

PRENDAS DE VESTIR EN EE UU

Clasificación de la industria	2
Descripción del sector	4
Producción	5
Exportaciones	6
Importaciones	9
Balanza comercial	13
Ventas	15
Tendencias de consumo	17
Canales de comercialización	19
Acceso al mercado	22
Precios	23

TABLAS

Tabla 1: Clasificación arancelaria de las prendas de vestir en EE UU	3
Tabla 2: Exportaciones de prendas de vestir de EE UU por partida arancelaria	7
Tabla 3: Importaciones de prendas de vestir de EE UU por partida arancelaria	10
Tabla 4: Balanza Comercial de prendas de vestir en EE UU, 2013	13
Tabla 5: Precios de prendas de vestir en EE UU	23

GRÁFICAS

Gráfica 1: Producción de prendas de vestir en EE UU	5
Gráfica 2: Exportaciones de prendas de vestir en EE UU	6
Gráfica 3: Principales destinos de las exportaciones prendas de vestir de EE UU, 2013	9
Gráfica 4: Importaciones de prendas de vestir de EE UU, 2013	10
Gráfica 5: Principales proveedores de prendas de vestir en EE UU, 2013	13
Gráfica 6: Ventas al por menor de prendas de vestir en EE UU	16
Gráfica 7: Ventas al por menor en EE UU por segmentación de mercado, 2013	17
Gráfica 8: Gasto de consumo personal de los estadounidenses en prendas de vestir, 2013	18
Gráfica 9: Principales canales de distribución de prendas de vestir en EE UU, 2013	22

ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Puntos de ventas minoristas	21
--	----

Prendas de vestir en EE UU/Inteligencia de mercados**Las ventas al por menor de prendas de vestir en EE UU alcanzaron USD162,7 billones**

Por: Legiscomex.com

Mayo 14 del 2014

Para el 2013, los estadounidenses gastaron USD362,7 billones en prendas de vestir e incrementaron el gasto en este segmento en un 2,3%. Adicionalmente, el 97% de estos productos provienen del exterior, donde se destacaron China, Vietnam, Indonesia y Bangladesh como proveedores, al concentrar el 59% del mercado.

Las prendas de vestir que se caracterizan porque pueden ser sencillas con precios bajos o tener diseños exclusivos a un alto costo, hacen parte de la industria de textiles, la cual se considera una de las más grandes de EE UU, superando a la industria de videojuegos, comidas rápidas y bebidas alcohólicas.

El mercado de EE UU ofrece grandes oportunidades a los productores y comercializadores de prendas de vestir, ya que cuenta con una apertura comercial que permite la libre competencia, es decir, los interesados en vender estos bienes dentro del territorio estadounidense, tienen la posibilidad de ingresar las mercancías con pocas restricciones.

Esta situación también favorece a los consumidores, quienes pueden elegir entre una gran variedad de productos con precios, estilos y materias primas diferentes. Generalmente, las prendas de vestir son originarias de países asiáticos, latinoamericanos y del Medio Oriente.

Los compradores están dispuestos a probar productos nuevos y novedosos, sin dejar de lado la buena calidad, variedad, comodidad y precios competitivos. Así mismo, tienen en cuenta que la ropa sea fabricada con materias primas que no perjudiquen la salud y que sean ecológicas.

A pesar de que la demanda de prendas de vestir en EE UU es muy alta, la producción interna es mínima, y esto conlleva a que el país norteamericano compre en el extranjero aproximadamente el 97% de los productos consumidos de este sector.

Sin embargo, todos los procesos relacionados con el abastecimiento y diseño de las confecciones se dan en este país. Por lo que en el 2013, se contrataron 373.000 personas de forma directa y 100.000 proveedores, sin contar los otros actores que participaron en el proceso de elaboración y distribución de la ropa como diseñadores, transportistas, operadores logísticos, agentes aduaneros, comerciantes y socios de venta al por menor.

En el 2013, el total de las prendas de vestir comercializadas a nivel mundial fueron de USD463.686 millones, de los cuales EE UU importó 13,32%.

Para el mismo año, la balanza comercial fue deficitaria en USD59.927 millones, debido a que las compras en el exterior que totalizaron en USD61.770 millones fueron superiores a las exportaciones que sumaron USD1.843 millones.

