

Cotton Incorporated

Corporate Strategy & Insight

Junio 2025



La Ropa en un
Mundo Incierto

CONTENIDO

1

**Incertidumbre en
2025**

2

**Estrategias en el
Mercado Minorista**

3

**Closest
Sostenibles**

1

Incertidumbre en el 2025



Los Encabezados



Forbes

<https://www.forbes.com> › Business

Consumer Confidence Plunges To 4-Year Low As ...

Mar 25, 2025 — Roughly two-thirds of Americans believe it's somewhat or very likely the U.S. will fall into a **recession** over the next year, matching February's ...



AP News

<https://apnews.com> › article › economy-confidence-tari...

US consumer confidence plummets to Covid-era low

Apr 29, 2025 — **Americans' confidence in the economy slumped for the fifth straight month** to the lowest level since the onset of COVID-19.



National Association of Manufacturers - NAM

<https://nam.org> › News & Insights

Consumer Confidence Hits New Low on Recession Fears ...

May 5, 2025 — **Consumer confidence declined 7.9 points in April to 86.0.** The Consumer Confidence Index fell for the fifth consecutive month to levels not ...

Missing: [headlines](#) | Show results with: [headlines](#)



Reuters

<https://www.reuters.com> › world › americas › mexico-i...

As Mexico's economy weakens, some see a recession ...

Mar 24, 2025 — **Mexican economy shrank 0.2% in January**, follows Q4 contraction · 'Recession is unavoidable,' says JPMorgan · Early March inflation below analyst ...



World Bank

<https://www.worldbank.org> › country › overview

Mexico Overview: Development news, research, data

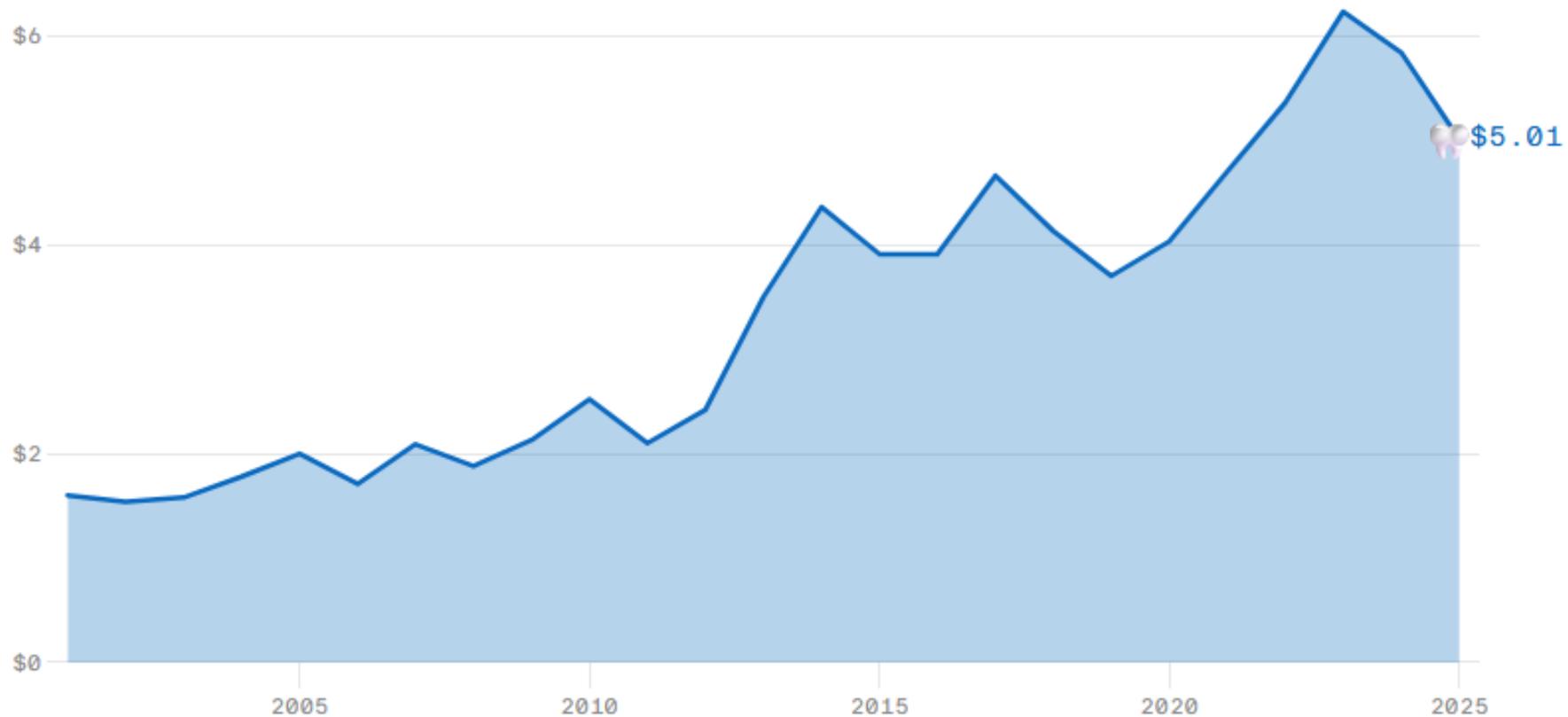
Mexico's economic growth is projected to stall in 2025, with a gradual recovery reaching 1.8 percent by 2027—still below the average growth rate of the past ...



Indicadores de Recesión

🪄 Average Tooth Fairy payout per lost tooth

Annual surveys, 2001 to 2025, most recently conducted Jan. 10-23, 2025, of 1,000 U.S. parents of children 6 to 12 years old

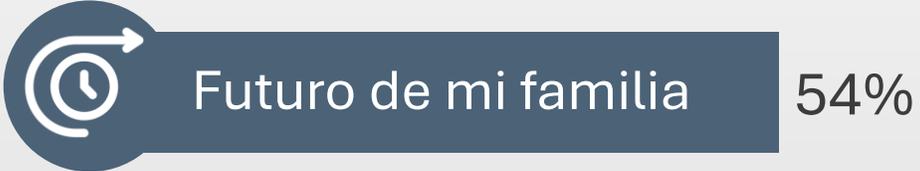
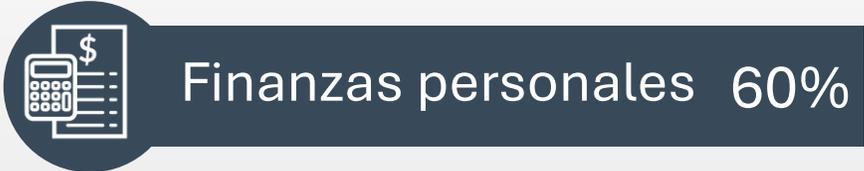


Data: Delta Dental 2025 Original Tooth Fairy Poll; Chart: Axios Visuals. Correction: The subheadline was updated to show the survey was most recently conducted in 2025 (not 2024).

PRINCIPALES PREOCUPACIONES CONSUMIDORES – U.S.

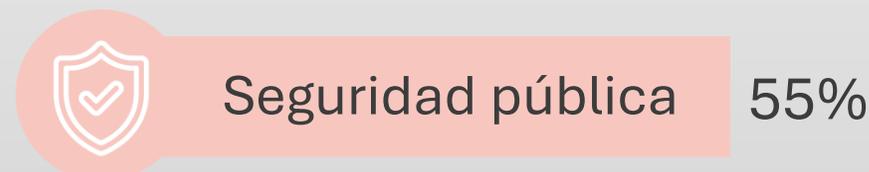
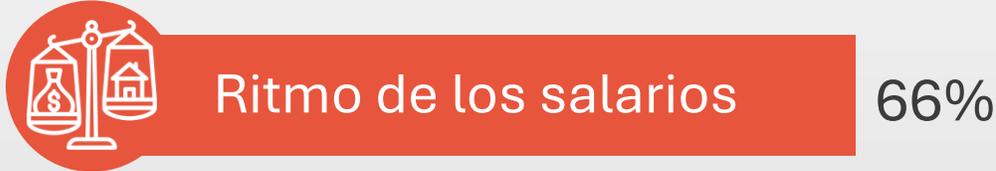
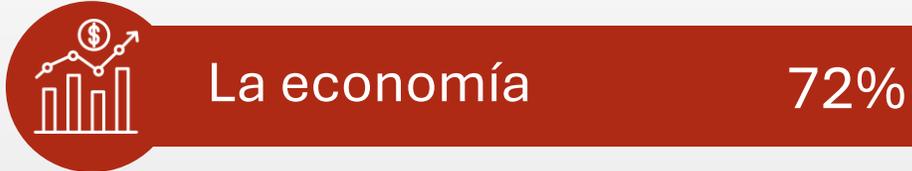
PERSONAL

% dice es una gran preocupación



SOCIAL/ COMUNIDAD

% dice es una gran preocupación



Source: Cotton Incorporated's 2025 Consumer Sentiment Survey - U.S., Wave 1, N=940



EL SALIR DE COMPRAS Y LA ROPA

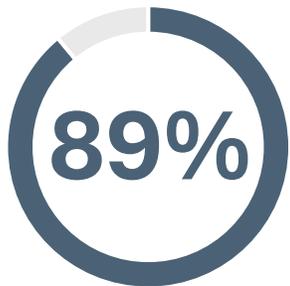
% están de acuerdo con la siguiente afirmación

México

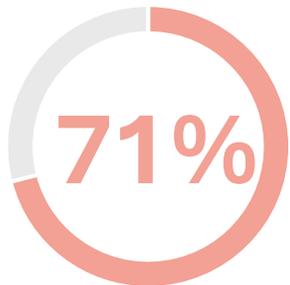
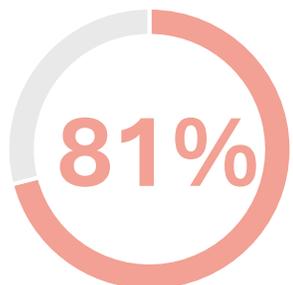
U.S.



Por ahora estoy tratando de limitar el dinero que gasto



Vestir ropa confortale me ayuda a sentirme mejor en este momento



Salir de compras por ropa es una actividad positiva para mi.

Source: Cotton Incorporated's 2025 Consumer Sentiment Survey - U.S., Wave 1, N=940, - Mexico, Wave 1, N=991



LA ROPA QUE MAS SE VISTE

PARTES ALTAS

T-shirts, 58%



Sweaters o Chalecos, 23%



Tops de Athleisure, 40%



Tops de Activewear, 20%



PARTES BAJAS

Pantalón de sudadera, 40%



Partes bajas de Athleisure, 28%



Denim jeans, 37%



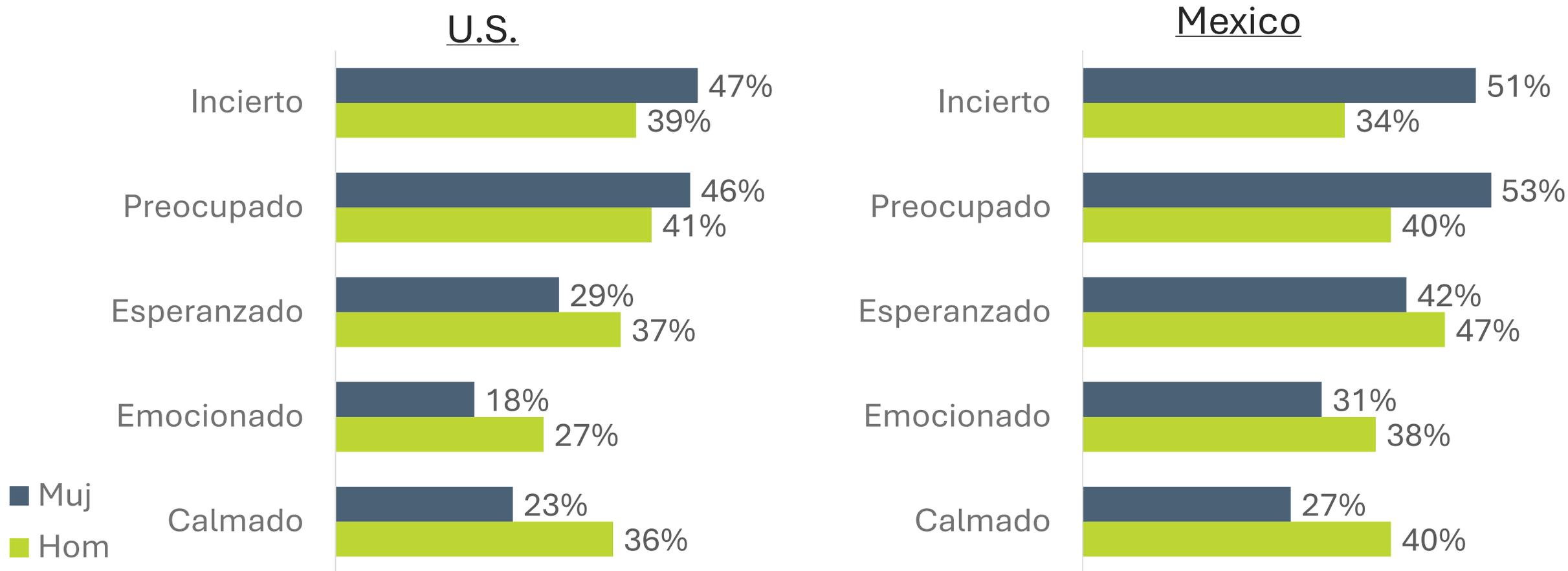
Partes bajas de Activewear, 24%



EMOCIONES Y SU IMPACTO EN LA COMPRA

Pensando en un mundo más amplio, ¿Qué, _____ te sientes en este momento?

