



COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES EN CHINA



PARA CONOCER MÁS, COMUNÍQUESE CON SU REPRESENTANTE LOCAL DE CCI.
INGRESE AQUÍ PARA VER LA LISTA DE REPRESENTANTES POR REGIÓN.

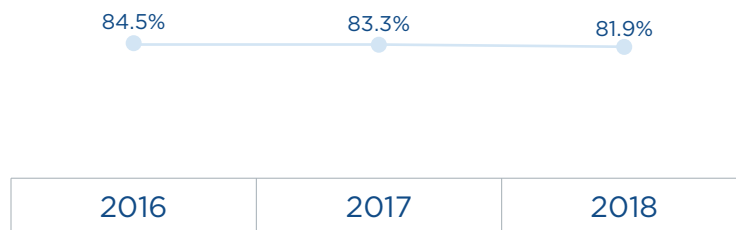
INTRODUCCIÓN

La China representa el mayor mercado de consumo en el mundo, con una población de casi 1.400 millones de personas y una clase media en crecimiento. Pese a la importancia del mercado chino, existe poca investigación de mercados para comprender las tendencias de los consumidores dentro de la industria del vestuario. Para llenar este vacío, Cotton Council International ha patrocinado investigaciones externas sobre el mercado chino durante los últimos ocho años. Han surgido varias tendencias interesantes en los últimos años a medida que ha crecido la clase media en la China y la tecnología ha ido asumiendo un mayor papel en la experiencia de los consumidores.

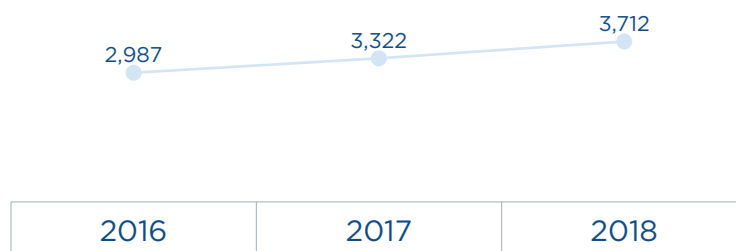
CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES

Las percepciones que tienen los consumidores chinos sobre la situación económica de sus hogares han disminuido año tras año desde 2016. El porcentaje de hogares chinos que creen que su ingreso aumentará durante próximo año ha disminuido de 49% en el 2018 a 32% en el 2019. Sin embargo, incluso mientras las condiciones económicas parecen empeorar, los consumidores chinos han estado gastando más dinero en vestuario cada año entre 2016 y 2018.

PENSANDO EN LAS CONDICIONES ECONÓMICAS, ¿CÓMO EVALUARÍA LA SITUACIÓN ECONÓMICA PARA USTED/SU HOGAR? (MUY BUENA/RELATIVAMENTE BUENA)