Clasificación de la industria

De acuerdo con el Arancel Armonizado de EE UU, publicado por la Comisión de Comercio Internacional de EE UU (Usitc, por su sigla en inglés), las prendas de vestir se clasifican bajo el

capítulo 61, que hace referencia a “prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto” y en el 62 que comprende “prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto de punto. Para efectos de este estudio, se tendrán en cuenta las siguientes partidas arancelarias:

Tabla 1: Clasificación arancelaria de las prendas de vestir en EE UU

Partida Arancelaria	Descripción
6101	Abrigos para hombres o niños, chaquetones, capas, pantalones cortos (calzones), cazadoras y artículos similares, de punto, excepto los de la partida 61.03.
6102	Para mujeres o niñas abrigos, chaquetones, capas, anoraks (calzones), cazadoras y artículos similares, excepto los de la partida 6104, de punto.
6103	Trajes para hombres o niños, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, con peto, pantalones cortos (calzones), de punto
6104	Para mujeres o niñas trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones), de punto
6105	Camisas para hombres o niños, de punto
6106	Blusas y camisas de las mujeres o niñas, de punto
6109	Camisetas interiores, camisetas de tirantes y prendas similares, de punto
6110	Suéteres, pullovers, sudaderas, pantalones cortos (calzones) y artículos similares, de punto
6113	Prendas de vestir confeccionadas con tejidos de punto de las partidas 5903, 5906 o 5907
6114	Otras prendas de vestir, de punto
6201	Abrigos para hombres o niños, chaquetones, capas, pantalones cortos (calzones), cazadoras y artículos similares (incluidos acolchados, chaquetas sin mangas), excepto los de la partida 6203
6202	Para mujeres o niñas, chaquetones, capas, pantalones cortos (calzones), cazadoras y artículos similares (incluidos acolchados, chaquetas sin mangas), excepto los de la partida 6204

Partida Arancelaria	Descripción
6203	Para hombres o niños trajes, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, con peto, pantalones cortos (calzones)
6204	Para mujeres o niñas trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con tirantes y pantalones con peto, pantalones cortos niñas (excepto de baño)
6205	Camisas para hombres o niños
6206	Para mujeres o niñas blusas, camisas y blusas camiseras

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los EE UU (Usitc, por su sigla en inglés).

Descripción del sector

En los años cincuenta, el sector de textiles y confecciones en la industria de prendas de vestir presentó un gran problema: los altos costos de las confecciones. Esto se originó, principalmente, porque el costo de la mano de obra era mayor a la de otros países. Por este motivo, las empresas estadounidenses decidieron trasladar sus operaciones de elaboración de prendas a países como Hong Kong, Corea del Sur y Taiwán donde la producción era más económica.

Esta decisión generó que en Asia se crearan cadenas de producción para las prendas de vestir, por lo que se empezó a usar la materia prima asiática y se dejó de lado la tela que se fabricaba en EE UU. Como consecuencia, el país norteamericano empezó a tener una escasa producción, al mismo tiempo que este mercado se inundó de productos provenientes del exterior. Esto se vio reflejado en la composición del mercado estadounidense pues este importa el 97% de las prendas de vestir que vende.

Al depender tanto de las compras externas, el Gobierno de EE UU busca que los consumidores nacionales no se vean afectados por la calidad, ni por el precio de los productos, es por esto que defiende la libre competencia y se ha encargado de promover los diferentes tratados de libre comercio (TLC) con países que sobresalen por la producción de prendas de vestir.

