



5 cosas que debes saber sobre los compradores estadounidenses

Septiembre 2024

Melissa Bastos
Cotton Incorporated

Investigación



Periodo
2023-2024



Total
5,000+ clientes



Edades
18 – 60 : Gen Z (18-27),
Gen Y (28-43), Gen X+ (44-60)

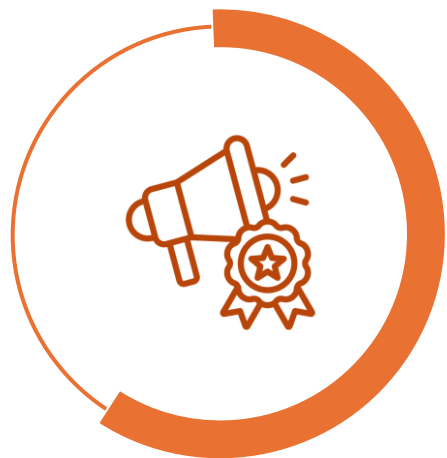


Género
Masculino / Femenino

5 Cosas que Debes Saber Sobre los Compradores Estadounidenses



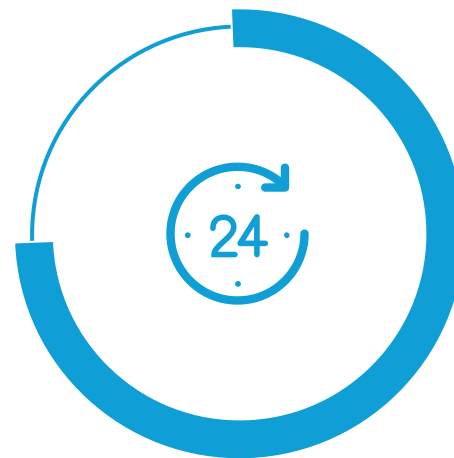
Inflación



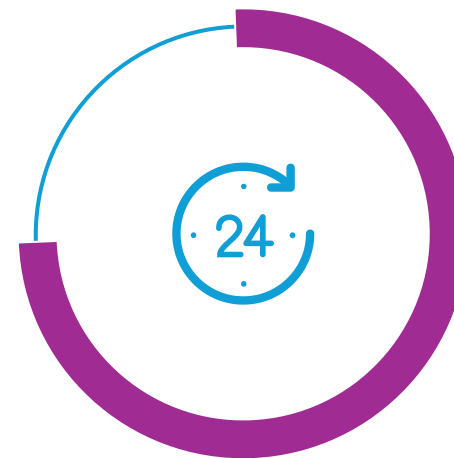
Compras



**Talla /
Ajuste**



Sustentabilidad

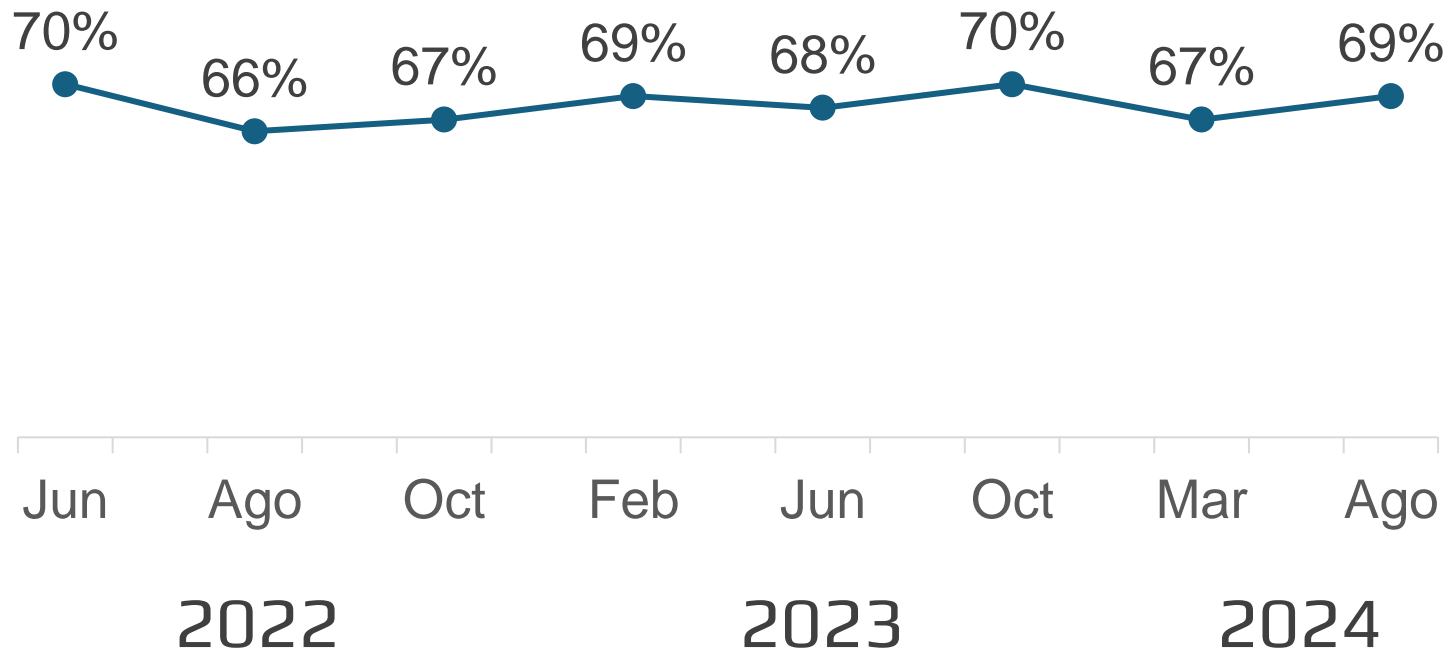


Circularidad



La Preocupación por la Inflación se Mantiene Constante

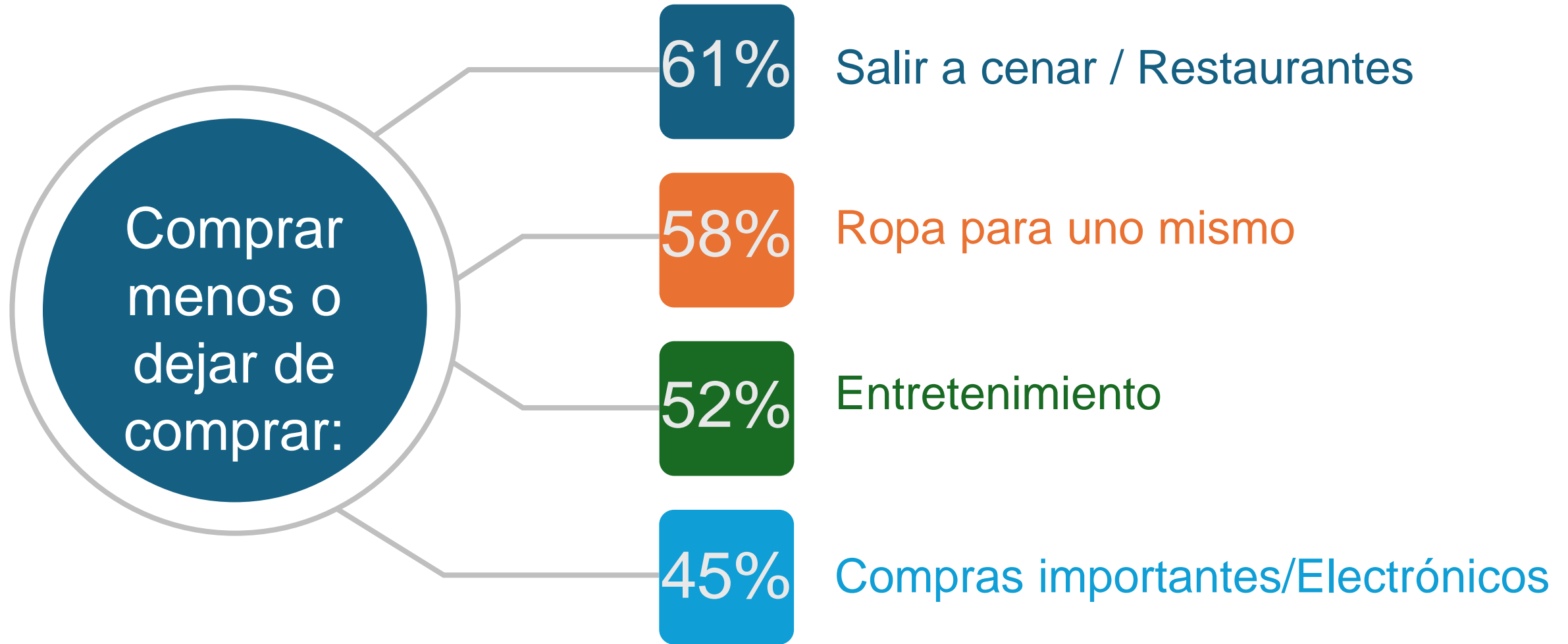
% muy preocupados por la inflación



Fuente: Encuesta sobre inflación y cadena de suministro de Cotton Incorporated, oleadas 1 a 8