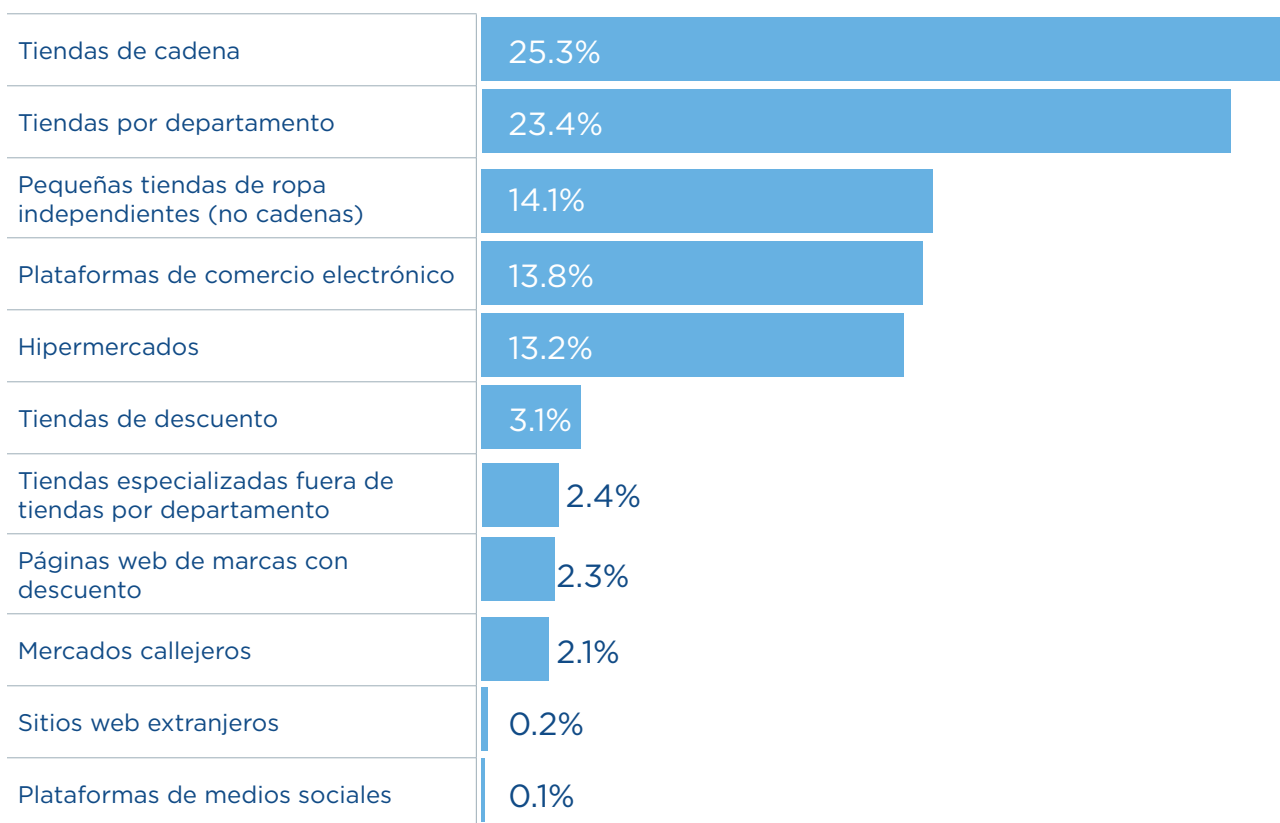
¿CUÁNTO GASTA USTED EN PROMEDIO CADA AÑO EN PRENDAS DE VESTIR PARA USTED? (¥)



COMPORTAMIENTO DE COMPRA

A pesar del enfoque sobre el comercio electrónico que se ve en los medios, las tiendas físicas son los lugares más populares donde los chinos compran sus prendas. La cuarta parte de los consumidores chinos encuestados indicó que compra la mayor parte de su ropa en tiendas de cadena, 23% en tiendas por departamento, y solamente 14% de los consumidores chinos informan que compra la mayor parte de su ropa a través de plataformas de comercio electrónico.

¿EN QUÉ LUGARES COMPRA USTED LA MAYORÍA DE SU ROPA? (% COMPRA LA MAYORÍA)



Los consumidores chinos también tienen mucha influencia de sus familiares y amigos cuando compran su ropa. La influencia de la familia ha aumentado de 53% en 2016 a 65% en 2018, principalmente en los grupos de edad de más de 30 años.

Por otra parte, los consumidores jóvenes chinos son más influenciados por los sitios web, los medios sociales, y las celebridades, que los consumidores chinos de mayor edad. Aunque 32% de todos los consumidores chinos dice estar influenciados por los sitios de comercio electrónico cuando deciden sobre su ropa, más de 40% de los grupos de menos de 30 años indicó que el comercio electrónico influye en sus decisiones. De igual manera, 28% de los jóvenes adultos entre 20 y 29 años son influenciados por las redes sociales cuando compran ropa, a diferencia de sólo 16% de la población china en general. Estas tendencias sugieren que el comercio electrónico, como los sitios web de las marcas y las redes sociales seguirán influyendo cada vez más en las compras de ropa. Las marcas y los comercios dedicados a llegar a los grupos más jóvenes (menos de 30 años) pueden hacerlo de manera más eficaz en línea, y los respaldos de celebridades pueden tener más importancia para estos grupos.