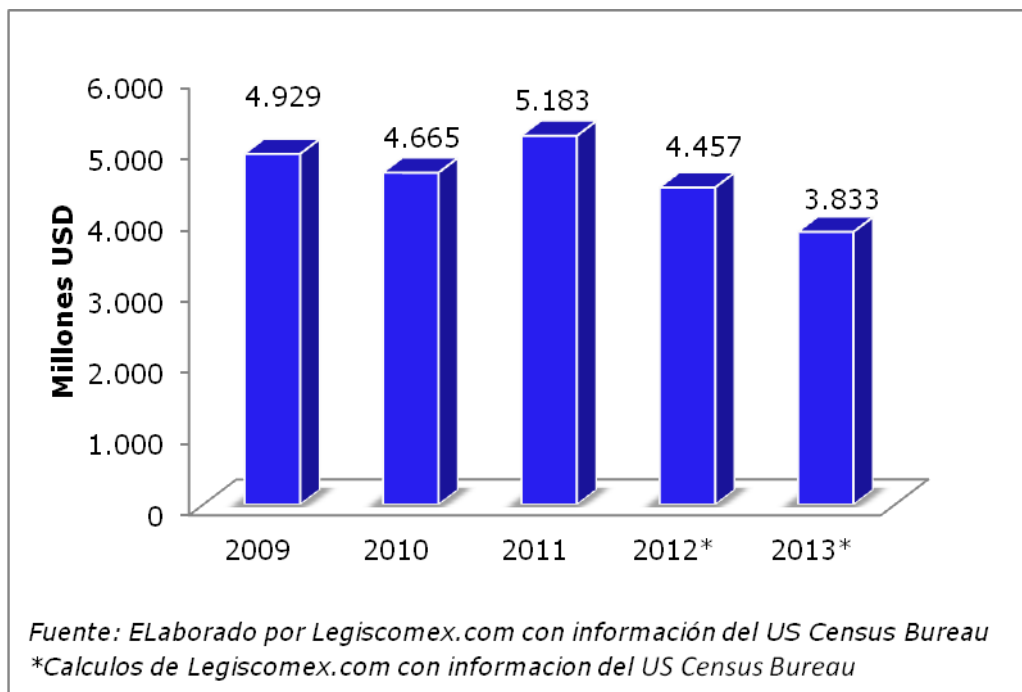
Sin embargo, en la actualidad se ha dado un cambio en el pensamiento de los consumidores y han mostrando preferencia por productos que tengan en su etiqueta "Made in America", es por esto que algunas empresas nacionales están estudiando la posibilidad de instalar nuevamente la industria de prendas de vestir en los centros de producción del país que se usaron años atrás, entre los que se encuentran los Estados de California, Georgia y Carolina del Norte.

Para lograr esto, los fabricantes tendrían que hacer una alta cambio en la tecnología y así mismo reducir los costos de sus operaciones. Según el Consejo Nacional de Organizaciones de Textiles (NCTO, por su sigla en inglés) la inversión de esta industria en nuevas plantas y equipos, entre el 2001 y el 2010, fue de USD16.500 millones.

Producción

Según los cálculos realizados por **Legiscomex.com** con información publicada por la Oficina de Censo de EE UU, durante el 2013 la producción de prendas de vestir fue de USD3.833 millones y registró un decrecimiento en los últimos cinco años del 1% promedio anual, al pasar de USD4.929 millones, en el 2009, a USD3.833 millones, en el 2013.

Gráfica 1: Producción de prendas de vestir en EE UU



La producción de las prendas de vestir en EE UU es baja en relación al consumo norteamericano de estos productos, esto se da porque las industrias se trasladaron a países donde los costos son menores. Motivo el cual el 97% de las prendas de vestir que se distribuyen en EE UU se fabrican en el extranjero.

A pesar ello, hay varias actividades relacionadas con el proceso de elaboración, producción y comercialización de estos bienes que si se dan en el territorio estadounidense. Por ejemplo, el diseño, la marca, el etiquetado, el marketing y el merchandising.

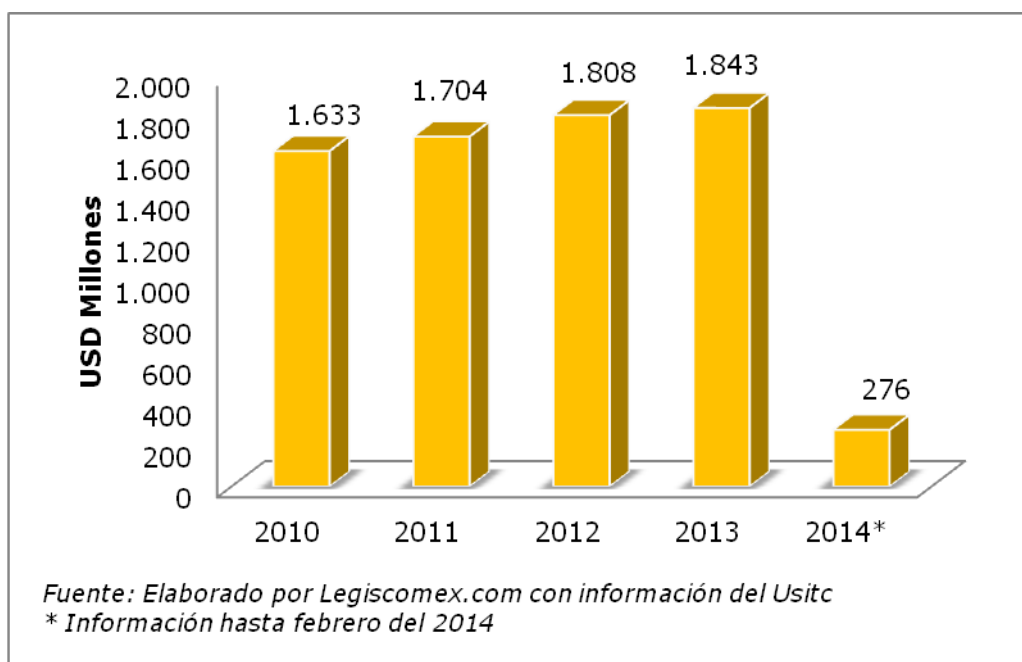
Según la Federación de Científicos de América (FAS, por su sigla en inglés) hay alrededor de 9.000 empresas que están relacionadas con el proceso de producción de las prendas de vestir. Sin embargo, hay que destacar que 50 de ellas representan el 60% de los ingresos de la industria.

