

Introducción al Monitor Del Mercado Mexicano de Ropa, Calzado, y Blancos De Trendex



Introducción

- ◆ **Presentar a Trendex North America**
- ◆ **Establecer los objetivos del Monitor del Mercado Mexicano de Ropa, Calzado y Blancos:**
- ◆ **Revisar la los datos reales del Monitor del año 2005**
- ◆ **Identificar la información que se presenta a los suscriptores, así como la frecuencia de esta.**

Trendex



Trendex North America

La empresa de consultoría e información de mercadotecnia de ropa, blancos y calzado más grande de México y Canadá .

Como especialistas en estos mercados, Trendex ofrece a sus clientes un análisis con valor agregado basado en el contacto con fabricantes y detallistas en ambos países y en sus propios servicios continuos de investigación e información.

www.trendexmexico.com

Introducción

- ◆ Desde 1985, Trendex, una empresa de Mercadotecnia con base en Toledo, Ohio, es el mayor proveedor de información de compra de los consumidores canadienses de los mercados de ropa, calzado y blancos.
- ◆ De 1995 a 2000 Trendex ha proporcionado información de compra de los consumidores mexicanos de ropa y calzado.
- ◆ Desde 2002 Trendex ha monitoreado las compras de ropa y calzado de los consumidores mexicanos. El programa ha sido diseñado para capturar información comparable a la obtenida por Trendex para el mercado de Canadá.

Objetivos del Programa

Los objetivos del programa son:

- ◆ **Suministrar a detallistas y proveedores de ropa, calzado y blancos, una fuente de información continua sobre las compras de estos artículos de los consumidores mexicanos.**
- ◆ **Identificar las fortalezas y debilidades de proveedores y detallistas de estos productos.**
- ◆ **Proporcionar a el perfil demográfico e información del posicionamiento de los principales detallistas y proveedores mexicanos.**

Metodología

- ◆ Cada trimestre se realizan 3000 entrevistas personales en hogares con amas de casa, en quince ciudades de la República (que representan aproximadamente a 15,000 personas)

- ◆ Estas ciudades y el número de entrevistas son las siguientes:

Distrito Federal	1,200	León	120	Veracruz	72
Guadalajara	300	Puebla	120	Villahermosa	72
Monterrey	300	Tijuana	120	Culiacán	72
Torreón	120	Querétaro	72	Mérida	72
Juárez	120	Chihuahua	72	Hermosillo	72

- ◆ La muestra de hogares en cada ciudad es representativa de la población por niveles socioeconómicos (A/B, C+ C, C/D)
- ◆ Los datos obtenidos son ajustados estadísticamente para que sean representativos de las grupos de edad por sexo de la población mexicana.

Metodología

Se ha venido recopilando información para 100 tipos de productos de ropa de adulto. A partir del 1er Trimestre 2006, se han incluido todos los artículos para niños y jóvenes. Todos los artículos comprados se agrupan en las siguientes categorías de productos:

Caballeros/Niños

Abrigos/Chamarras

Trajes/Sacos Sport

Pantalones

Camisas

Suéteres y otros Tops

Ropa Deportiva

Ropa Interior

Ropa de Dormir

Calcetines

Damas/Niñas

Abrigos/Chamarras

Vestidos

Faldas/Blazers/Trajes

Pantalones

Suéteres/Tops

Ropa Deportiva

Lencería/Ropa Interior

Medias/Calcetines

Metodología

La información recolectada para cada compra incluye:

- ◆ Tipo de Producto
- ◆ Tipo de Tienda
- ◆ Nombre de la Tienda
- ◆ Marca
- ◆ Precio Pagado
- ◆ Edad del Usuario

Reportes / Información al Suscriptor

Los suscriptores al programa reciben anualmente información sobre:

- ◆ Canales de Distribución**
- ◆ Participación de mercado y posicionamiento por detallista**
- ◆ Mezcla de productos / importancia de cada producto**
- ◆ Tendencias por nivel de precio**
- ◆ Participación de mercado por marca**
- ◆ Posicionamiento por marca**

Reportes / Información al Suscriptor

Frecuencia del Reporte

Reportes

Trimestral

Semestral

Anual

Monitor Trimestral de Compras

X

Reportes por Categoría (P. ej. ropa interior damas)

X

Reportes del Perfil de Clientes

X

Reportes de Producto (P. ej. brasieres, calzoncillos caballero, etc.)

X

Reportes / Información al Suscriptor

- ◆ **Todos los reportes del programa se colocan en un sitio de internet exclusivo para el suscriptor, construido y mantenido por Trendex North America. A este sitio sólo puede accederse con clave.**
- ◆ **Para asegurar el uso de la información, semestral o anualmente se realizan presentaciones personales en PowerPoint a cada suscriptor.**

Usos de la Información del Programa

- ◆ **Como herramienta para monitorear los cambios en el mercado**
- ◆ **Para realizar una evaluación objetiva de la posición en el mercado de su empresa y la de sus competidores.**
- ◆ **Como base para desarrollar planes de mercado o presentaciones a clientes.**