¿DE DÓNDE OBTIENE LAS IDEAS PARA LA ROPA QUE USA Y COMPRA?

Rango de edades (Fuente: 2018)

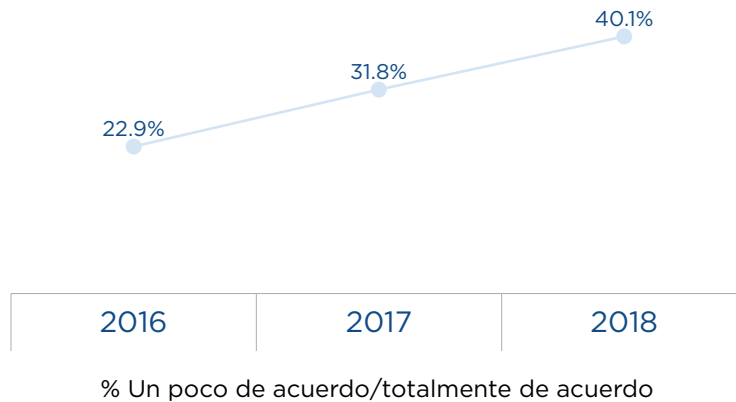
	2016 (%)	2017 (%)	2018 (%)	15-19 (%)	20-29 (%)	30-39 (%)	40-49 (%)	50-54 (%)
Amigos y colegas a quienes ve con frecuencia	69.7	69.8	69.2	65.3	76.7	70.7	68.4	57.6
Integrantes de la familia	53.4	58.7	65.3	58.1	57.0	65.7	68.2	73.7
Exhibiciones en las tiendas o vitrinas	64.7	59.1	51.6	44.1	51.5	54.9	53.8	46.9
Vendedores en las tiendas	48.2	47.4	45.3	27.1	43.1	46.1	54.9	45.1
Lo que ya tiene y le gusta	23.6	33.7	42.6	36.2	41.6	42.5	46.1	43.4
Sitios web y de comercio electrónico, marcas y comercios minoristas	33.1	32.7	31.5	43.2	45.7	40.0	18.3	4.7
Gente que ve en la calle	20.4	19.4	21.6	18.7	21.0	22.6	27.4	13.7
Televisión	20.3	19.5	24.6	25.3	24.7	18.7	20.2	14.4
Sitios de redes sociales	14.6	16.4	15.7	22.3	28.2	17.2	6.9	0.9
Celebridades	11.6	10.6	13.7	26.1	20.1	13.9	10.2	2.6
Revistas	9.5	9.5	9.4	7.6	16.2	10.6	5.9	1.3
Volantes o insertos en el buzón	5.7	5.8	6.4	5.8	7.0	7.2	6.8	3.4
Catálogos	3.5	2.1	3.7	0.6	5.0	5.4	3.5	0.6
Blogs	1.3	1.1	1.4	1.1	2.0	2.2	0.8	0.0
Correos electrónicos de comercios, marcas, o sitios de comercio electrónico	0.6	0.6	0.8	0.0	1.3	1.0	0.7	0.0

PERCEPCIONES SOBRE EL ALGODÓN

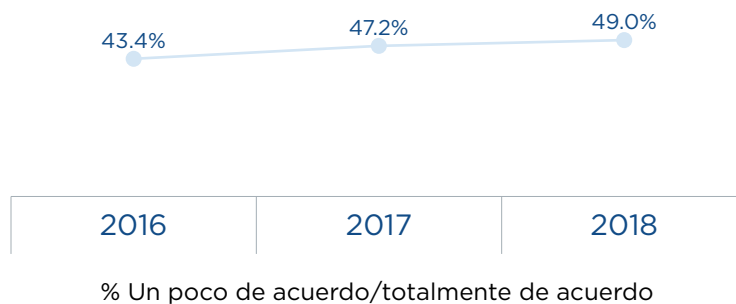
Aunque las percepciones sobre la economía doméstica han disminuido durante los últimos tres años, más de la mitad de los consumidores chinos encuestados cree que el costo de la ropa ha aumentado frente al año anterior. Al mismo tiempo, muchos más consumidores chinos creen ahora que la calidad de la ropa está disminuyendo. En el 2016 solamente 23% de los consumidores chinos creía que la calidad de la ropa había disminuido frente al año anterior, mientras que en el 2018 esa cifra aumentó a 40%. Esta percepción de menor calidad refleja un aumento en la percepción de que las ropas que solían ser hechas de algodón ahora se fabrican con otras fibras.