Exportaciones

De acuerdo con cifras de la Comisión de Comercio Internacional de los EE UU (Usitc, por su sigla en inglés), entre enero y febrero del 2014, las exportaciones de prendas de vestir de EE UU fueron de USD275,7 millones, un 7,6% menos que lo registrado para el mismo periodo del 2013.

En el 2013, las ventas externas de estos productos alcanzaron USD1.843 millones y presentaron un crecimiento del 1,9%, en comparación con el año anterior, cuando se registraron exportaciones por USD1.808 millones. Así mismo, presentaron un crecimiento promedio anual del 4,1%, durante los cuatro últimos años.

Gráfica 2: Exportaciones de prendas de vestir en EE UU



En el 2013, los trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos y faldas para mujeres y niñas fueron los productos más comercializados en el exterior, con USD339,3 millones, lo que representó el 21,7% del total de los bienes vendidos. Le siguieron camisetas interiores, camisetas de tirantes y prendas similares, de punto, con USD301,3 millones; trajes, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones para hombres o niños, con USD233,5 millones; suéteres, pullovers, sudaderas y artículos similares, de punto, con USD211,3, y trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas, para mujeres o niñas, de punto, con USD203,8 millones.

Tabla 2: Exportaciones de prendas de vestir de EE UU por partida arancelaria

Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014*
		USD miles				
6204	Para mujeres o niñas trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas	335.766	370.650	390.096	399.385	64.127
6109	Camisetas interiores, camisetas de tirantes y prendas similares, de punto	311.380	275.994	299.098	301.339	44.320
6203	Para hombres o niños trajes, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, con peto, pantalones cortos (calzones)	218.764	236.539	242.245	233.537	30.552
6110	Suéteres, pullovers, sudaderas y artículos similares, de punto	162.855	174.510	192.438	211.340	30.930
6104	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas, de punto, para mujeres o niñas.	185.750	188.556	186.160	203.875	29.073
6206	Para mujeres o niñas blusas, camisas y blusas camiseras	45.540	64.372	95.509	93.115	15.292
6114	Otras prendas de vestir, excepto los de punto	60.342	76.626	73.638	77.750	15.194
6205	Camisas para hombres o niños	46.283	59.459	67.824	65.341	10.508
6105	Camisas para hombres o niños, de punto.	36.239	42.132	48.589	48.841	6.394
6201	Abrigos para hombres o niños, chaquetones, capas, excepto los de la partida 6203	36.178	42.021	42.930	48.533	5.965
6106	Blusas y camisas para mujeres y niñas, de punto.	58.987	51.560	54.347	45.779	6.837
6113	Prendas de vestir confeccionadas con tejidos de punto de las partidas 5903, 5906 o 5907	55.994	41.187	32.106	33.388	5.171

