

Entorno

Latinoamérica tirará del negocio del denim con un alza de las ventas del 15% hasta 2021

Silvia Riera
22 mar 2016 - 00:00

El negocio del *jean* mantiene el vigor de la juventud gracias a Latinoamérica. La región liderará el crecimiento del mercado de las prendas vaqueras hasta 2021, con un alza de las ventas del 15% respecto al año anterior, según un estudio de Cotton Inc.

El mercado global de los vaqueros se situó en 2015 en 55.000 millones de dólares (48.820 millones de euros) en ventas y se prevé que en 2021 continúe ganando tamaño hasta 59.000 millones de dólares (52.375 millones de euros), según un estudio de Cotton Inc. El principal motor de este crecimiento será el tirón del negocio en Latinoamérica y Asia.

Asia será la segunda región donde más subirá la facturación en este ámbito, con un alza del 12%. También a doble dígito se impulsará el consumo en Norte América, con una subida del 10%, mientras que en el área europea, el ascenso será más moderado, del 4%.

En volumen, el estudio constata que en 2015 se vendieron en todo el mundo 1,9 millones de prendas en denim y las perspectivas pasan por superar los dos millones de unidades en 2021.

Un negocio joven

En Estados Unidos, la generación *millennial* (de entre 18 y 34 años) es ya la principal consumidora de *jeans*. De entre todos los grupos de consumo del país, este segmento copa el 28% de las ventas de prendas vaqueras, según un estudio de la consultora NPD de 2015. Por edades, le sigue en gasto la generación Z (de hasta 17 años), que

Modaes

genera el 24% de la facturación del sector.

El gasto en prendas vaqueras desciende a medida que avanza la edad. Los representantes de la generación X (de entre 35 y 49 años) representan el 19% del negocio del sector en el mercado estadounidense, mientras que los *baby boomers* (de entre 50 y 69 años) reportan el 23%. La *silent generation* (de más de setenta años) genera el 5% de las ventas.

El estudio elaboró también una encuesta entre los consumidores, en la que se obtuvo que el 63% de los encuestados aseguraron “amar” sus *jeans*, el 32% aseguró haber comprado un par en los últimos cinco meses y uno de cada cuatro afirmó no encontrar unos que le sienten bien.