PENSANDO EN LAS PRENDAS QUE HA COMPRADO DURANTE LOS ÚLTIMOS MESES, ¿QUÉ TAN DE ACUERDO O EN DESACUERDO ESTÁ USTED CON LAS SIGUIENTES DECLARACIONES?

YO CREO QUE LA CALIDAD DE LA ROPA EN GENERAL HA DISMINUIDO EN COMPARACIÓN CON EL AÑO PASADO.



MUCHA DE LA ROPA (COMO CAMISETAS) QUE SE SOLÍAN CONFECCIONAR CON ALGODÓN, AHORA PARECE QUE SON HECHAS CON OTRAS FIBRAS.



ROPA DEPORTIVA Y CATEGORÍAS DE CONFORT

Una de las categorías que se ha apartado del algodón en el pasado reciente es la ropa deportiva. Sin embargo, los resultados de esta encuesta sugieren que sacar el algodón de la categoría de ropa deportiva podría ser un error. Cuando toman la decisión de comprar, 79% de los consumidores chinos más probablemente comprarían prendas en tiendas o marcas que ofrezcan fibras naturales como el algodón. Este sentimiento ha aumentado desde 2016 cuando 73% de los consumidores chinos buscaban tiendas o marcas con fibras naturales. Los consumidores chinos también están buscando cada vez más tiendas y marcas amigables con el medio ambiente, ya que 60% de los consumidores chinos indica que eso es importante para decidir sobre su ropa. Esto es un incremento respecto de 49% en el 2016. Los consumidores chinos seguirán buscando marcas y tiendas que se asocien con fibras que tengan un fuerte discurso de sostenibilidad. [Conozca más sobre la historia de sostenibilidad de COTTON USA.](#)

Otras categorías donde los consumidores chinos buscan el algodón son las categorías de “confort” como ropa interior, camisetas, ropa de cama, y toallas para baño. Cuando se les preguntó sobre su disposición de pagar más por productos de algodón, 82% de los consumidores chinos pagaría más por ropa interior de algodón, 78% por sábanas, 69% por toallas para baño, y 63% por camisetas. Todos estos productos entran en contacto directo con la piel, lo cual destaca la importancia del confort en el algodón. De hecho, los consumidores chinos escogieron por mayoría al algodón como la fibra más confortable (76%) y respirable (76%).

CONCLUSIÓN

Aunque los consumidores chinos gastaron más dinero en ropa durante el 2018 que en el pasado, hay algunas indicaciones de que esta tendencia quizá no continúe. La perspectiva de los consumidores chinos al nivel de la economía del hogar ha disminuido durante los últimos dos años. Los resultados de la encuesta sobre tendencias entre los consumidores chinos ofrecen algunas sugerencias para mitigar el impacto futuro de un menor gasto dentro del mercado de prendas en la China:

1. Acercarse a los jóvenes consumidores chinos a través de las redes sociales y las páginas web. Utilizar celebridades para respaldar productos dirigidos a consumidores más jóvenes.
2. Enfocarse en la sostenibilidad y la calidad que ofrece el algodón para contar a los consumidores una historia de confort y amabilidad con el medio ambiente. Lo anterior es especialmente importante en la categoría deportiva.
3. Los consumidores pagarán más dinero por el confort del algodón cuando los productos están especialmente cercanos a la piel. La gran mayoría de los consumidores chinos pagarían más dinero por el algodón en categorías como la ropa interior, las camisetas, la ropa de cama, y las toallas.

Para ponerse contacto con un representante de COTTON USA y obtener más información sobre cómo convertirse en licenciatario de COTTON USA, [pulse aquí](#).

CCI es un empleador y proveedor que brinda igualdad de oportunidades.