% siento fuertemente (los top 2)

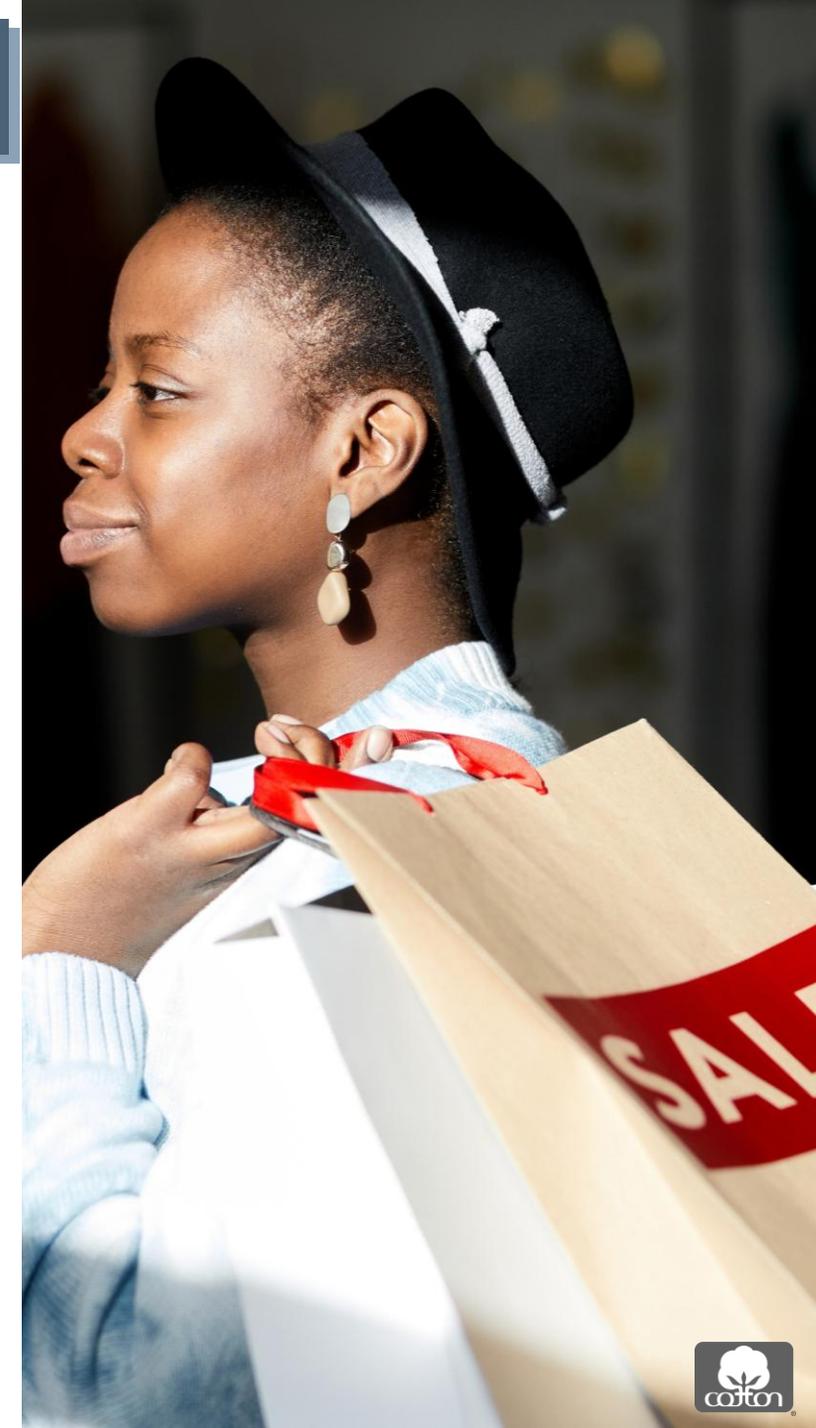
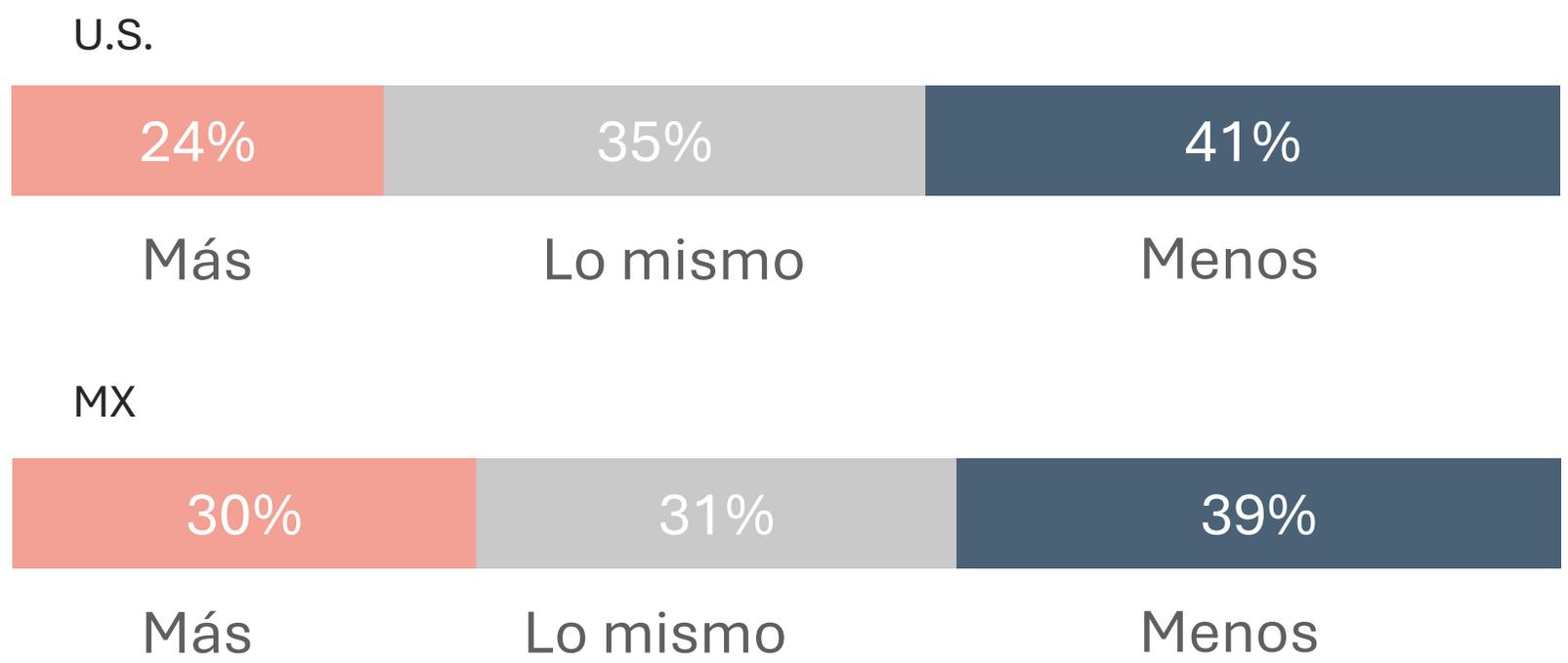


Source: Cotton Incorporated's 2025 Consumer Sentiment Survey - U.S., Wave 1, N=940, Mexico, Wave 1, N=991



EMOCIONES Y COMPRA DE ROPA

Comparado con hace unos meses atrás, estás gastando más, menos o casi la misma cantidad en ROPA?



Source: Cotton Incorporated's 2025 Consumer Sentiment Survey - U.S., Wave 1, N=940, Mexico, Wave 1, N=991





COMPORTAMIENTOS RECIENTES DE COMPRA

% realizado en el mes pasado



No ha comprado ropa en el mes pasado

16%

México

20%

U.S.



Comprado ropa en oferta

51%
43%



Comprado en una promoción

40%
27%



Comprado ropa usada

24%
21%



Reparado un artículo para extender su uso

15%
14%

¿ESTANDARES COMPROMETEDORES? NO TANTO – U.S.

*% que se sacrificaron en el mes pasado para ahorrar dinero
Entre los que compraron ropa*



36%

Sin sacrificio



23%

Calidad



17%

Marca/
Retailer



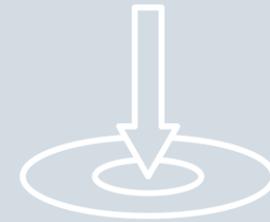
13%

Atributos con
desempeño



13%

Durabilidad



10%

País de
Origen



9%

Comfort

¿ESTANDARES COMPROMETEDORES? – MEXICO.

*% que se sacrificaron en el mes pasado para ahorrar dinero
Entre los que compraron ropa*



21%

Sin sacrificio



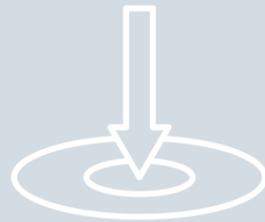
25%

Marca/
Retailer



20%

Calidad



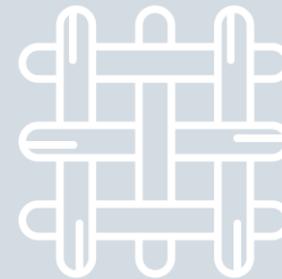
13%

País de
origen



11%

Durabilidad



8%

Contenido
de Fibra



8%

Atributos de
desempeño

GASTANDO DINERO PARA AHORRAR DINERO

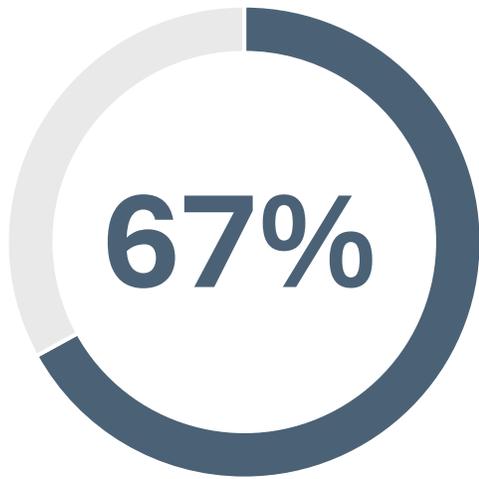


Para los compradores en una era post-inflacionaria, hacer más con menos no es solo una táctica, es mostrar fuerza. Esperar [gastar dinero para ahorrar dinero] para emerger como más compradores buscan optimizar sus compras, gastando dinero en formas que creen les traen el mayor valor y dándole valor a las compras en nuevas e innovadoras formas.