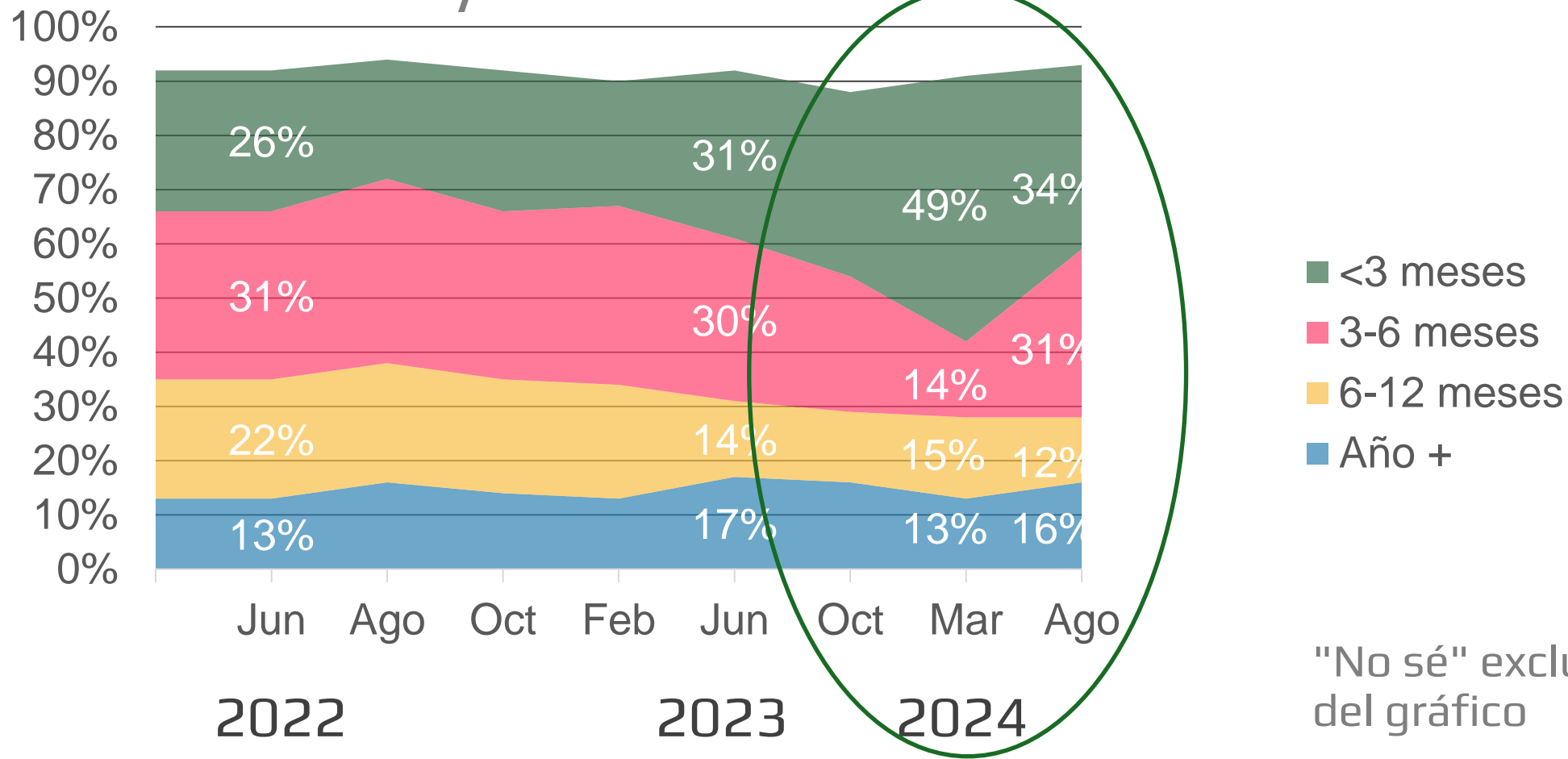


Posponer Compras



¿Nueva ropa en el Horizonte?

% esperar a comprar ropa en el próximo...



Fuente: Encuesta sobre inflación y cadena de suministro de Cotton Incorporated, oleadas 1 a 8





COMPRAS RECIENTES

Ropa comprada más recientemente

	<u>U.S.</u>
Camisetas	39%
Pantalones deportivos	27%
Camisas deportivas	25%
Camisas casuales	24%
Leggings / Jeggings	23%
Pantalones deportivos / camisas	20%
Pantalones de mezclilla	19%

Los Consumidores son Complejos

Dos estrategias para ahorrar dinero



**46% /
50%**
Compran ropa de
menor calidad
para ahorrar



43%/33%
Compran ropa de
mayor calidad
para ahorrar
dinero



Cómo los consumidores determinan la calidad



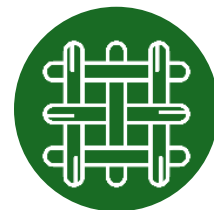
Precio

55%



Marca

51%



Tela/Fibra

50%



Vista/Tacto

45%

Mundo
\$1.6T +37%

Ventas de indumentaria (dólares) y crecimiento esperado a 5 años

EE.UU.
\$434.0B

+23%

Am. Lat. \$92.4B +130%

Europa Occidental

\$335.3B

+26%

China \$334.9B +20%

Corea del S.

\$33.1B

+23%

Japón

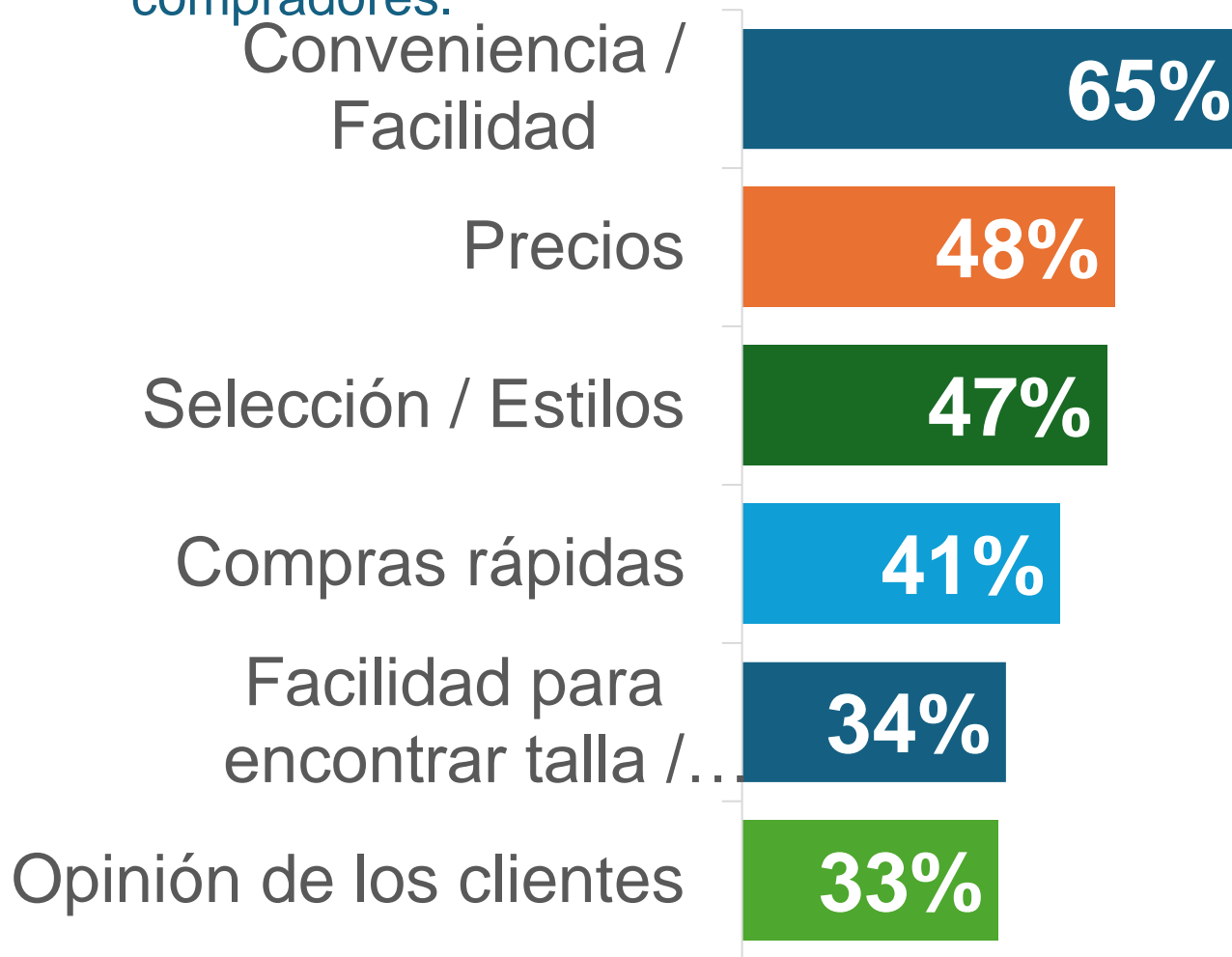
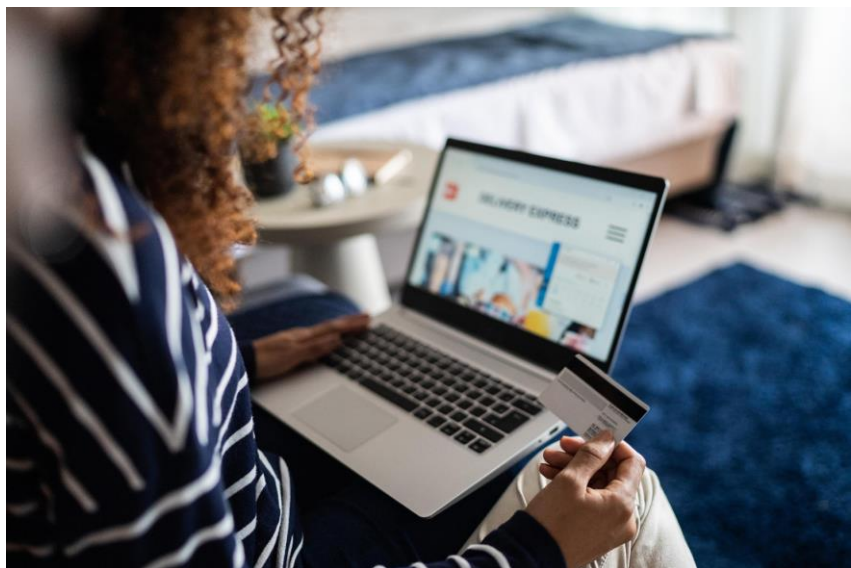
\$54.7B +5%

