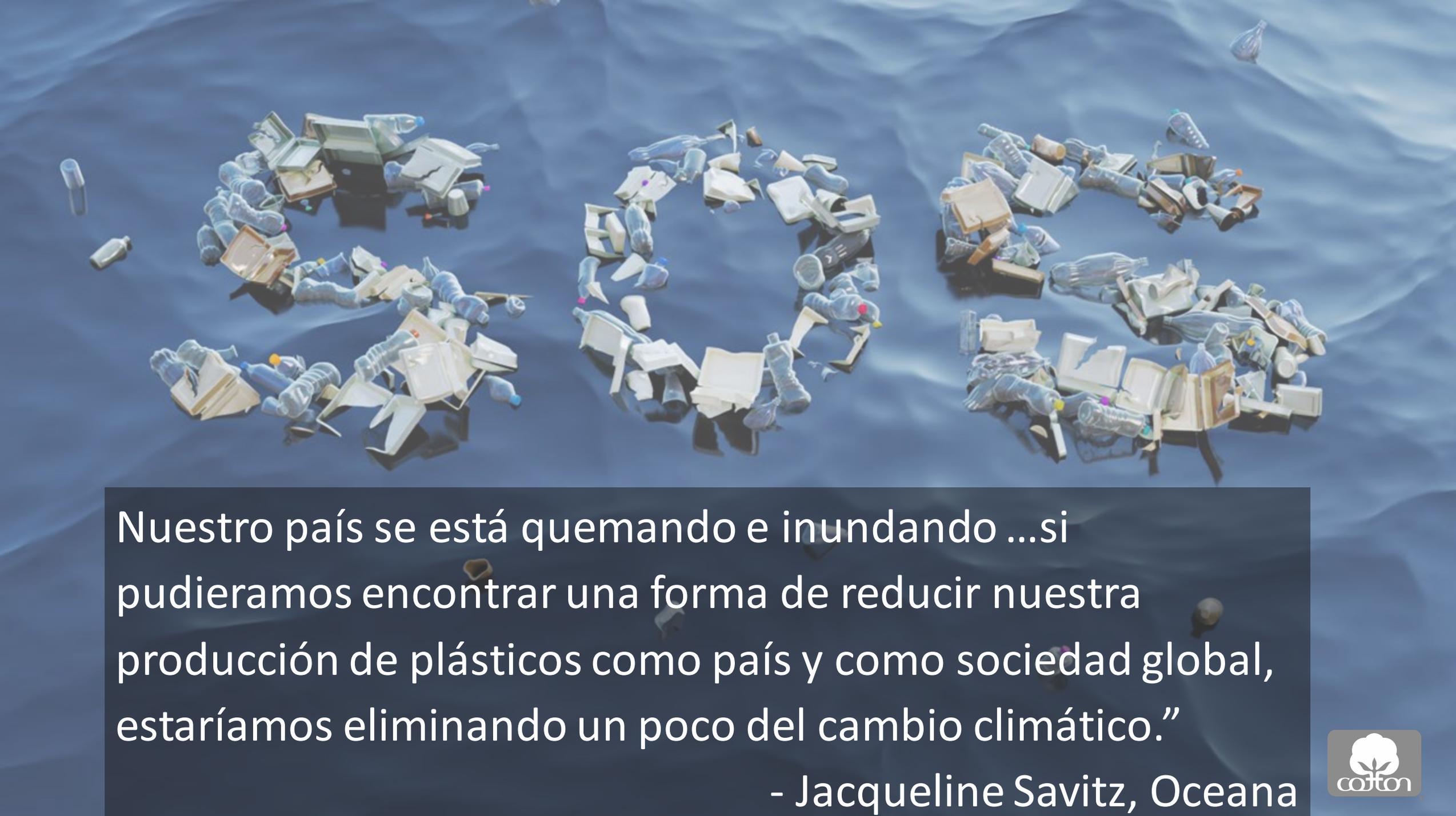


# ¿QUÉ FIBRAS SON SEGURAS PARA EL AMBIENTE?



Porcentaje de consumidores que califican las siguientes fibras seguras para el ambiente