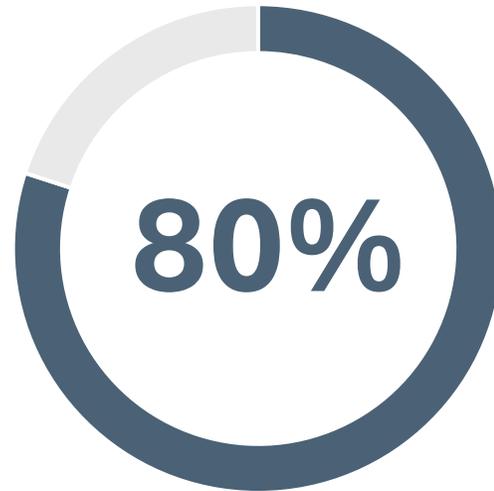
- WGSN

BUSCANDO VALOR

¿Has comprado ropa recientemente que consideres es de buen valor?



México



U.S.

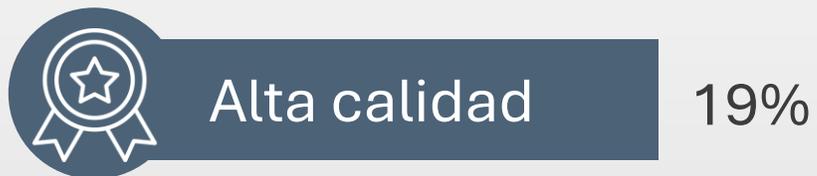
Source: Cotton Incorporated's 2025 Consumer Sentiment Survey - Mexico Wave 1, N=991, U.S. Wave 1, N=940



DEFINIENDO “BUEN VALOR”

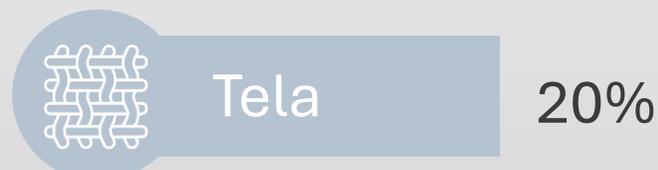
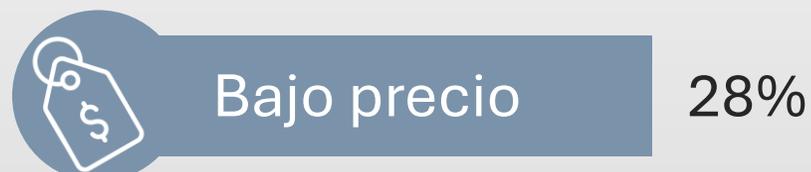
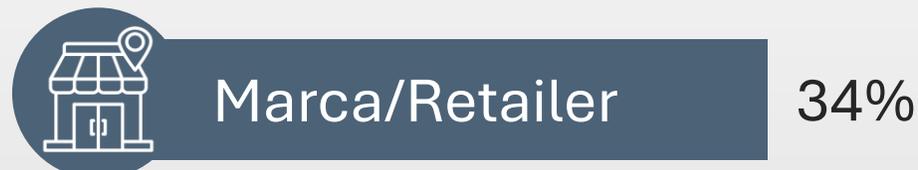
% menciona el atributo como una compra de buen valor

Entre los que recibieron valor-U.S.



% menciona el atributo como una compra de buen valor

Entre los que recibieron valor-México.



U.S.

“Compré una sudadera negra extra larga en Amazon por \$19. \$19 es un buen valor por la sudadera que adquirí”

- 59 años hombre

“Un jumpsuit de denim de Fashion Nova. Estaba realmente muy lindo y la Calidad excelente”

- 20 y/o mujer

“Compré un hoodie porque estaba en oferta y de una gran marca de la que he comprado muchas veces antes”

- 21 años hombre

“Mi hijo necesitaba nuevos jeans y los encontré en oferta en un gran precio”

- 44 y/o hombre

México

“El pantalón se siente de buena calidad en relación con el costo, además el diseño es bueno y me queda bien.”

- 25 años mujer

“Que es de marca, además de lo que esta representa en si, tiene mayor durabilidad.”

- 32 años mujer

“Es ropa bonita y un poco barata. Me gusta mucho ese tipo de ropa.”

- 23 años mujer

“El precio no fue tan elevado y la ropa es de buena calidad”

- 60 años hombre

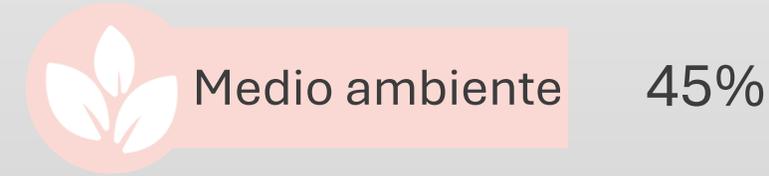
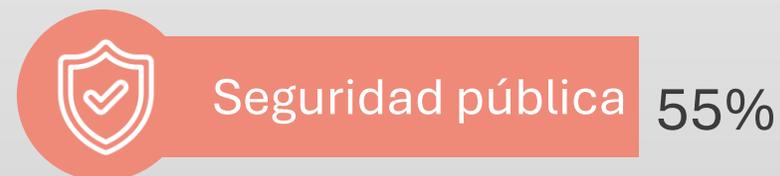
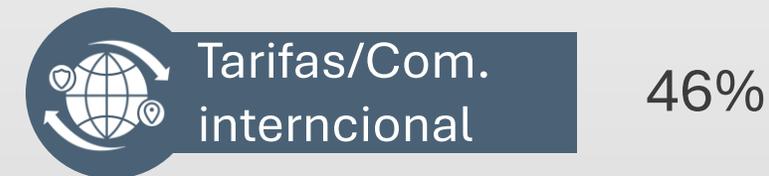
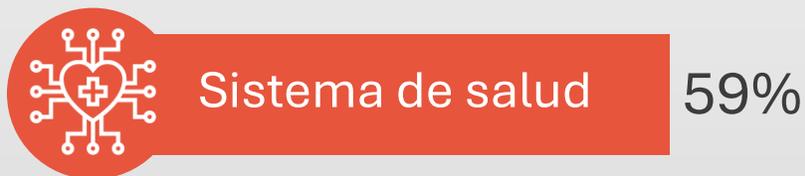
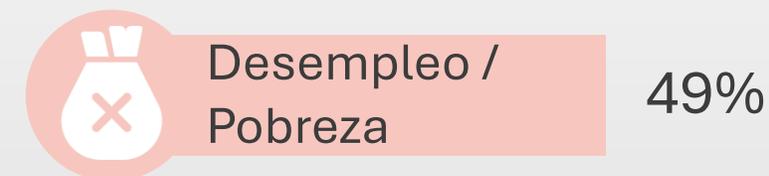
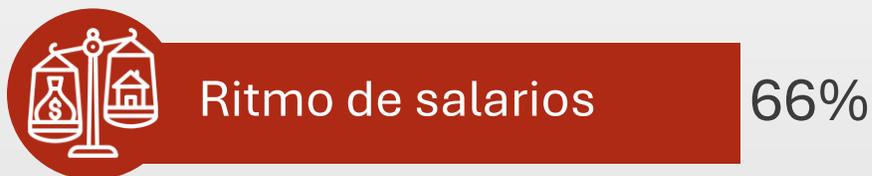
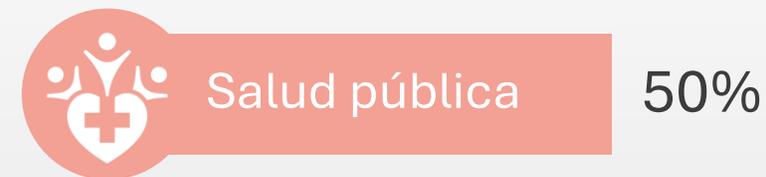
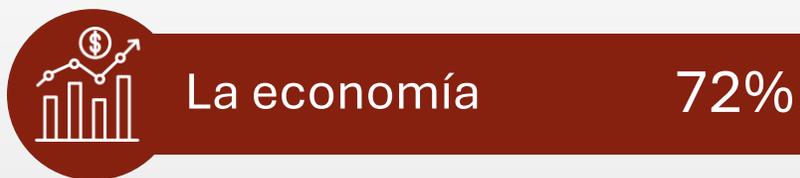


TARIFAS Y CONSUMIDORES - US

SOCIAL/ COMUNIDAD

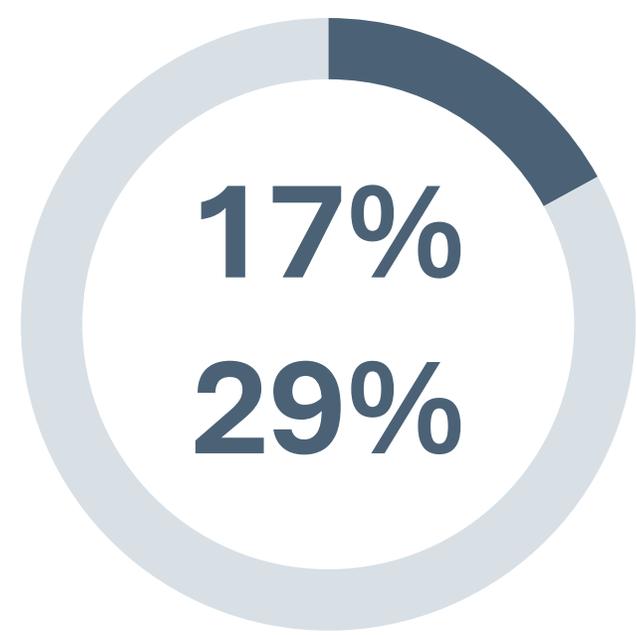


% dice es una gran preocupación

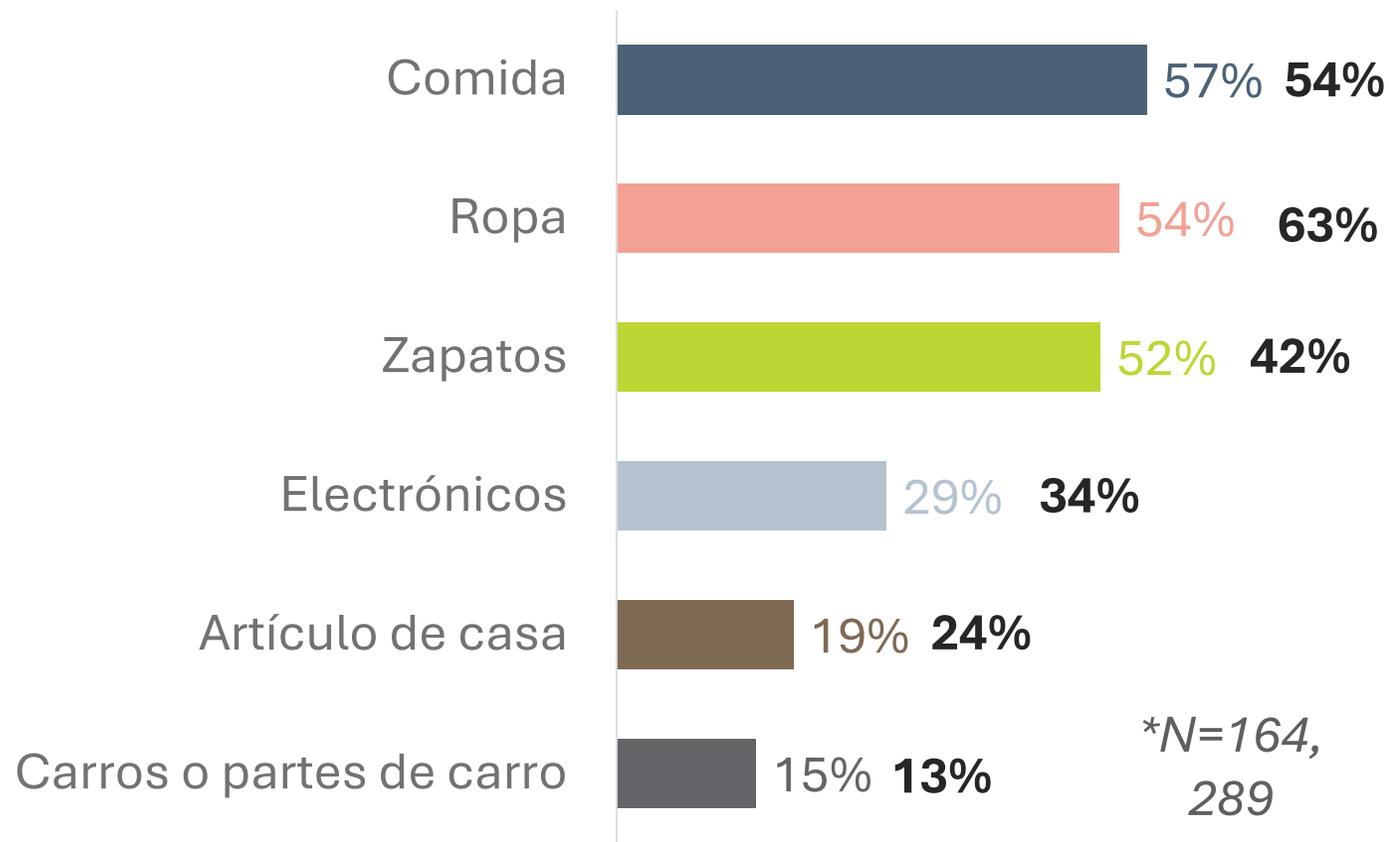


TARIFAS Y CONSUMIDORES - US

% que han visto “cargo por tarifas” en un recibo de compra



Tipo de producto que ha tenido un “cargo por tarifa”
*Entre aquellos que han visto el cargo**

