

MÉXICO Seduce a la industria de la moda

prospecta

por **MANUFACTURA.MX**

En particular al segmento de fast fashion, gracias al potencial del mercado y al e-commerce

México se ha convertido en los últimos años en un mercado atractivo para marcas internacionales de ropa, lo que ha dado como resultado que éstas sean asequibles para más consumidores, tendencia que seguirá gracias al crecimiento que se prevé en el ingreso de las personas y el comercio electrónico. Amanda Bourlier, especialista de Euromonitor, indicó que tan sólo en 2012 llegaron las firmas Forever 21, Express, Stradivarius y H&M, mientras que 2013 lo hicieron Under Armour y American Eagle Outfitters, así como también el lanzamiento de tiendas propias de Banana Republic.

“A pesar de las diferencias de posicionamiento, precios y consumidor objetivo, las marcas de moda pueden aprender algunas cosas de las exitosas estrategias implementadas por las de lujo que tienen más tiempo y experiencia en México”, afirmó.

La analista de investigación señaló que el Palacio de Hierro es como un filtro, ya que con la excepción de Salvatore Ferragamo, todas las tiendas de lujo monitoreadas han abierto sus propias unidades sólo después de varios años de ventas por otros canales, en especial en la cadena departamental, pero también a través del comercio electrónico. El comercio electrónico podría ser la oportunidad para que las marcas estándar tengan éxito en México, ya que se espera que las ventas de vestuario a través de Internet muestren una tasa de crecimiento anual de 18% en promedio entre 2013 y 2018.

“En la actualidad, los retailers más importantes de vestuario y calzado en México son Dafiti, Linio y Privalia, pero aún espacio para nuevos actores en el comercio electrónico”.

De hecho, precisó Bourlier, se proyecta que las tiendas por departamento, al igual que los especialistas en vestuario, reporten un crecimiento anual promedio de alrededor de 5.0% durante el mismo periodo.

La especialista de la consultora explicó que a diferencia de las marcas de lujo, donde la exclusividad y la protección de la marca de la saturación son preocupaciones claves, el fast fashion prospera con una gran variedad de artículos que cambian rápidamente y así conservan a sus seguidores.

Detalló que el boom de las marcas internacionales en México da como resultado que éstas ya no sólo sean asequibles para los consumidores de altos ingresos, quienes hacen la mayor parte de sus compras de vestuario y calzado en el extranjero.

“Los crecientes niveles de ingreso ayudan a que los consumidores tengan una posición financiera cada vez mejor para poder sacarle provecho a lo anterior. Un rango cada vez más amplio de consumidores puede permitirse el tipo de consumo de corto plazo, pero frecuente, que promueven las marcas de moda rápida”, agregó.