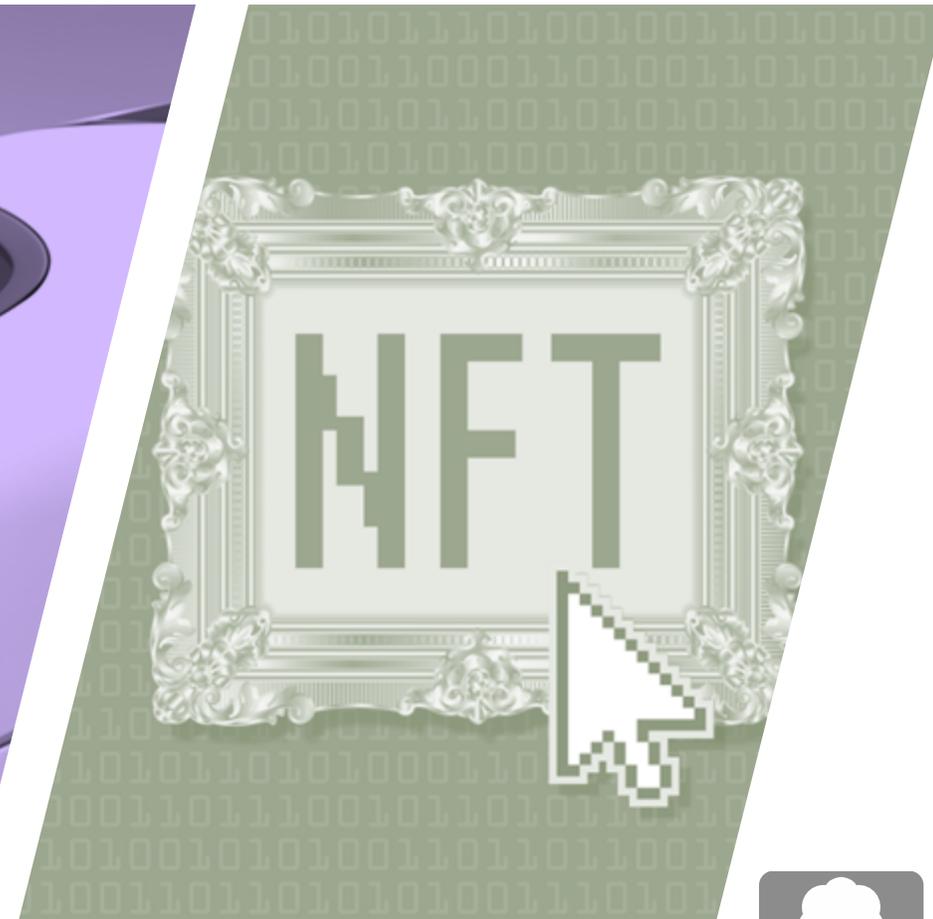
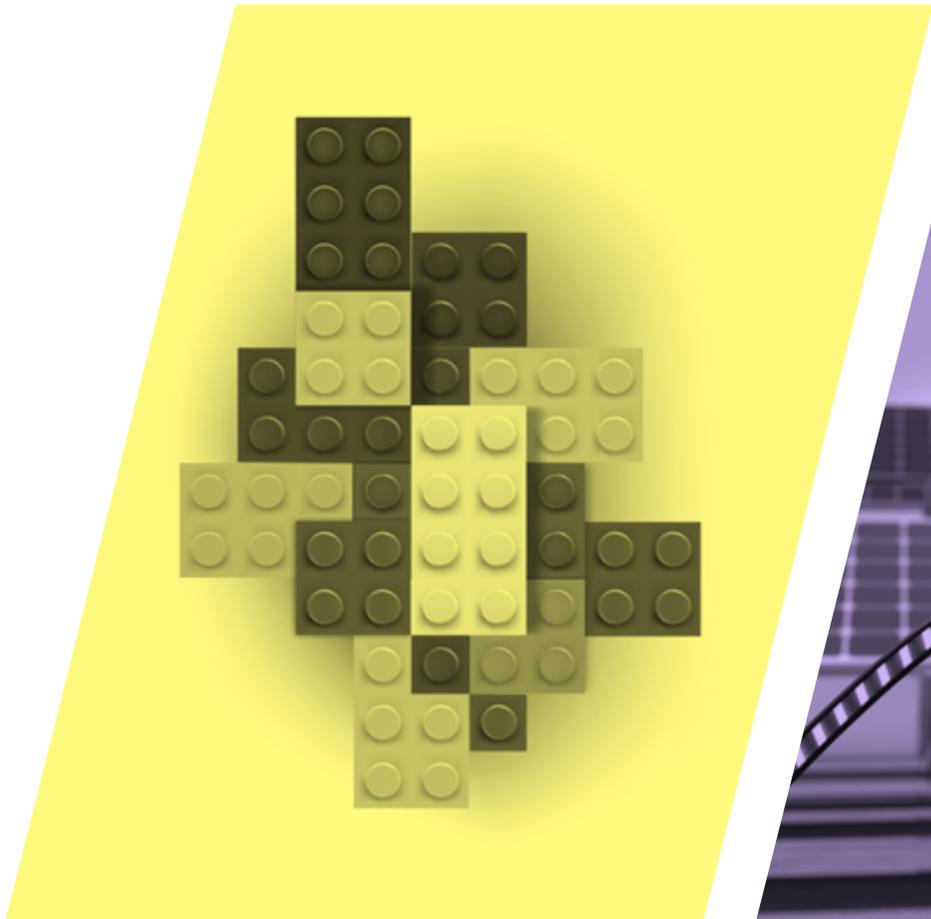


Nuestro país se está quemando e inundando ...si pudieramos encontrar una forma de reducir nuestra producción de plásticos como país y como sociedad global, estaríamos eliminando un poco del cambio climático.”