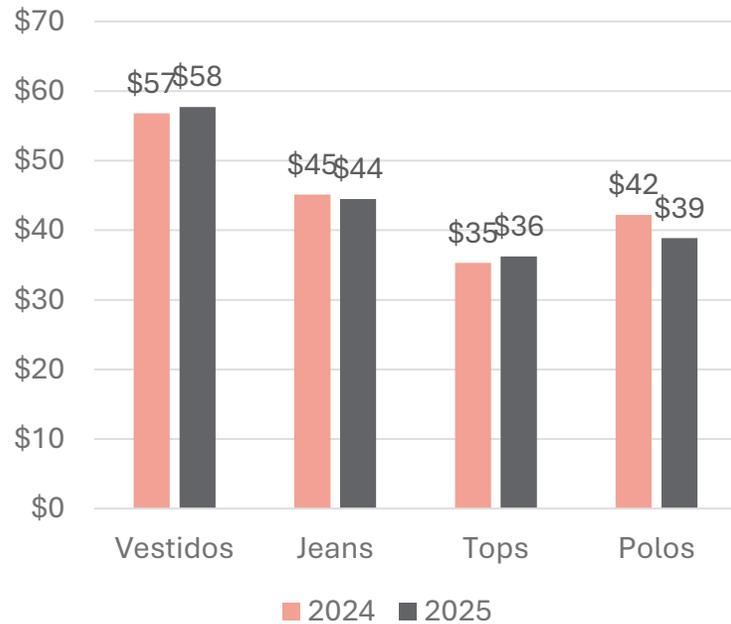


Source: Cotton Incorporated’s 2025 Consumer Sentiment Survey - U.S., Wave 1, N=940, Source: Cotton U.S., Wave 2, N=987

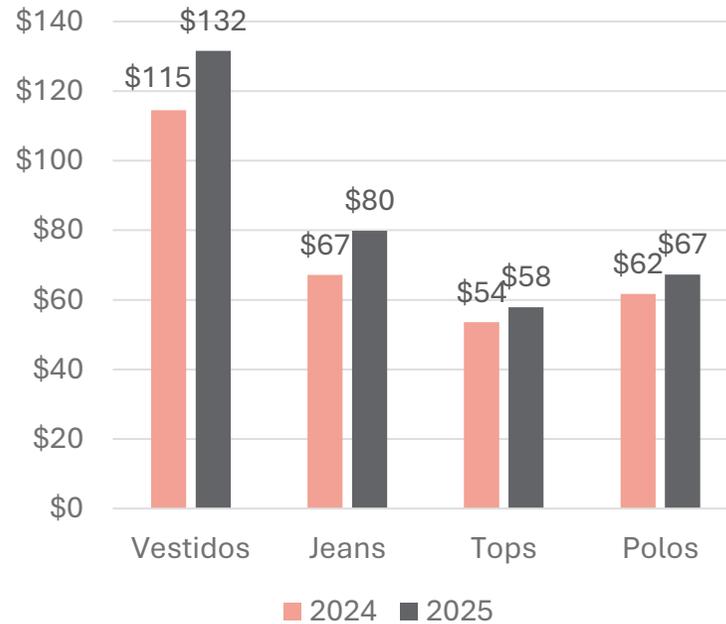


PRECIOS ANUNCIADOS EN LINEA DE ROPA PARA MUJER

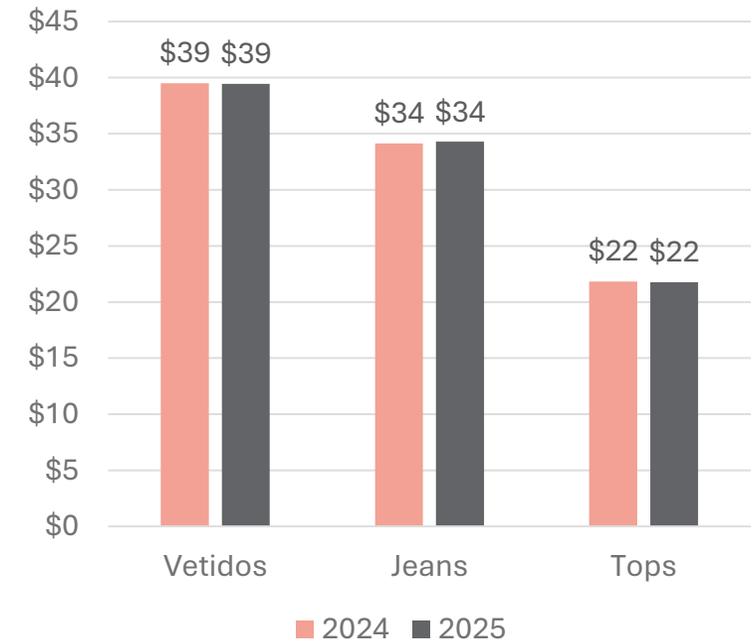
Precios de Primavera en Target (Mazo, Abril, Mayo)



Precios de Primavera en Macy's (Marzo, Abril, Mayo)



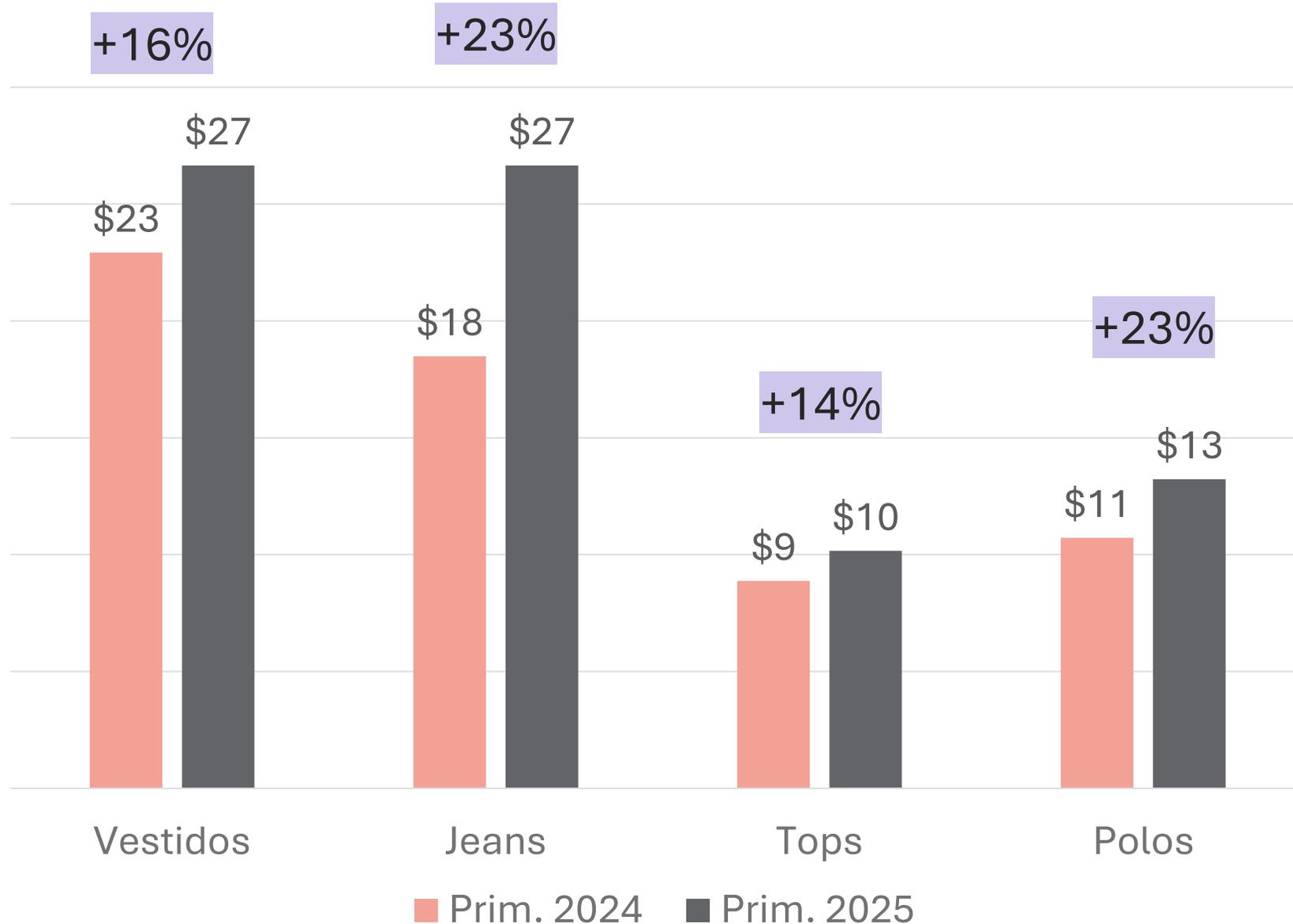
Precios de Primavera en H&M (Marzo, Abril, Mayo)



Source: Cotton Incorporated's Retail Monitor – March-May average prices



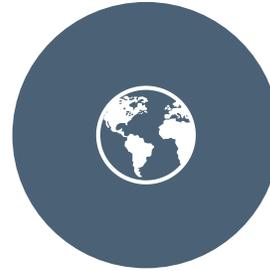
PRECIOS ANUNCIADOS ROPA DE MUJER - SHEIN



Source: Cotton Incorporated's Retail Monitor – March/May average prices offered on website