Tailandia \$8.4B +59%

¿Por qué comprar ropa en línea?

Los compradores estadounidenses dicen que la conveniencia es su principal razón para comprar ropa en línea, pero el precio y la selección son atributos clave para casi la mitad de los compradores.

La Generación X+ (71%) es más probable que aprecie la conveniencia de comprar ropa en línea y las mujeres (69%) más que los hombres (60%)



Minoristas Consumidores Compras de Ropa en Línea durante el año pasado

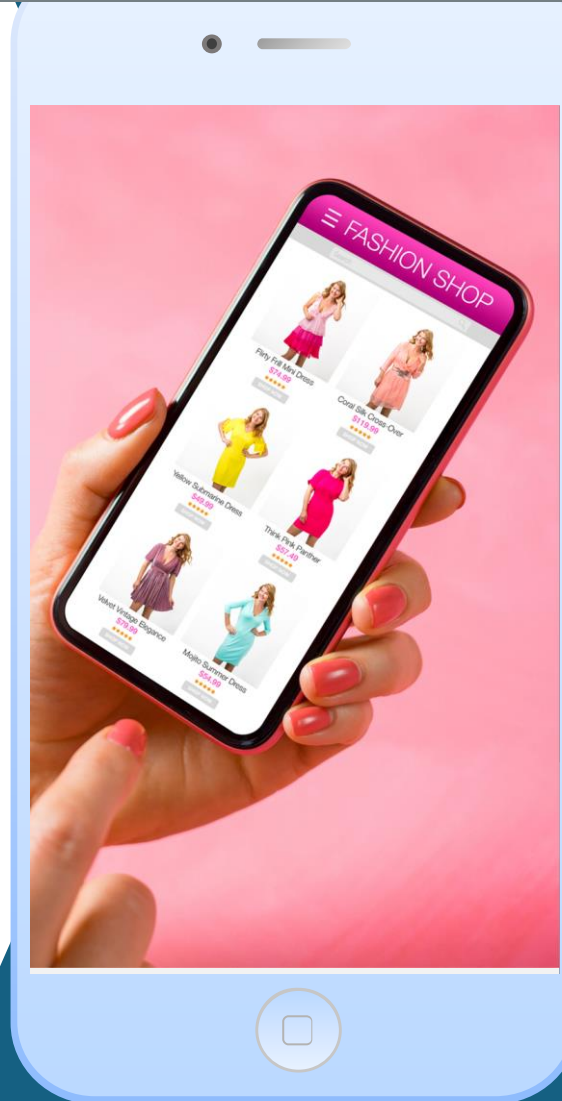
Amazon 89%

Walmart 56%

Nike 50%

Target 48%

Macy's 43%



39% Shein

35% Temu

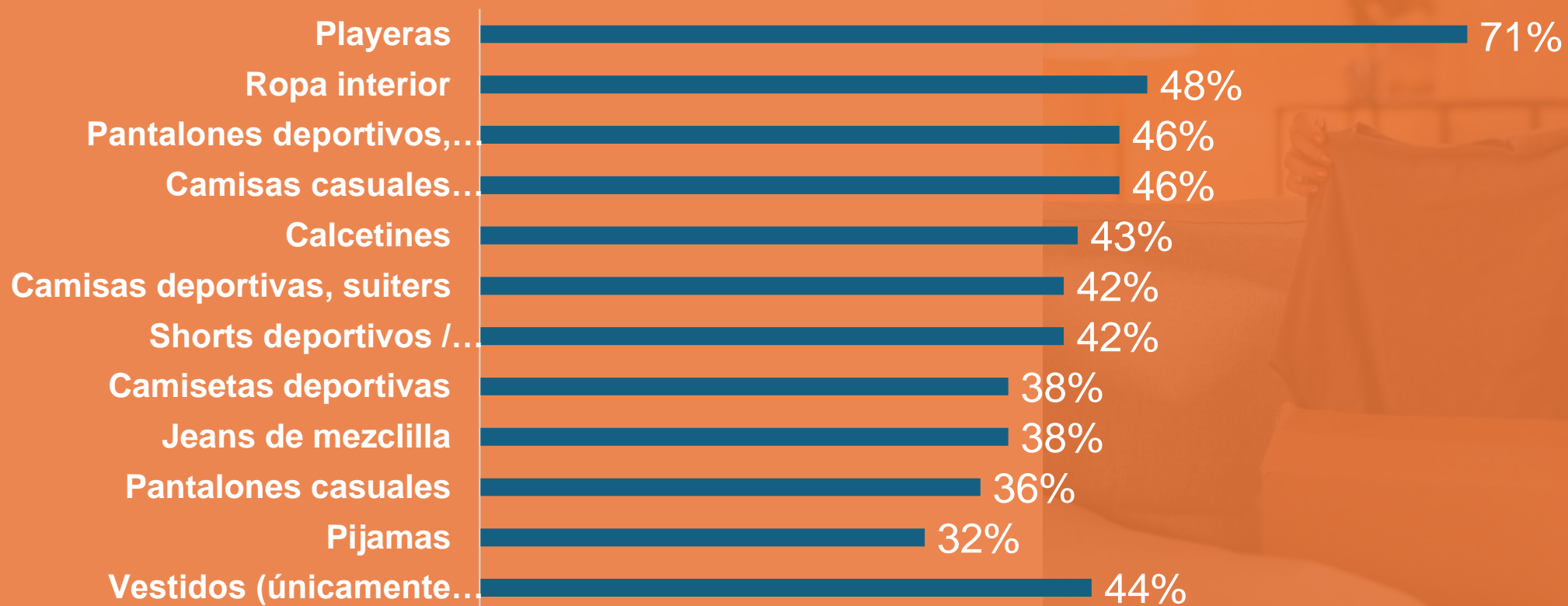
30% Nordstrom

29% H&M

22% Zara

La Ropa Más Comprada en Línea

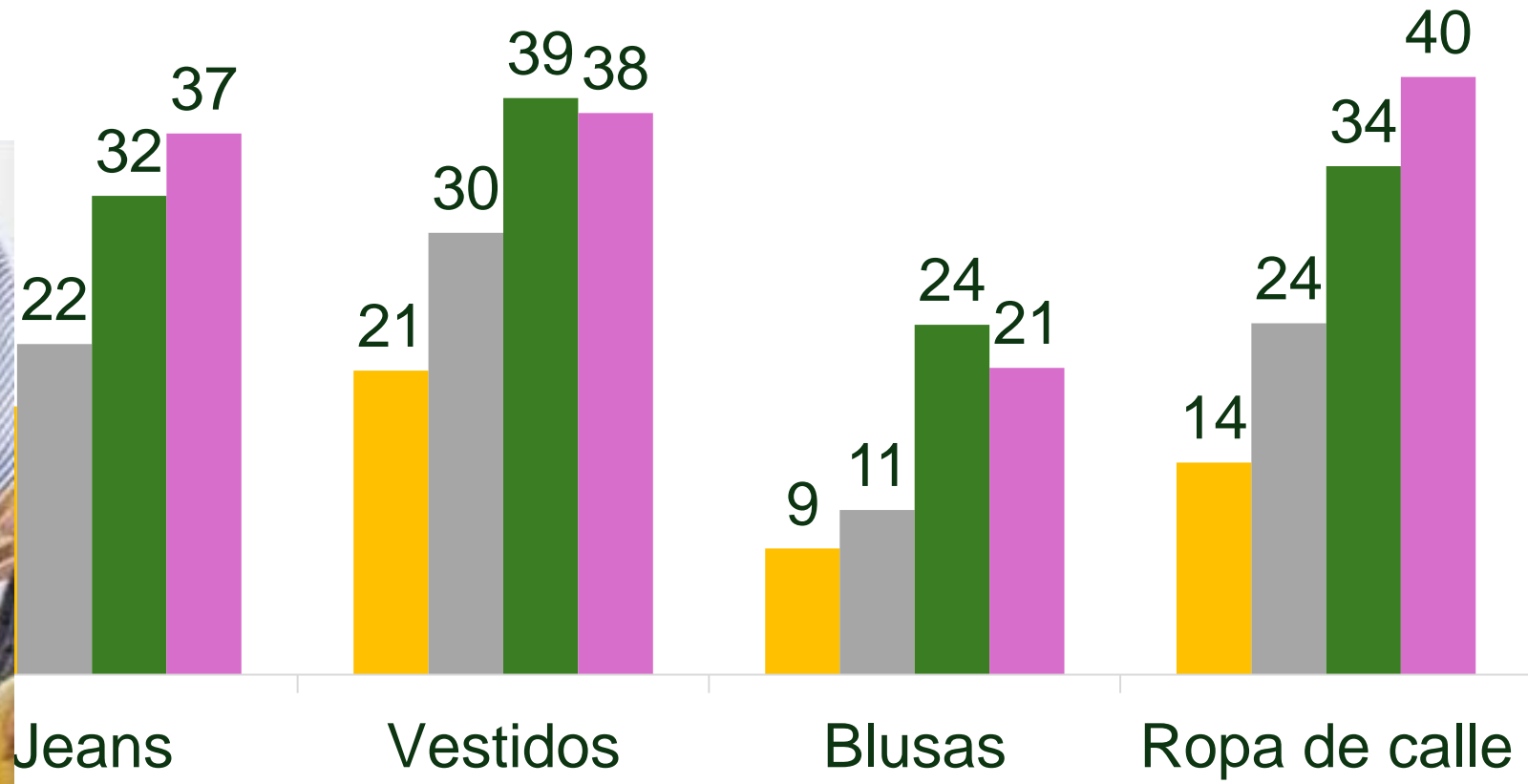
% de consumidores en EE. UU. que compraron los siguientes artículos en línea durante el año pasado.



Precios Promedio Anunciados para Ropa de Mujer