Inteligencia de Mercados – Estudio de prendas de vestir en EE UU

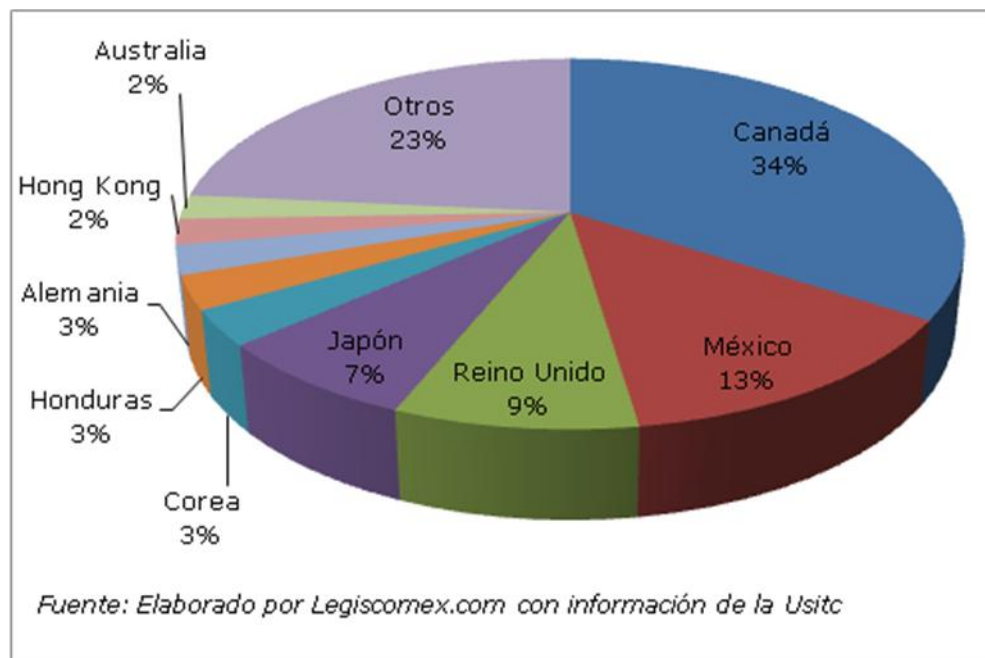
Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014*
		USD miles				
6202	Para mujeres o niñas, chaquetones, capas, excepto los de la partida 6204	22.176	22.696	24.617	27.845	3.661
6103	Trajes para hombres o niños, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, excepto los de punto.	23.854	19.692	24.220	21.865	2.931
6102	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, excepto los de la partida 6104, para mujeres o niñas.	24.043	25.440	20.260	15.720	2.727
6101	Abrigos, chaquetones, capas, de punto, excepto los de la partida 61.03, para hombres o niños.	9.347	12.617	14.172	15.681	2.035
Total exportaciones		1.633.498	1.704.050	1.808.249	1.843.334	275.716

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Usitc.

*De enero a febrero

En el 2013, Canadá fue el principal destino de las ventas externas de prendas de vestir estadounidenses, al concentrar el 34% del mercado, lo que representó USD630,3 millones. Le siguieron México, con 247,6 millones; Reino Unido, con 157,5 millones; Japón, con el 136,4 millones y Corea, con 57,1 millones.

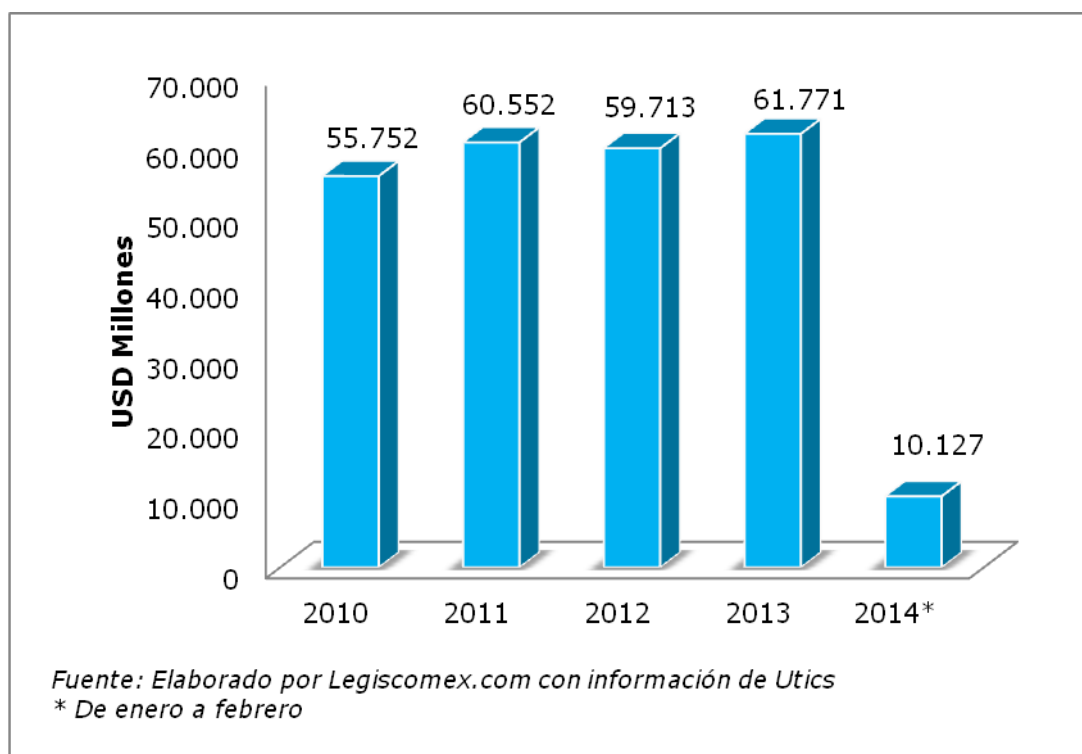
Gráfica 3: Principales destinos de las exportaciones prendas de vestir de EE UU, 2013