RESUMEN



1

Las finanzas y la salud son las principales preocupaciones de los consumidores

2

No es solo acerca del precio

3

Consumidores están buscando un buen valor



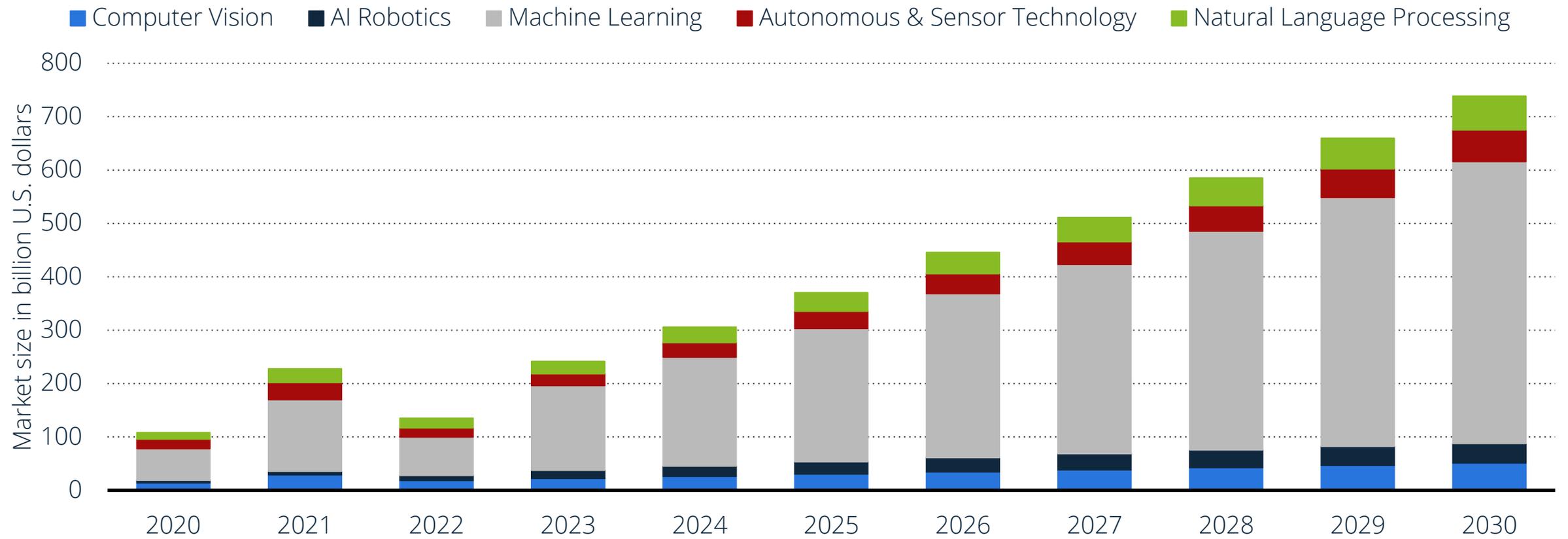
2

Estrategias del Retailer



TAMAÑO DEL MERCADO MUNDIAL DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Tamaño de mercado mundial de las tecnologías de IA 2020-2030, por segmentos (millardos of USD)



Source(s): Statista; Statista Technology Market Insights; Worldwide; August 2023
ID 1424021

EFICIENCIAS DE LA IA



Diseño
Producto y marketing



Optimización de cadenas de
suministro

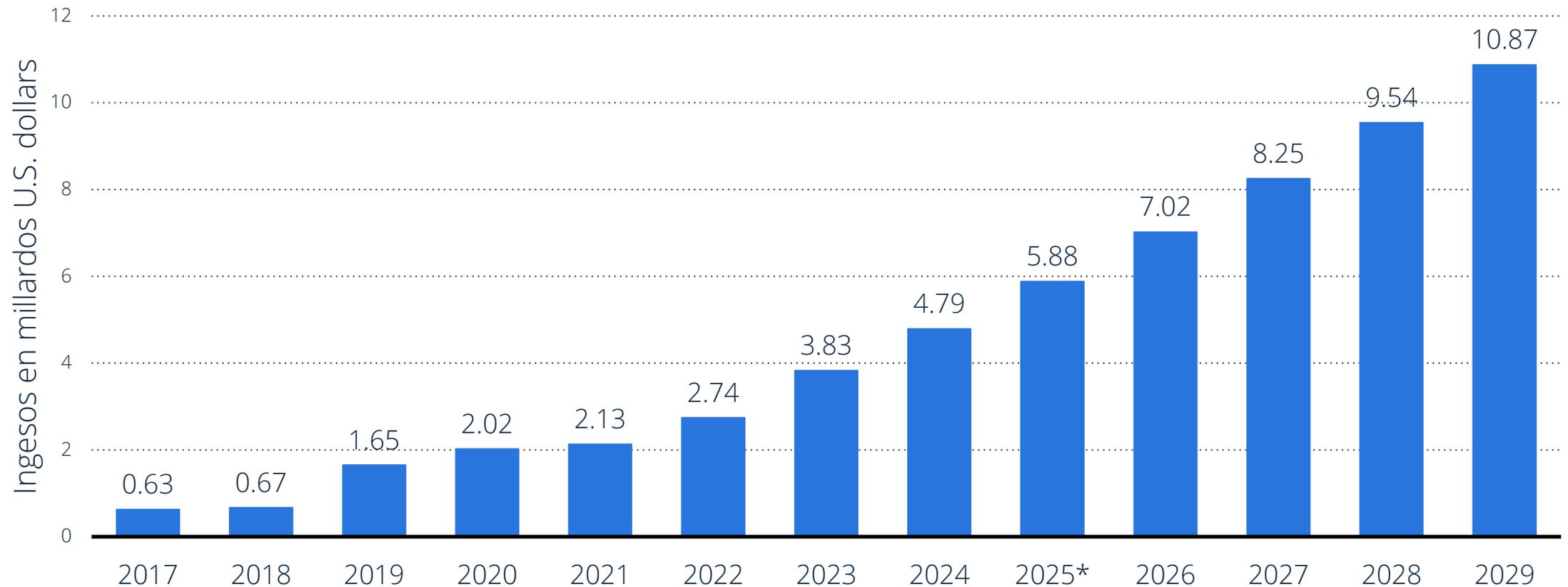
Automatización y pronóstico de demanda



Mejora de la experiencia del cliente
-personalizar la experiencia de compra

LOS INGRESOS DEL E-COMMERCE EN ROPA EN MEXICO SIGUEN CRECIENDO

Ingresos en e-commerce de ropa en México 2017-2029 (millardos U.S. dollars)



Note(s): Mexico; 2017 to 2029

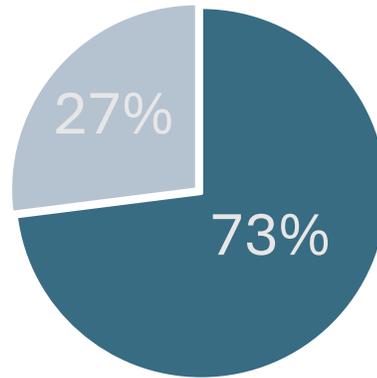
Source(s): ecommerceDB.com; [ID.739087](#)



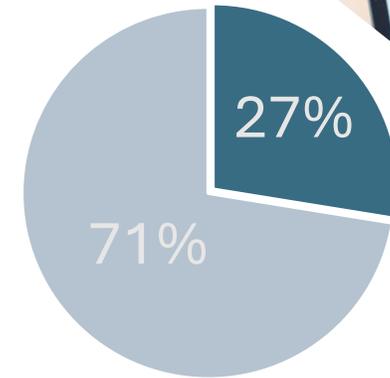
Preferencias Cambiantes: México

¿Dónde prefieres más?

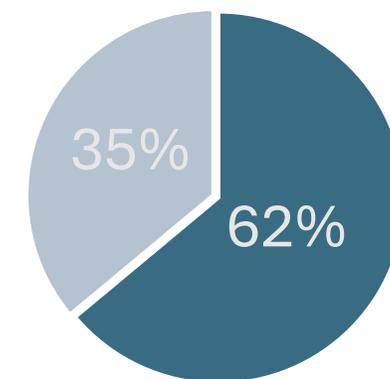
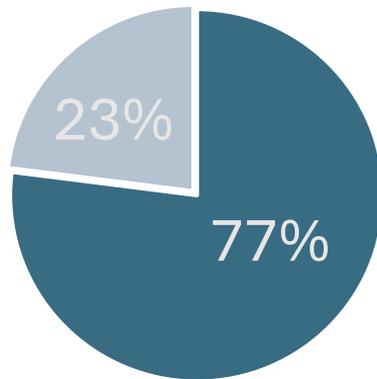
Buscar ideas



■ En la tienda
■ En línea



Comprar ropa



2018

2025

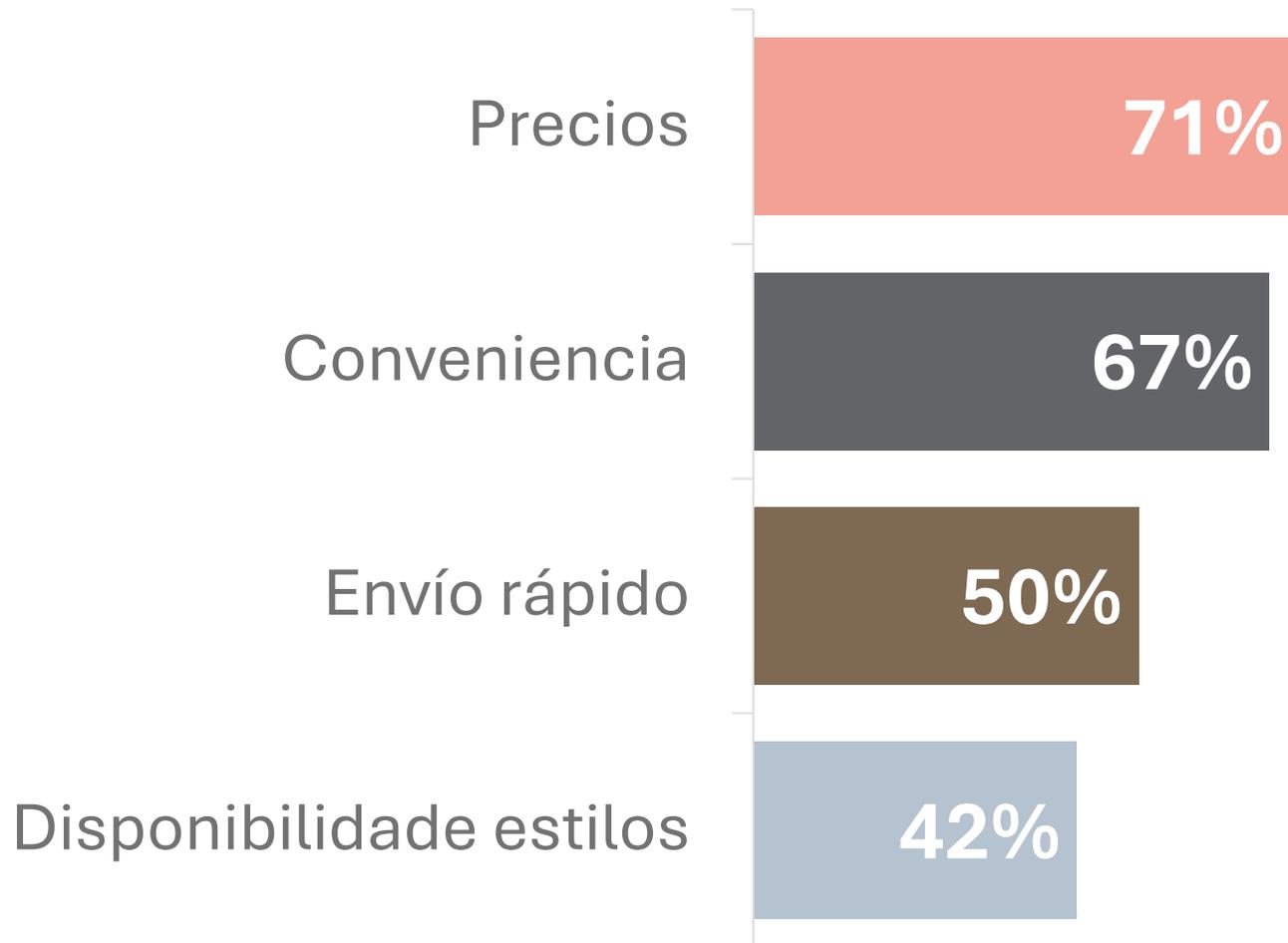
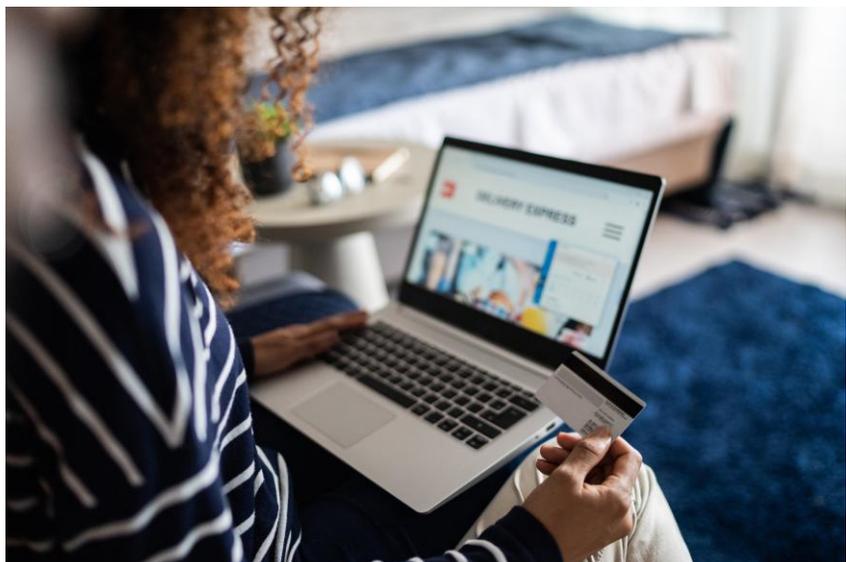
Fuente: Global Lifestyle Monitor de CCI & Cotton Incorporated, Mexico 2018 N=1,000, 2025 N=1,000



¿Por qué comprar ropa Online?