Precios promedio de ropa de mujer en dólares americanos

■ Shein ■ Old Navy ■ Amazon ■ H&M



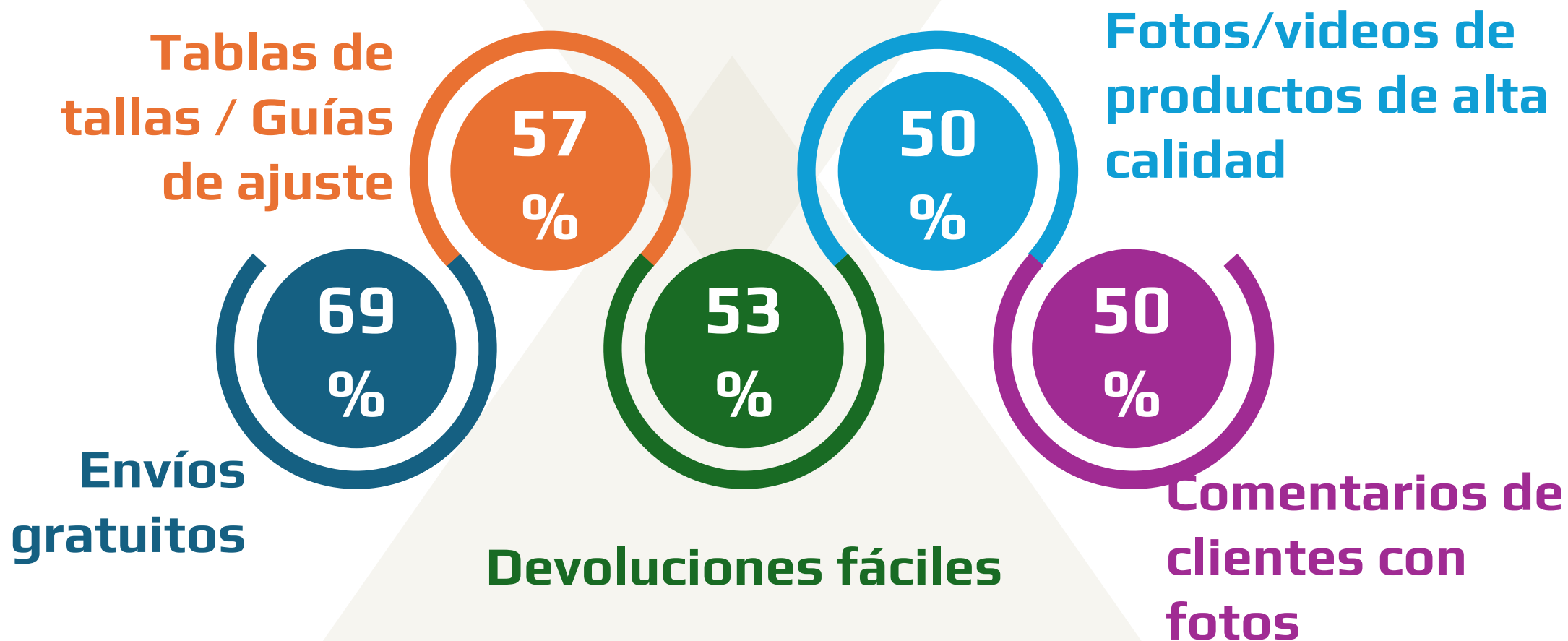
Fuente: Retail Monitor de Cotton Incorporated



Funciones más útiles para comprar ropa en línea

Para compradores en EE. UU., envío gratuito y tablas de tallas/guías de ajuste, las funciones de compra en línea más útiles.

¿Qué funciones le resultan más útiles en los sitios web de compras?



Fuente: Encuesta de compras en línea de Cotton Incorporated 2024, EE. UU.



Desafíos de las Compras en Línea

Encontrar la talla correcta es el principal desafío para la mayoría de los compradores estadounidenses cuando compran ropa en línea.



Las Tallas son una Prioridad para Todos

% importante a la hora de decidir dónde comprar

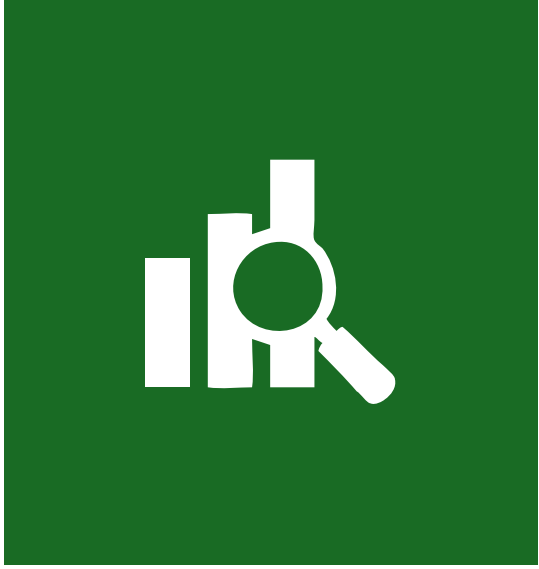
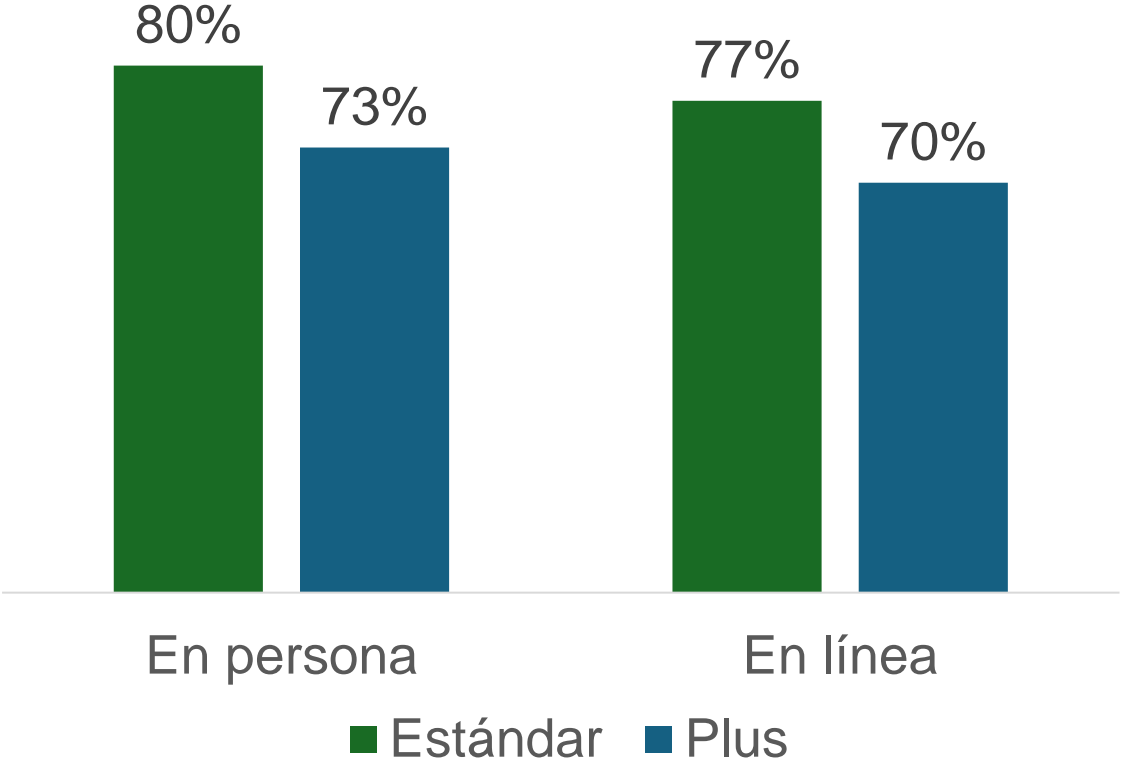


