

Mexicanos compran en promedio \$11,200 pesos de ropa al año

Camisetas, camisas, vaqueros y ropa interior son las prendas más vendidas en México, Liverpool la tienda más concurrida y el algodón la tela preferida por los mexicanos. A continuación seis tendencias que guían el consumo de la ropa en el país, según un estudio realizado por **Cotton Incorporated**.

Atributos. Los principales factores que determinan la compra de las prendas son calidad (95%), comodidad (95%) y ajuste (94%). El precio es secundario, pues sólo 13% de los mexicanos encuestados dijeron comprar únicamente ropa de oferta.

Hay una tendencia que apunta a comprar menos artículos, de mayor precio y calidad.

Precio y productos. Las prendas más vendidas en México son calcetines, ropa interior, camisetas, camisas de vestir y vaqueros. En promedio, los consumidores gastan en ropa alrededor de 11,200 pesos al año.

Puntos de venta. La compra de ropa se divide entre las tiendas nacionales e internacionales. Liverpool encabeza la lista de las nacionales (19%), seguida de Aldo Conti (10%), Palacio de Hierro (6%), Suburbia (8%) y Men's Factory (5%).

Entre las tiendas internacionales más concurridas por los mexicanos están Zara (8%), C&A (7%), Sears (6%), Bershka (6%) y Shasa (5%).

Algodón, la tela favorita. La mayoría de los consumidores mexicanos (75%) prefieren la ropa hecha de algodón por considerarlo cómodo, de buena calidad y duradero.

9 de cada 10 consumidores asocian al algodón con calidad y 68% estaría dispuesto a pagar más por una prenda con un mayor porcentaje de algodón.



Moda vs básicos. Sólo 35% de los consumidores se consideran *fashionistas*, razón por la cual los detallistas mantienen un equilibrio entre las prendas ‘de moda’ y los básicos (productos atemporales).

TV y revistas, guías de compra. La televisión y las revistas aún son las principales ‘fuentes de inspiración’ a la hora de elegir prendas, sin embargo, la Internet está cobrando mayor fuerza.

Algunas proyecciones indican que más del 50% de la población mexicana tendrá acceso a Internet en 2020, por lo que los minoristas han implementado diversas estrategias para atraer a los consumidores a través de redes sociales, como Facebook.

***Con información de www.manufactura.mx**