Los consumidores mexicanos dicen que el precio, la conveniencia, el envío rápido, y la selección/estilos disponibles son las principales razones para comprar ropa online.

La Gen Y y Gen X+ son las que más probablemente aprecien la conveniencia de la compra de ropa online



Source: Cotton Incorporated's Online Shopping Survey 2024, Mexico, N=1,004



APORTAR BUEN VALOR



Membresía pagada



Productos premium a precio razonable



Programas de recompensas



Recompra y reventa



OFRECER CONVENIENCIA Y SERVICIO



Source: Getty Images



RESUMEN

1

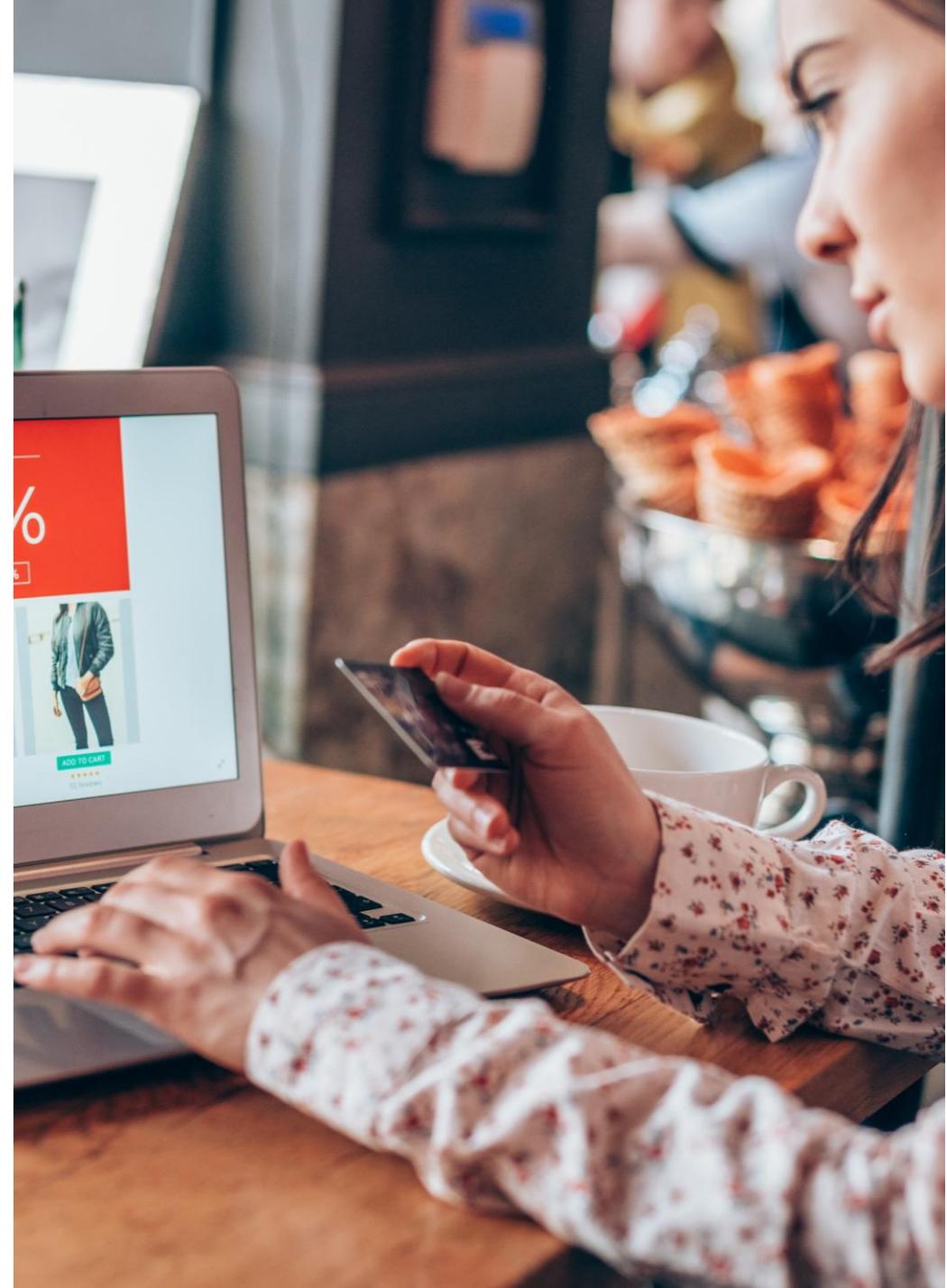
La IA y tecnología deben incluirse en los planes de Negocios actuales y futuros

2

Los retailers están ofreciendo valor a los consumidores

3

Crear comunidades y razones para que los consumidores vengan



3

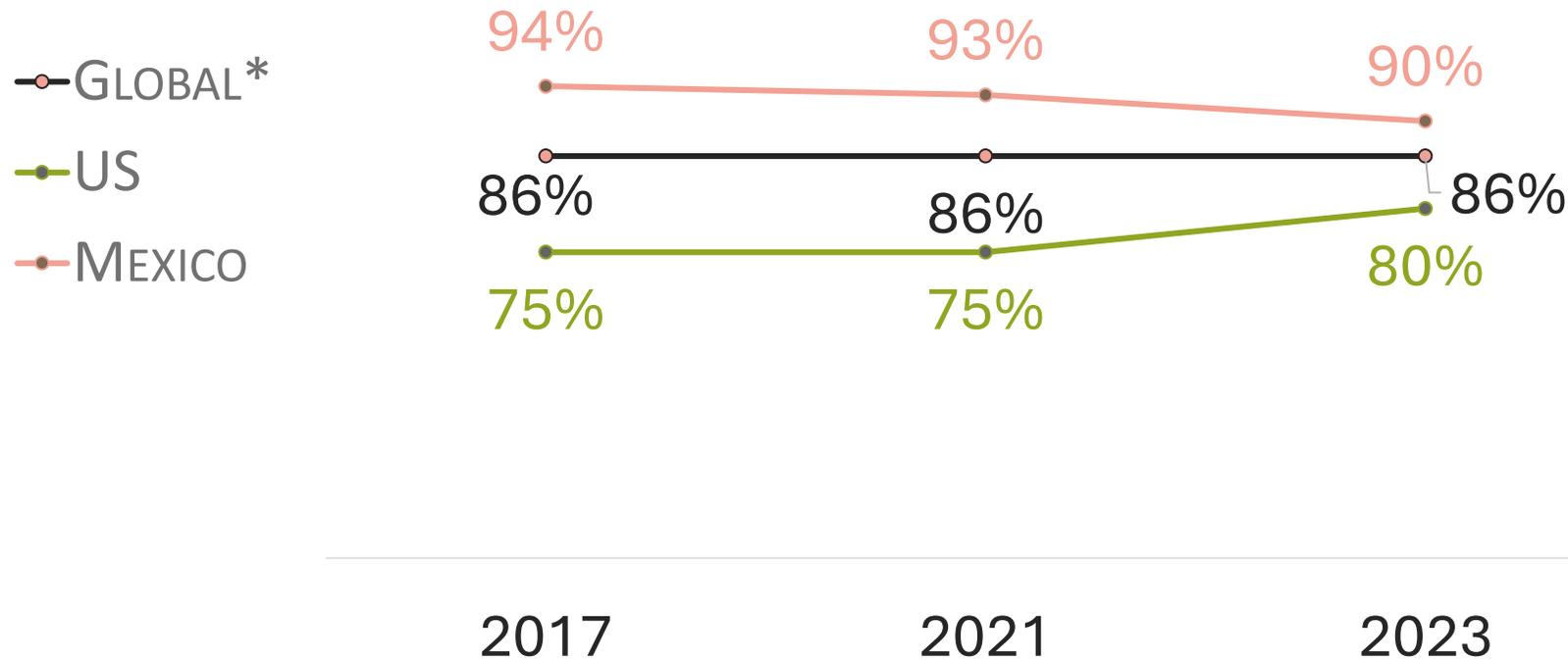
Closets Sostenibles



PREOCUPACIONES POR LA SOSTENIBILIDAD

Las preocupaciones permanecen estables en todo el mundo

% consumidores que permanecen preocupados acerca del cambio en el medio ambiente

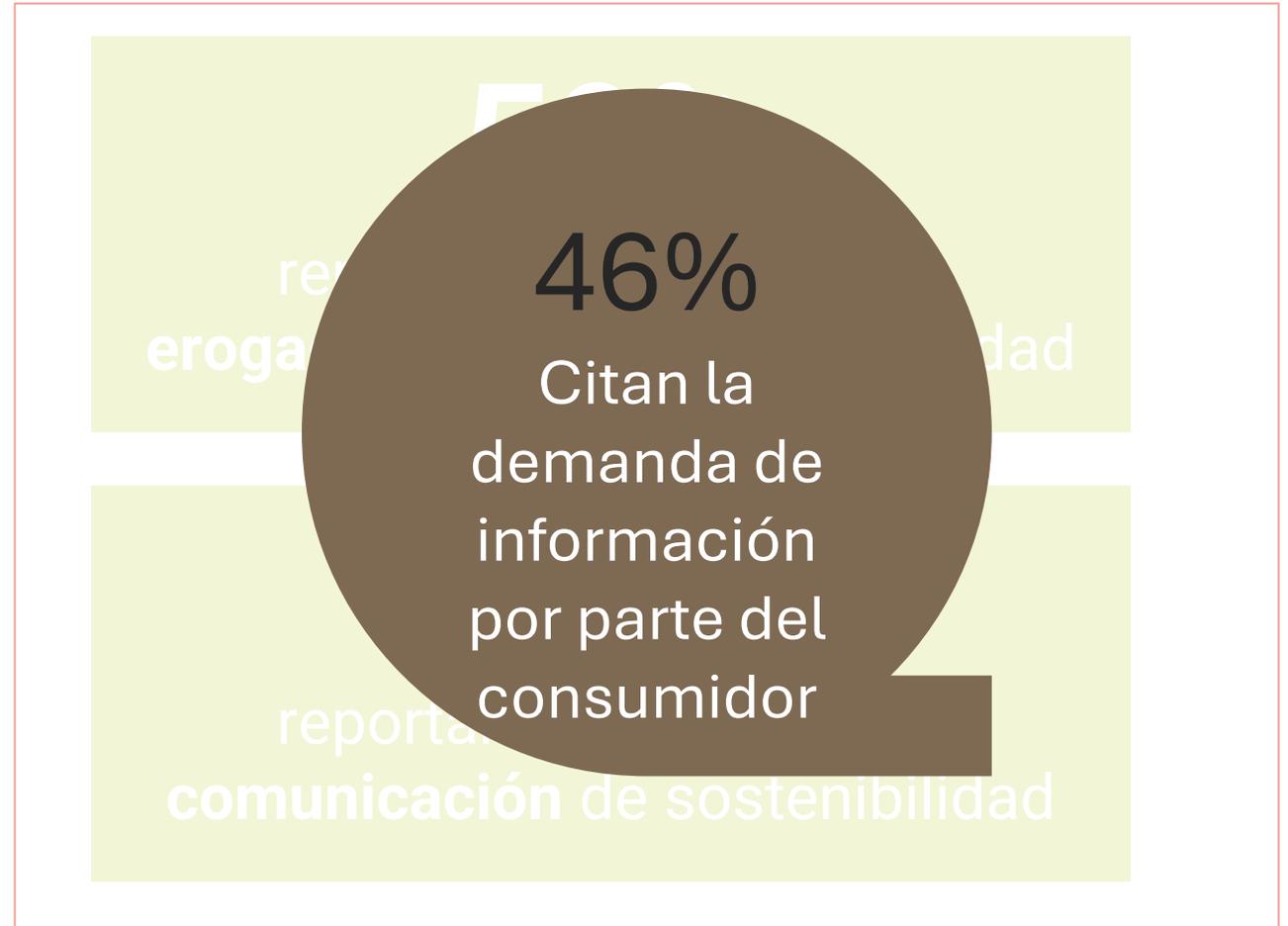


* China, Alemania, India, Italia, México, U.K., U.S.