Fuente: Encuesta de tallas de 2024 de Cotton Incorporated.



Las Tallas Tienen un Impacto en la Experiencia

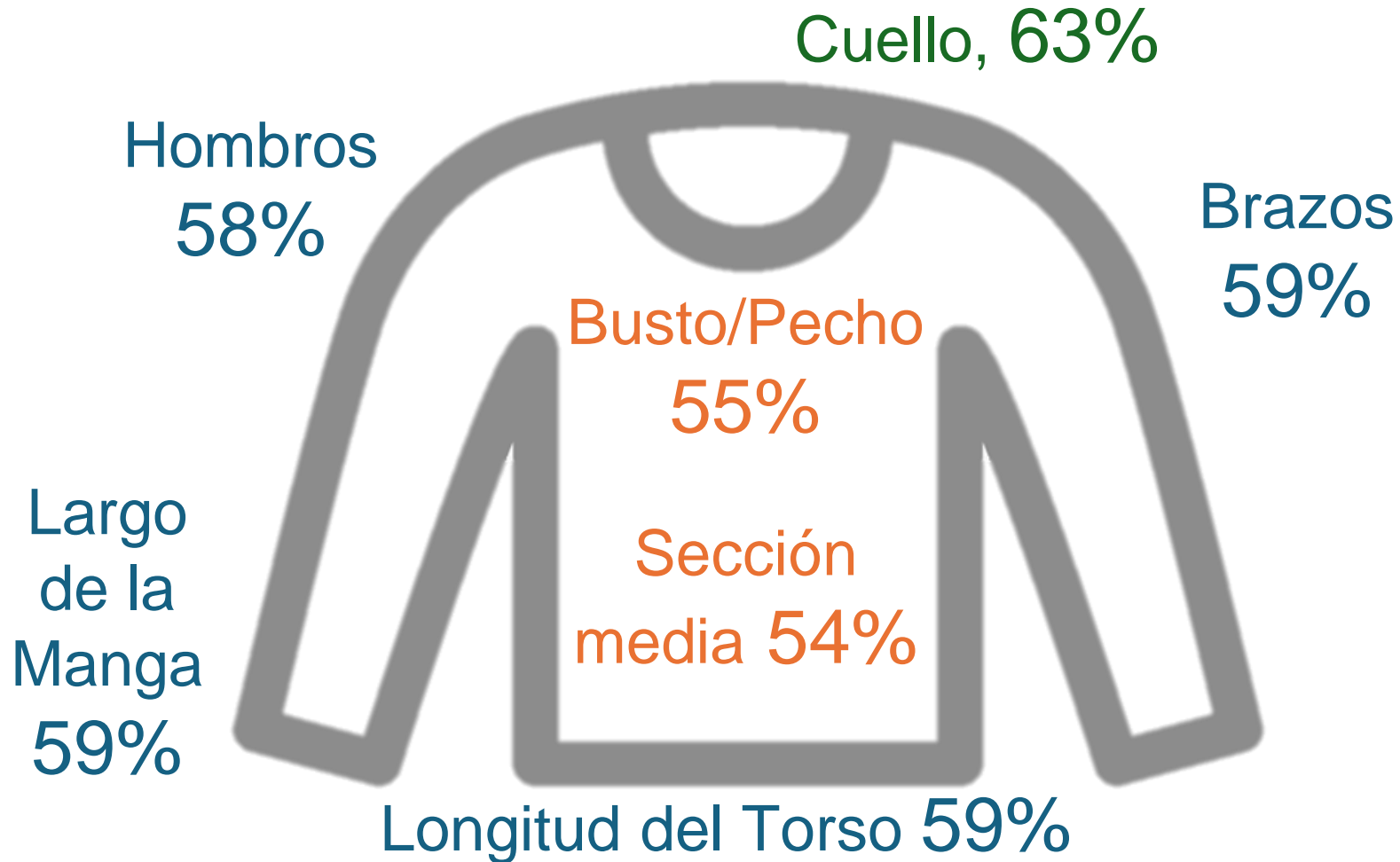
% que aman o disfrutan comprar ropa



Fuente: Encuesta de tallas de 2024 de Cotton Incorporated.

¿Qué tan bien quedan las camisas?

% de camisas que quedan bien



Fuente: Encuesta de tallas de 2024 de Cotton Incorporated.



Áreas problemáticas de la Camisa

% muy apretado *% muy suelto*



Fuente: Encuesta de tallas de 2024 de Cotton Incorporated.



Camisa ajustada “donde cuenta”

“Las camisas generalmente quedan muy bien en una o dos áreas, pero no quedan bien en áreas importantes como la sección media y el área del pecho”.

- Mujer de 43 años, talla 20-22

“Mi estómago es más grande que mi pecho. Normalmente compro una talla más grande para mi estómago. Esto hace que todos los demás puntos estén a la altura”

- Hombre de 56 años, talla 39-42

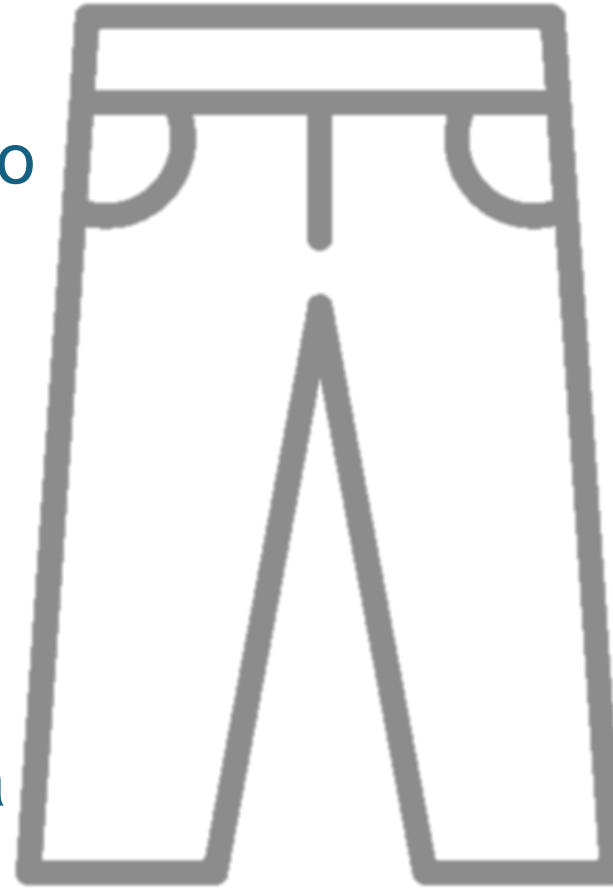


¿Qué tan bien te quedan los pantalones?