- Jacqueline Savitz, Oceana



# SE PARTE DE LA SOLUCIÓN : CONSUMIDORES COMO CO-CREADORES



# EL MÉTODO CONSCIENTE

Auditoría al guardarropa	Presupuesto	Meta	Material	Calidad
¿Por qué no me gusta esta prenda?	¿Cuánto puedo gastar en moda?	¿Cero desperdicio? ¿Mejor calidad?	¿Es amigable con el ambiente?	¿Durará?

# CÓMO COMUNICAR EN LA ROPA

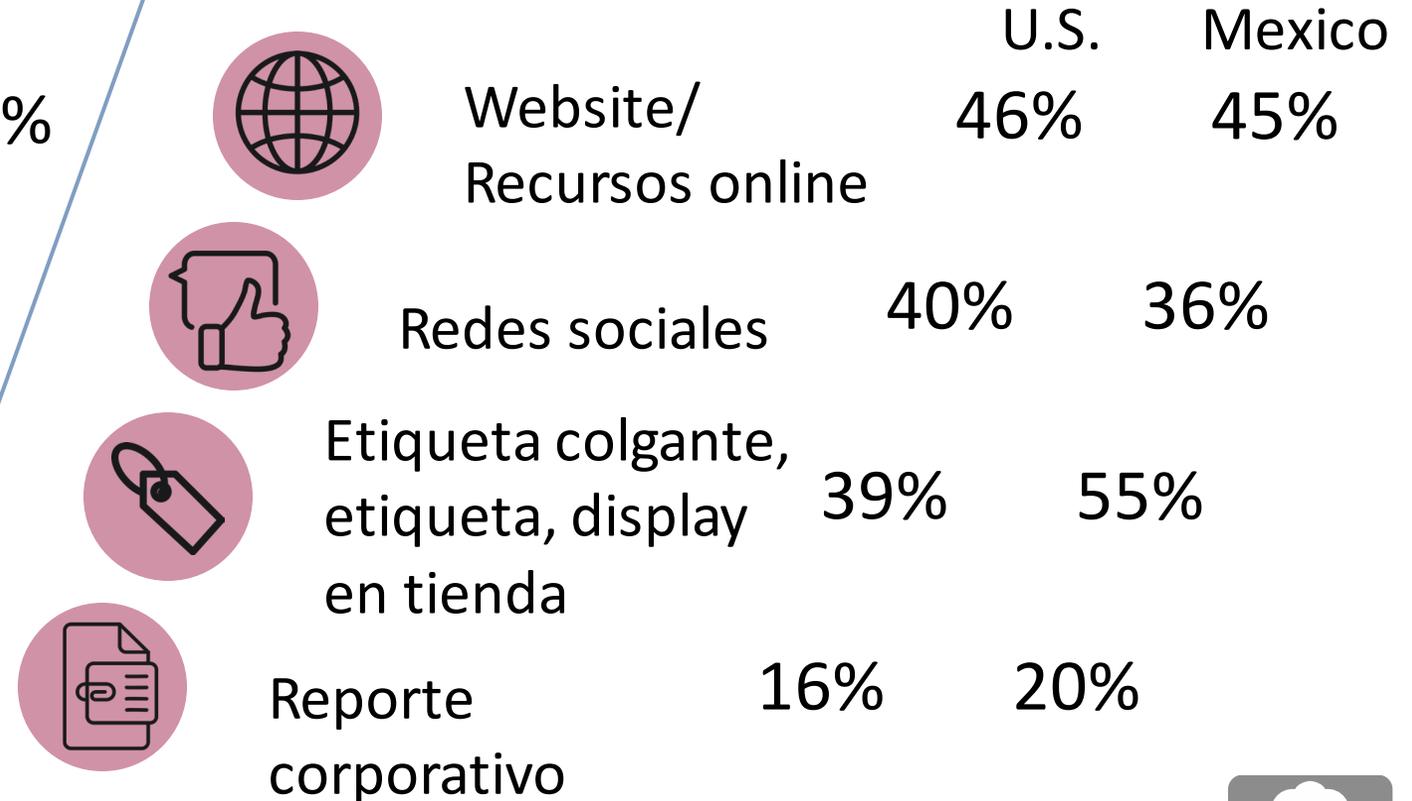
## Industria

La compañía comunica sostenibilidad vía:



## Consumidores

Han visto info de sostenibilidad de la industria vía:



# NECESARIO HACER MEJORAS

*¿Qué sientes que tu compañía necesita mejorar en estas áreas de sostenibilidad?*

53%

Conocimiento del sentimiento del consumidor y la demanda



50%

Investigación para desarrollar innovaciones en sostenibilidad



46%

Conocimiento técnico



# RESUMEN

1

Consumidores quieren ropa sostenible, pero no a costa de los factores principales de compra

2

Sostenibilidad para los consumidores significa durabilidad, materiales naturales como algodón, etc.

3

Alinear esfuerzos de sostenibilidad y comunicación como lo entiende el consumidor

4

Cotton Incorporated es un recurso confiable para mejorar sus esfuerzos de sostenibilidad