Source: CCI & Cotton Incorporated's Global Sustainability Survey, Waves 1-3, N= 21,000



ESFUERZOS: INDUSTRIA Y SOSTENIBILIDA



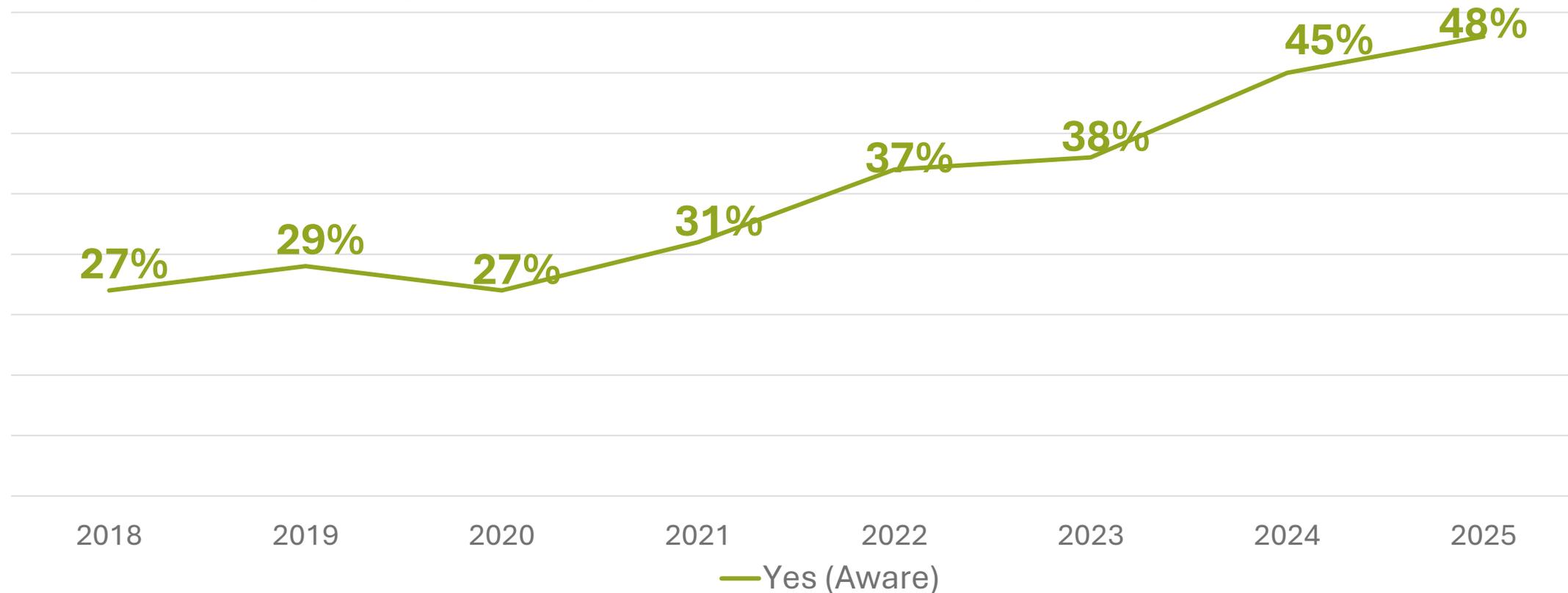
Source: Sourcing Journal & Cotton Incorporated's 2024 Industry Traceability & Recycling Survey, N=341



INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO DE LOS MICROPLASTICOS, PERO NO TODOS LOS TÉRMINOS ESTAN CLAROS

Más consumidores están concientes de la contaminación por microplásticos

¿Está usted conciente de las actuales preocupaciones acerca de la contaminación de las microfibras en nuestros océanos?



Source: Cotton Incorporated's *Lifestyle Monitor™* Survey, 2018-2025, N=3748

<https://www.youtube.com/watch?v=v7lnAbBUdo8>



CONOCIMIENTO DE LOS TERMINOS DE SOSTENIBILIDAD-Mex.



Conocedor

>30% Conocedor/Entiende

Hecho localmente (42%)

Reciclado (41%)

Amigable con el ambiente (39%)

Biodegradable (38%)

Sostenible (36%)

Natural (33%)

Orgánico (32%)

Menos Conocedor

<30% Conocedor/Entiende



Upcycled (29%)

Basado en plantas (24%)

Procesos mínimos (21%)

Crecido de la tierra (18%)

Agricultura regenerativa (18%)

Circular (18%)

Neutral en carbono (17%)

Trazable (16%)

DISEÑANDO CON LA CIRCULARIDAD EN LA MENTE

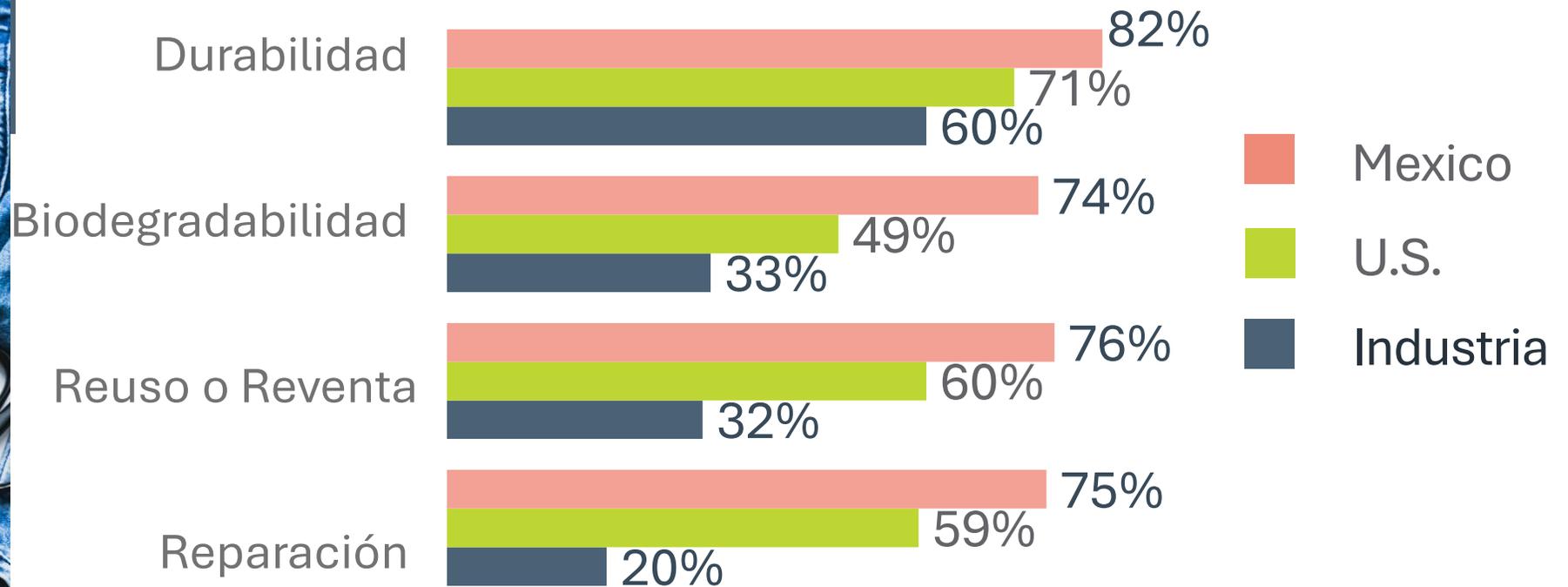
84%

Profesionales de la industria dicen que la circularidad influye en sus decisiones



Durabilidad encabeza la lista de prioridades de la industria y el consumidor

% interesados en/ % influenciados por el diseño circular para



Sources: Sourcing Journal & Cotton Incorporated's 2023 Industry Circularity Survey, N= 189 and Cotton Incorporated's 2023 Consumer Circularity Survey, N=2,000 (US and Mexico)



La Industria Busca Trazabilidad

53%

Activamente busca estrategia de trazabilidad

Exige el consumidor

44%

5

45%

4

Monitorear el riesgo de la cadena de suministro

46%

3

Imagen de la marca

52%

2

Cumplimiento con la regulación

56%

1

Lograr objetivos de sostenibilidad





PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA

¿En qué formas su compañía incorpora el reciclaje en sus operaciones?

% profesionales de la industria textil

54%

Usamos materia prima reciclada dentro de nuestros productos

36%

Reciclado de desperdicio textile post-consumo

36%

Reciclado de desperdicio industrial de producción

40%

Reciclaje industrial, cadena de suministro, empaques al consumidor

34%

Usamos avíos, botones, cremalleras, etc, recicladas

RETOS DEL RECICLAJE

Retos para escalar el uso de materiales reciclados

% profesionales de la industria textil



Costo de materiales **54%**



Calidad de materiales **43%**



Disponibilidad de materiales **41%**



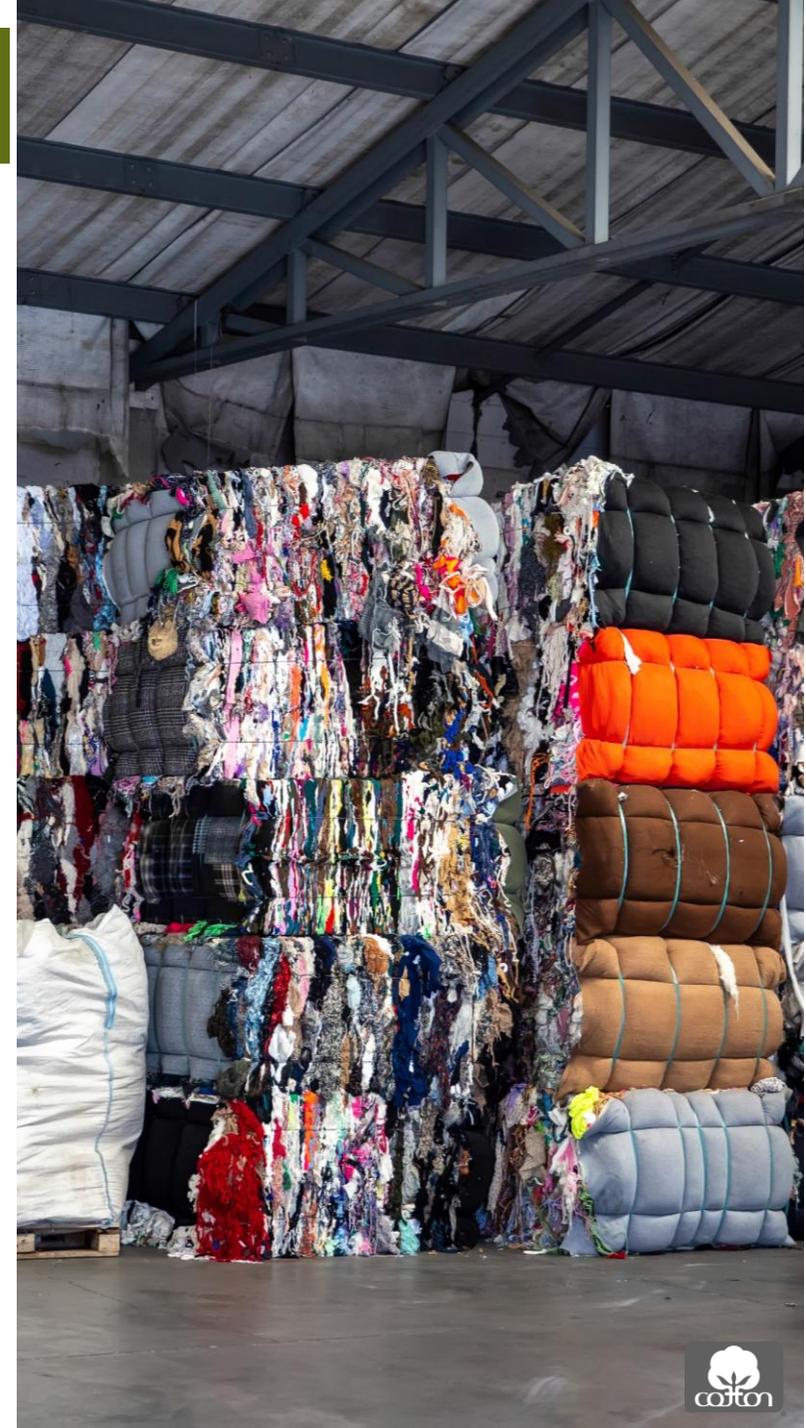
Cumplimiento y visibilidad del origen de las fibras **39%**