% pantalones que quedan bien

Caderas/Trasero
57%

Entrepierna
57%



Cintura,
55%

Muslo, 60%

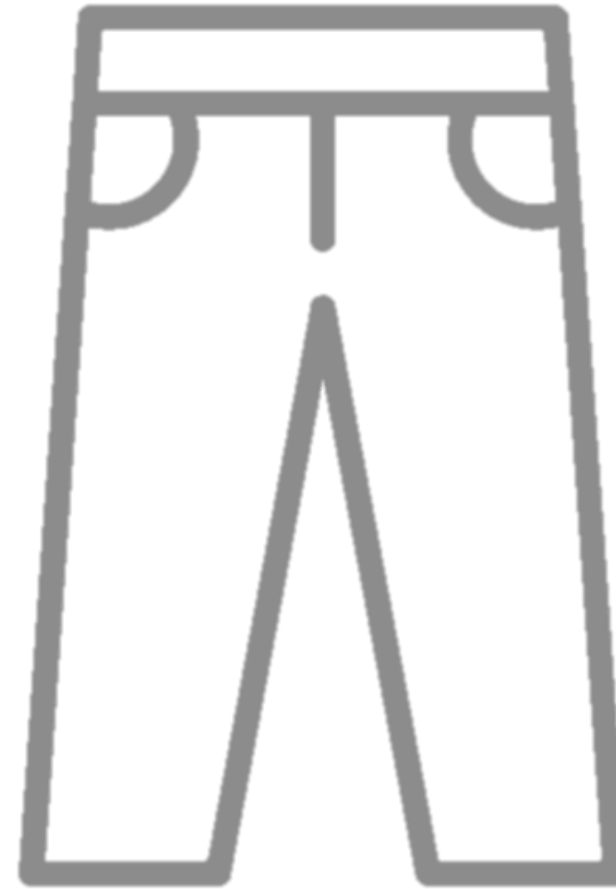
Pantorrilla,
62%



Áreas problemáticas de los pantalones

% muy apretados

% muy sueltos



46% / 38%

Fuente: Encuesta de tallas de 2024 de Cotton Incorporated



Pantalones desproporcionados

“Mis desafíos con el ajuste típico de los pantalones a menudo giran en torno a encontrar el tamaño correcto de cintura sin que las piernas queden demasiado holgadas o demasiado apretadas”.

- Hombre de 41 años, talla 35-38

“Mis caderas son bastante anchas, así que a veces, para conseguir pantalones que se ajusten a mis caderas, tengo que comprar pantalones de cintura ancha”.

- Mujer de 21 años, talla 20-22

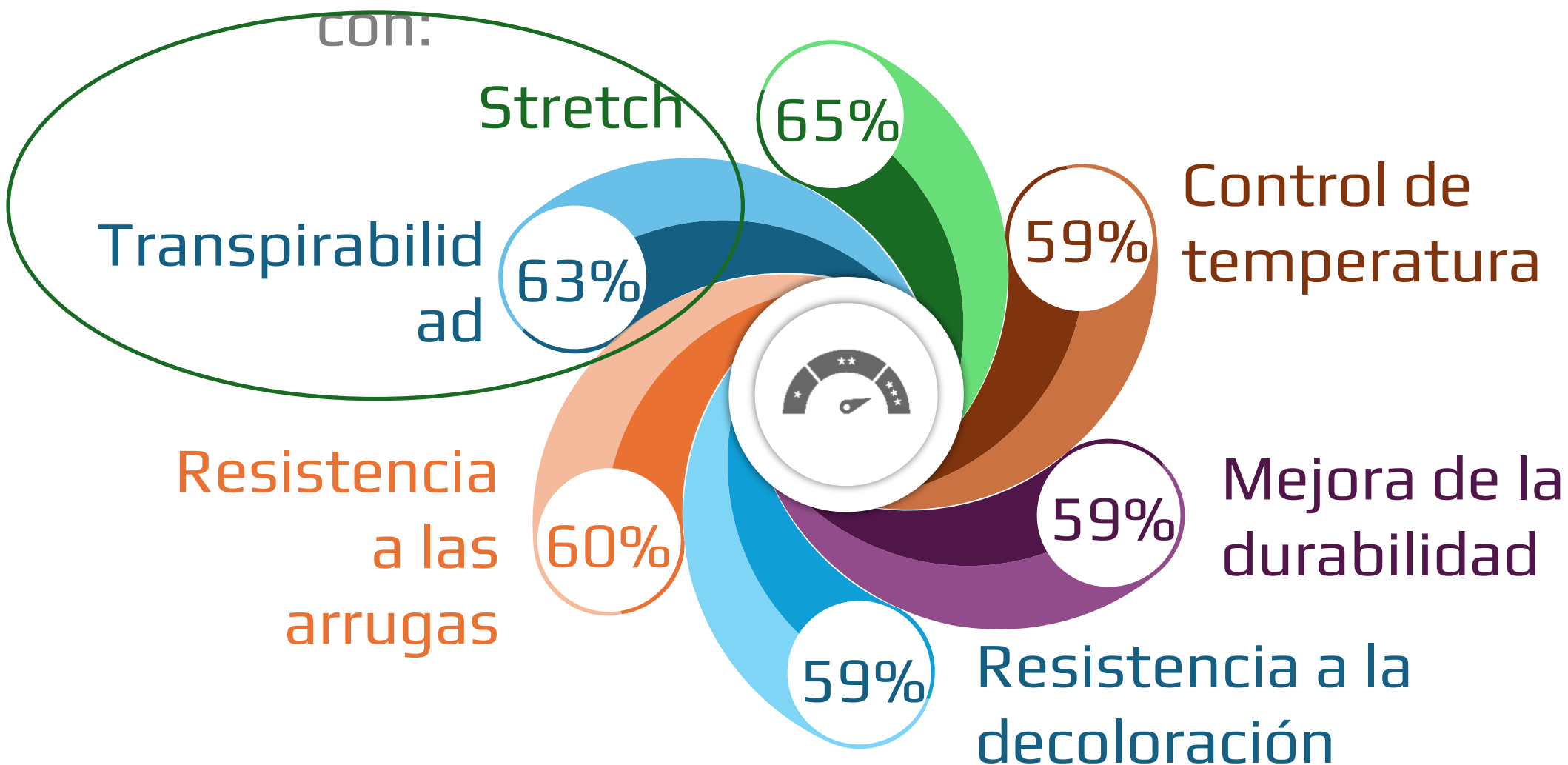
“Si la cintura te queda bien, las piernas no. Es muy frustrante”.

- Mujer de 45 años, talla 4-6

Interés en las características de rendimiento

% de probabilidades de buscar ropa

con:



