

# 5 tendencias que guiarán el mercado de la ropa en México

Se prevé que habrá algunos ajustes en los hábitos de consumo para los próximos 5 años, por lo que se espera la diversificación de los modelos de negocio existentes.

Analistas prevén que los mexicanos comprarán más ropa en los próximos años, sin embargo, se prevé que habrá algunos ajustes en los hábitos de consumo, por ejemplo, se espera una proliferación de outlets, mayores ventas por Internet y la llegada de más marcas extranjeras.

Miguel Ángel Andrew, consultor especializado en tendencias de consumo de ropa y marketing, observa cinco tendencias que guiarán el consumo de prendas en el país.

**1. MEXICANOS COMPRARÁN MÁS ROPA.** Las ventas de ropa mantendrán un crecimiento promedio anual de 3.6% hacia 2018, reportando el pico más alto en 2016, cuando los analistas prevén un alza de 4.9%.

**2. E-COMMERCE, LA TENDENCIA.** Se esperan que en los próximos cinco años las ventas de ropa por Internet crezcan. Incluso se espera que las ventas en línea representen 40% del total de las ventas de ropa en el país, tal como ya ocurre en algunos mercados europeos.

**3. DEPARTAMENTALES A LA BAJA.** Debido a un crecimiento en el número de tiendas de las marcas.

**4. ABRIRÁN MÁS OUTLETS.** Outlets y tiendas de descuento empezarán a desarrollarse. Estas tiendas son una opción atractiva para encontrar mercadería que está fuera de temporada, discontinuada, o saldos de talles a precios convenientes. Son comunes en Estados Unidos y en las principales capitales europeas, en México recién se están viendo las primeras puntas de lanza de esta modalidad.

**5. MÁS MARCAS EXTRANJERAS.** Para los próximos cinco años se espera la llegada de más marcas, tanto Premium como de consumo.

Recientemente llegaron al país más marcas aspiracionales como la holandesa Scotch & Soda, que fabrica prendas prêt à porter para dama, caballero y niños.

También llegaron marcas de consumo masivo como la sueca H&M y la estadounidense Forever 21.

Aunque la venta de ropa incrementó 6% en departamentales y de autoservicio en lo que va del año, según datos de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (Antad), los industriales del vestido aseguran que este incremento ha sido absorbido por las marcas extranjeras.

Las firmas nacionales no sólo no han capitalizado este crecimiento, sino que han perdido participación de mercado (alrededor de 5%) ante el producto importado.

“Si sumamos lo que hemos dejado de vender, más el terreno perdido en el piso de venta, tenemos una caída total de 11%”, dijo Sergio López de la Cerda presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (Canaive).

**\*Con información de manufactura.mx**