Exigencia del consumidor **32%**



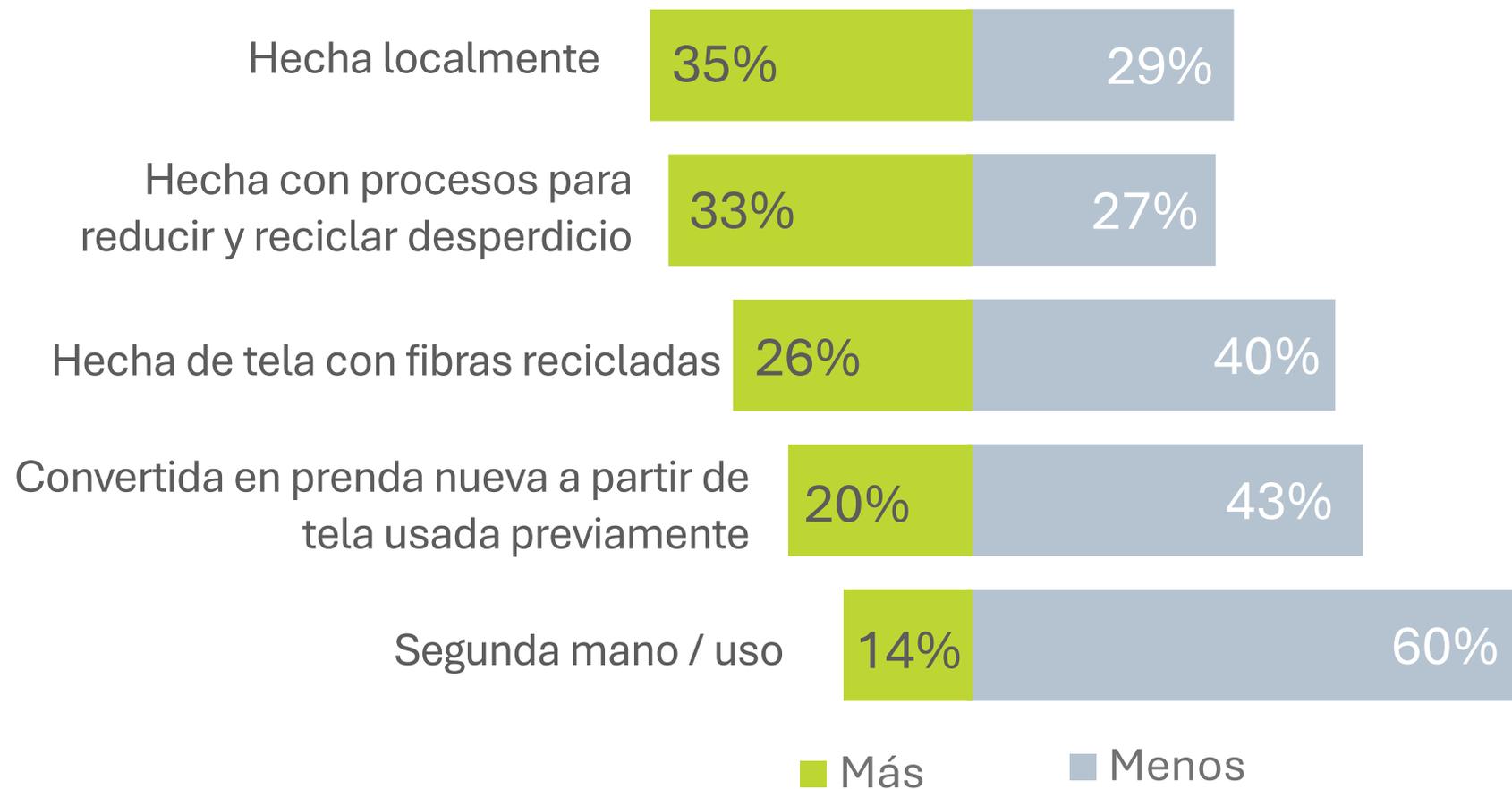
Infraestructura para la separación **29%**





EXPECTATIVAS DE PAGO - MEXICO

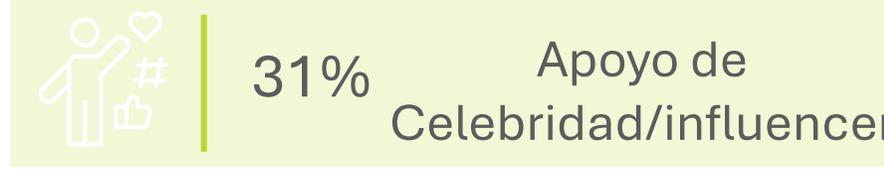
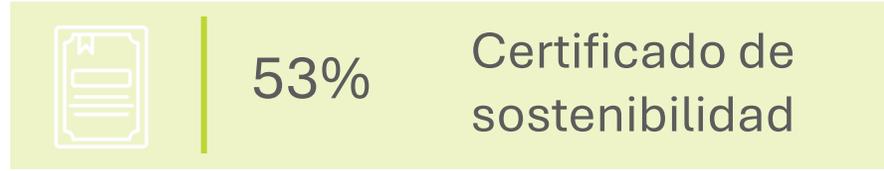
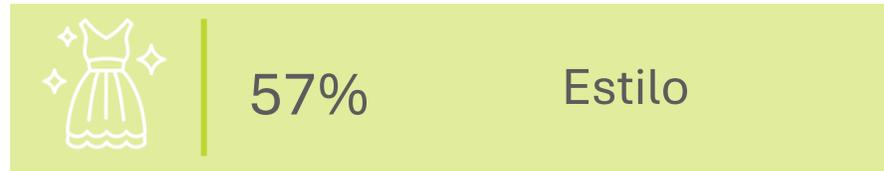
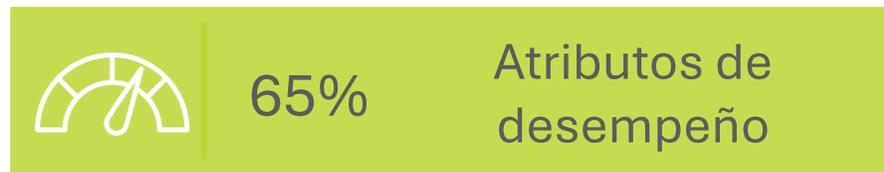
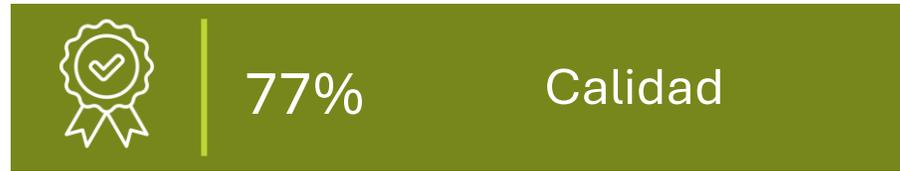
% esperar pagar más o menos por ropa que



Source: Cotton Incorporated's 2024 Consumer Traceability & Recycling Survey – Mexico., N=1,001



RAZONES PARA PAGAR MAS-MEXICO



Source: CCI and Cotton Incorporated's Sustainability Survey 2023. Survey Sample 1,000 Mexico Consumers



El Algodón es de Calidad

Los Consumidores asocian los siguientes atributos con el algodón:

En comparación con las fibras sintéticas, el algodón es la más...

89%

La más cómoda

80%

La más duradero

84%

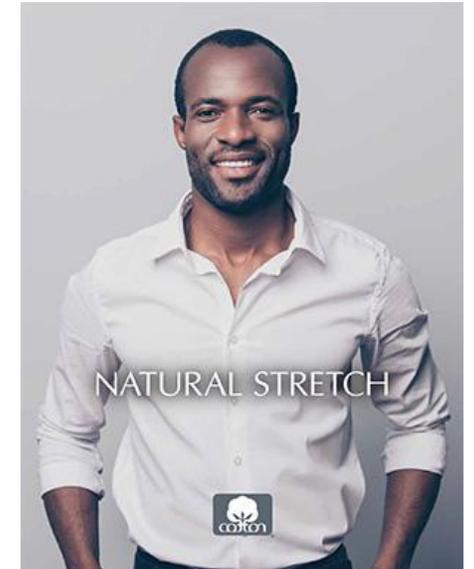
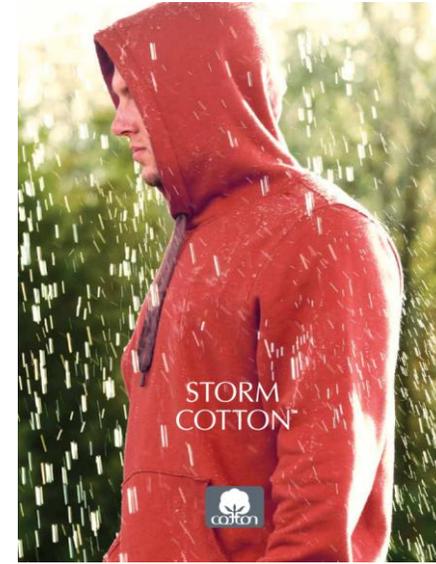
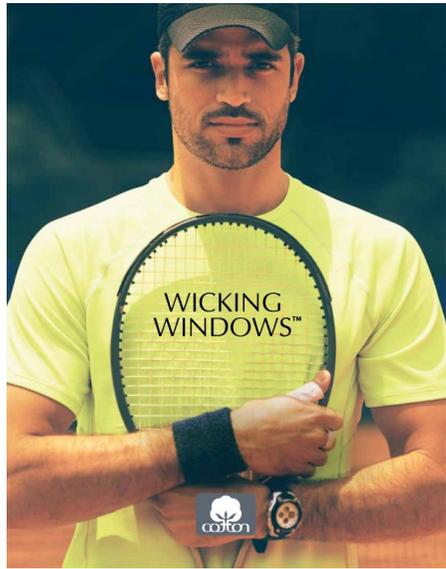
La mayor calidad

84%

La más sostenible



TECNOLOGIAS DE DESEMPEÑO PUEDEN AYUDAR CON LA DURABILIDAD



RESUMEN

1

Una desconexión de los términos de la industria con el conocimiento del consumidor pueden limitar su posibilidad de ver el valor o pagar más

2

Conforme la industria trabaja para cumplir metas de sostenibilidad y regulaciones, no deberían ignorar la oportunidad de compartir con los consumidores en términos que ellos entiendan

3

Consumidores están familiarizados con el reciclaje y lo consideran sostenible pero esperan que cueste menos.