Fuente: Encuesta de tallas de 2024 de Cotton Incorporated

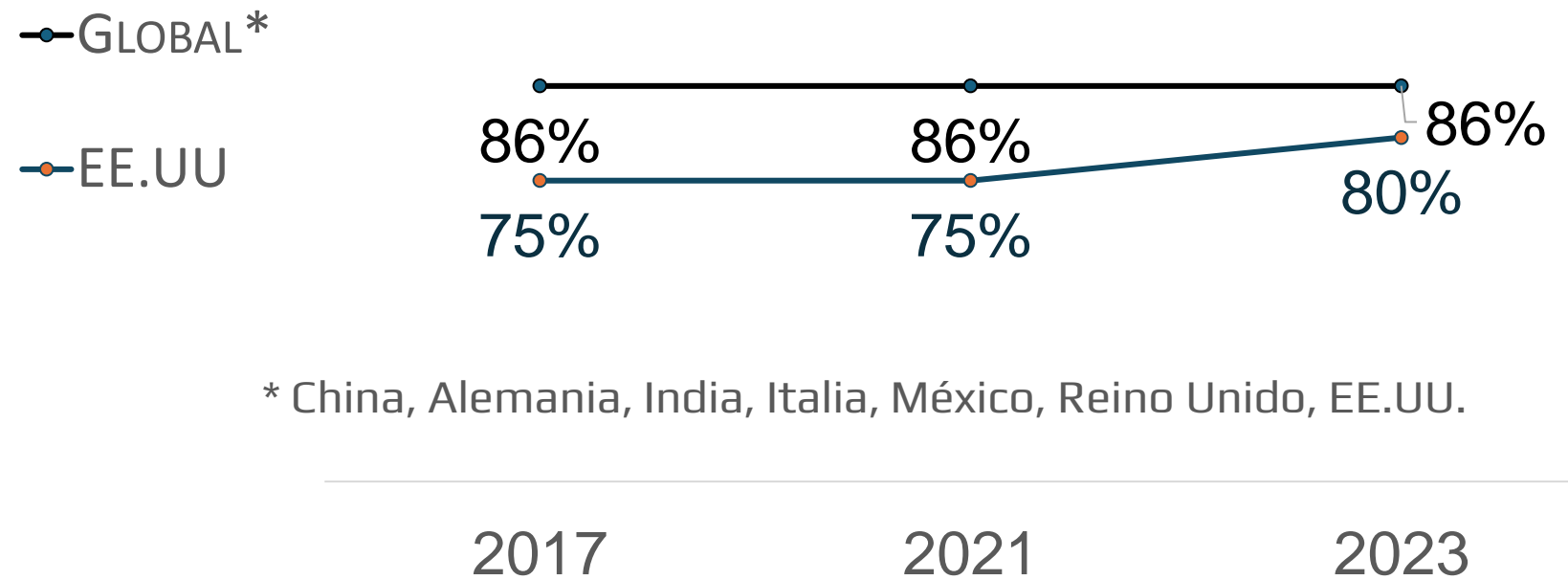




PREOCUPACIÓN POR LA SOSTENIBILIDAD

La preocupación se mantiene constante en todo el mundo

% de consumidores preocupados por el medio ambiente



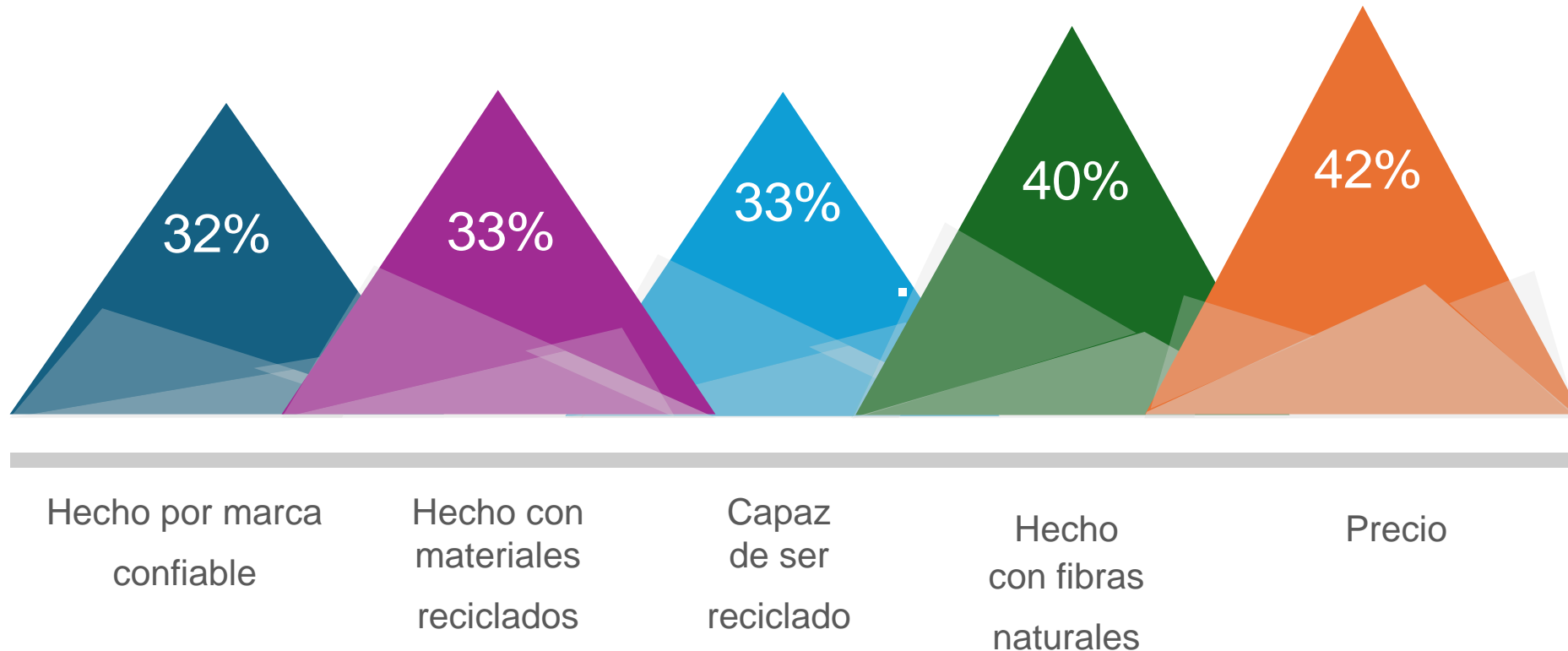
* China, Alemania, India, Italia, México, Reino Unido, EE.UU.

Fuente: Encuesta de sostenibilidad global de CCI & Cotton Incorporated, oleadas 1 a 3



COMO DETERMINAR LA SOSTENIBILIDAD – EE.UU.

Precio, fibras naturales, y la reciclabilidad habla de la sostenibilidad de la ropa.

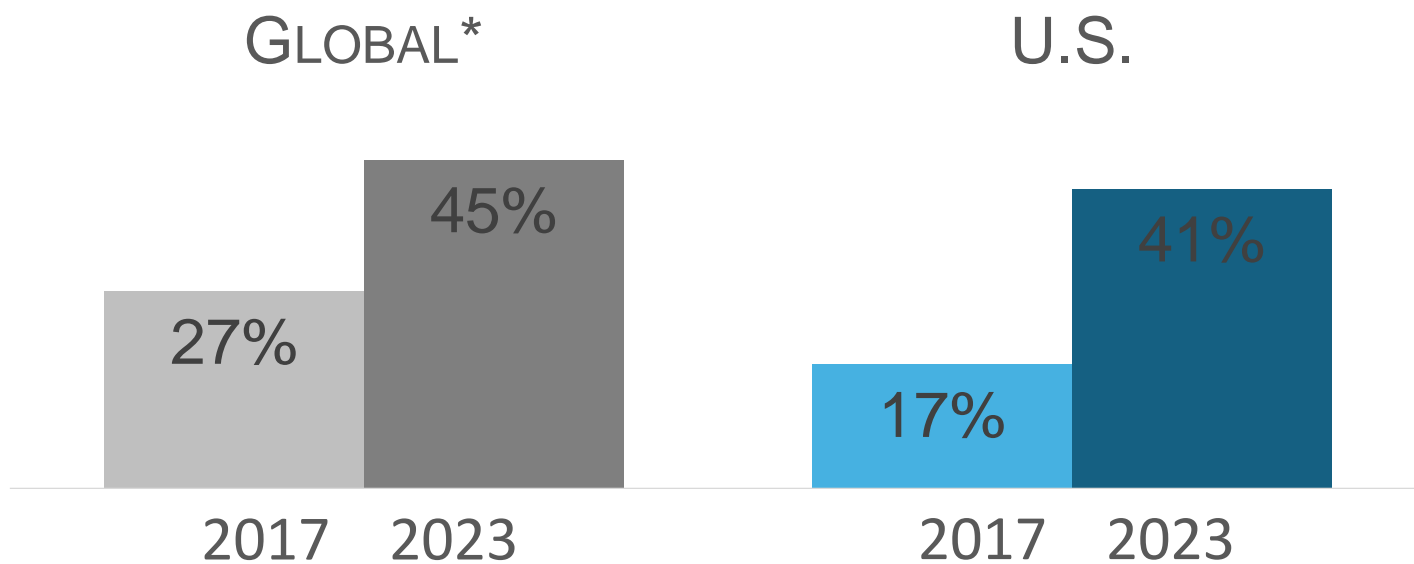


Fuente: Encuesta de sostenibilidad global de CCI & Cotton Incorporated, oleadas 1 a 3

AUMENTO DE CONCIENCIA

Más consumidores concienciados sobre la contaminación por microplásticos

% que son conscientes de la contaminación por microplásticos



* China, Alemania, India, Italia, México, Reino Unido, EE.UU.

Fuente: Encuesta de sostenibilidad global de CCI & Cotton Incorporated, oleadas 1 a 3





FIBRAS SEGURAS – EE.UU.

Los consumidores ven las fibras naturales como seguras para el medio ambiente

% quién dice que la fibra es segura para el medio ambiente

ALGODÓN



79%

LANA



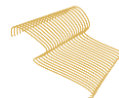
70%

CÁÑAMO



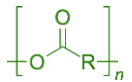
74%

SEDA



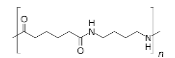
66%

POLIÉSTER



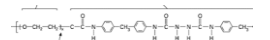
41%

NYLON



38%

SPANDEX



37%

RAYÓN



32%

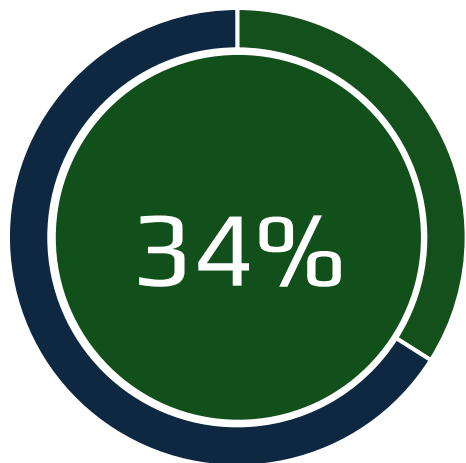
Source: CCI & Cotton Incorporated's Global Sustainability Survey, 3



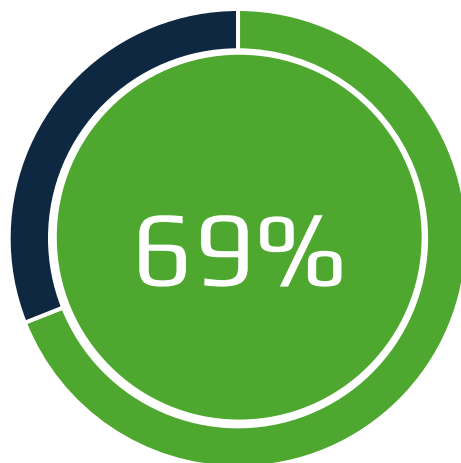
CONCIENCIA DE LA CIRCULARIDAD

1 de cada 3 estadounidenses ha escuchado del término

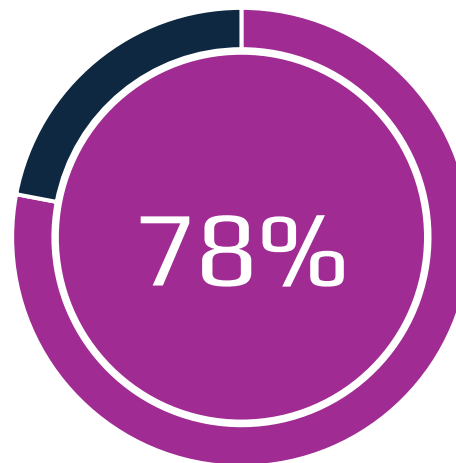
% de consumidores estadounidenses que han escuchado el término



CIRCULARIDAD



CARBONO
NEUTRO



CERO
DESPERDICIO

62%

Los profesionales de la industria dicen que la circularidad describe la estrategia de sostenibilidad de la empresa



Fuentes: Encuesta sobre circularidad industrial de 2023 de Sourcing Journal y Cotton Incorporated y Encuesta sobre circularidad del consumidor 2023 de Cotton Incorporated

84%

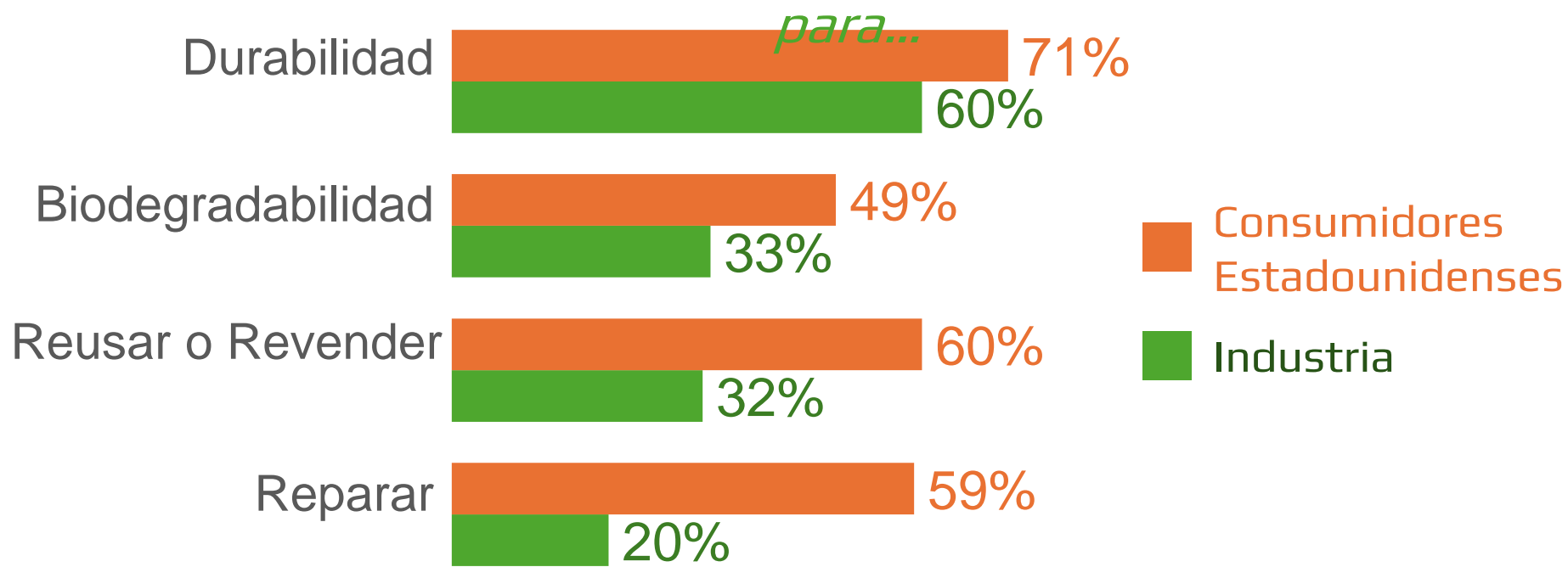
Los profesionales de la industria dicen que la circularidad influye en las elecciones de diseño



DISEÑO CON CIRCULARIDAD EN MENTE

La durabilidad encabeza la lista de la industria y las prioridades de los consumidores

% interesados en / % influenciados por el diseño circular



Fuentes: Encuesta sobre circularidad industrial de 2023 de Sourcing Journal y Cotton Incorporated y Encuesta sobre circularidad del consumidor 2023 de Cotton Incorporated



Decir Adiós a la Ropa

Los consumidores dan razones para dejar de utilizar la ropa



Ya no les queda

77%



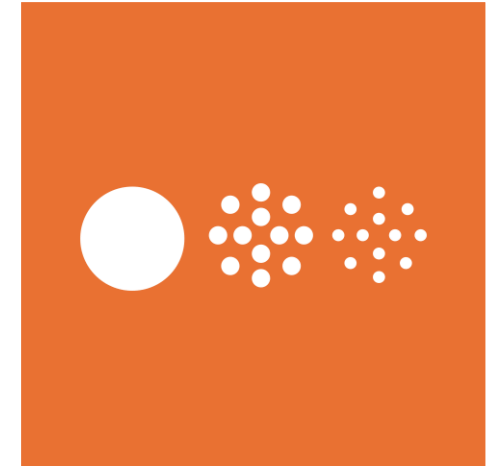
Agujeros o rasgaduras

75%



Manchas

54%



Desgaste de color

51%

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Carbono en su armario: Explorando el algodón y el secuestro de carbono biogénico.

26 DE SEPTIEMBRE DE 2022



El aumento de las temperaturas, los fenómenos meteorológicos más extremos y las sequías frecuentes son ejemplos de los efectos cada vez más comunes del cambio climático. En respuesta, el mundo se está organizando en torno a varias estrategias clave para reducir los efectos del cambio climático. Como parte de este esfuerzo, la industria del algodón ha establecido **objetivos** para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y aumentar el carbono secuestrado en el suelo. Si bien nuestros esfuerzos iniciales se dirigieron a cuantificar el carbono capturado en el suelo, Cotton Incorporated, la Corporación Australiana de Investigación y Desarrollo del Algodón y la Facultad de Recursos Naturales de la Universidad Estatal de Carolina del Norte están colaborando para cuantificar los beneficios del carbono capturado en nuestra ropa.



MICROFIBRAS

Un nuevo estudio encuentra que el algodón, incluso cuando se trata con acabados textiles de uso común, se biodegrada en condiciones acuáticas, lo que ayuda a reducir la cantidad de fibras microplásticas que se encuentran en nuestra agua.

[Leer Más →](#)

EVENTOS

Panel del Instituto de Recursos Mundiales y del Instituto de Impacto de la Ropa.

[Leer Más →](#)

FICHA INFORMATIVA SOBRE LA PRODUCCIÓN DE ALGODÓN

Comparación de la producción de algodón convencional y orgánico.

[Leer Más →](#)

DESAFÍOS DE LAS INICIATIVAS DE

CIRCULARIDAD
Desafíos en establecer/expandir iniciativas de circularidad

- 54% Pasar los costos a los consumidores
- 43% Comprensión y capacidades de implementación de un modelo/logística circular
- 42% Precio de los materiales textiles reciclados

69%

El interés y la demanda de los clientes son lo más importante a la hora de decidir cuánto invertir en circularidad





5 Cosas que Debes Saber Sobre los Consumidores de EE.UU.

RESUMEN

Inflación

Muchos consumidores se mantienen cautelosos con la economía y sus gastos, posponiendo compras y aprovechando ofertas.

Compras

Las compras en línea continúan creciendo a medida que los consumidores ven valor en la conveniencia, los precios y el acceso a más estilos.

Tallas/Ajuste

Encontrar el calce adecuado es un desafío para todos los compradores, ya sea que compren en línea o en la tienda, especialmente para los consumidores de tallas grandes, que representan una oportunidad.

Sostenibilidad

La sostenibilidad es una preocupación para la mayoría de los consumidores, y un porcentaje cada vez mayor dice que influye en sus compras. La mayoría vincula la ropa sostenible con las fibras naturales, específicamente el algodón.

Circularidad

Puede que los consumidores no comprendan la circularidad, pero valoran los componentes. La ropa duradera mantiene el carbono en los armarios y satisface los principales impulsores de compra de los consumidores.