Importaciones

Según las cifras publicadas por la Comisión de Comercio Internacional de los EE UU (Usitc, por su sigla en inglés), entre enero y febrero del 2014, las compras en el exterior de prendas de vestir fueron de USD10.127 millones, un 0,13% más de lo registrado para el mismo periodo del 2013. Durante los últimos cuatro años, las importaciones presentaron un crecimiento promedio de 3,56%.

Gráfica 4: Importaciones de prendas de vestir de EE UU, 2013



Para el 2013, los suéteres de punto fue el producto más importado por EE UU, debido a que concentró el 23,3%, es decir USD14.410 millones del total de las compras, seguido por trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas para mujer o niña, con el 17,4%; trajes, conjuntos para hombre y niño, con un 14,2%; trajes sastre, conjuntos, chaquetas de punto para mujeres y niñas, con un 8,9%, y camisetas interiores de punto, con un 8,9%.

Tabla 3: Importaciones de prendas de vestir de EE UU por partida arancelaria

Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014*
USD millones						
6110	Suéteres, pullovers, sudaderas y artículos similares, de punto	13.363	14.553	13.836	14.410	1.967
6204	Para mujeres o niñas trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas	10.546	10.921	10.790	10.745	2.021

Inteligencia de Mercados – Estudio de prendas de vestir en EE UU

Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014*
		USD millones				
6203	Para hombres o niños trajes, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, con peto, pantalones cortos (calzones)	7.543	8.279	8.448	8.796	1.616
6104	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas, de punto, para mujeres o niñas.	3.826	4.466	5.079	5.482	961
6109	Camisetas interiores, camisetas de tirantes y prendas similares, de punto	4.884	5.264	5.266	5.346	915
6205	Camisas para hombres o niños	3.155	3.584	3.459	3.666	679
6206	Para mujeres o niñas blusas, camisas y blusas camiseras	2.316	2.207	2.323	2.759	500
6105	Camisas para hombres o niños, de punto.	1.997	2.221	2.037	2.076	405
6202	Para mujeres o niñas, chaquetones, capas, excepto los de la partida 6204	1.760	1.923	1.733	1.762	183
6201	Abrigos para hombres o niños, chaquetones, capas, excepto los de la partida 6203	1.379	1.677	1.613	1.537	151
6103	Trajes para hombres o niños, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, excepto los de punto.	912	1.089	1.073	1.171	195
6114	Otras prendas de vestir, excepto los de punto	979	1.055	1.079	1.043	205

Inteligencia de Mercados – Estudio de prendas de vestir en EE UU

Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014*
		USD millones				
6101	Abrigos, chaquetones, capas, de punto, excepto los de la partida 61.03, para hombres o niños.	972	1.140	1.009	958	75
6106	Blusas y camisas para mujeres y niñas, de punto.	920	890	842	923	151
6102	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, excepto los de la partida 6104, para mujeres o niñas.	1.062	1.127	949	898	83
6113	Prendas de vestir confeccionadas con tejidos de punto de las partidas 5903, 5906 o 5907	137	157	179	198	21
Total		55.752	60.552	59.713	61.771	10.127

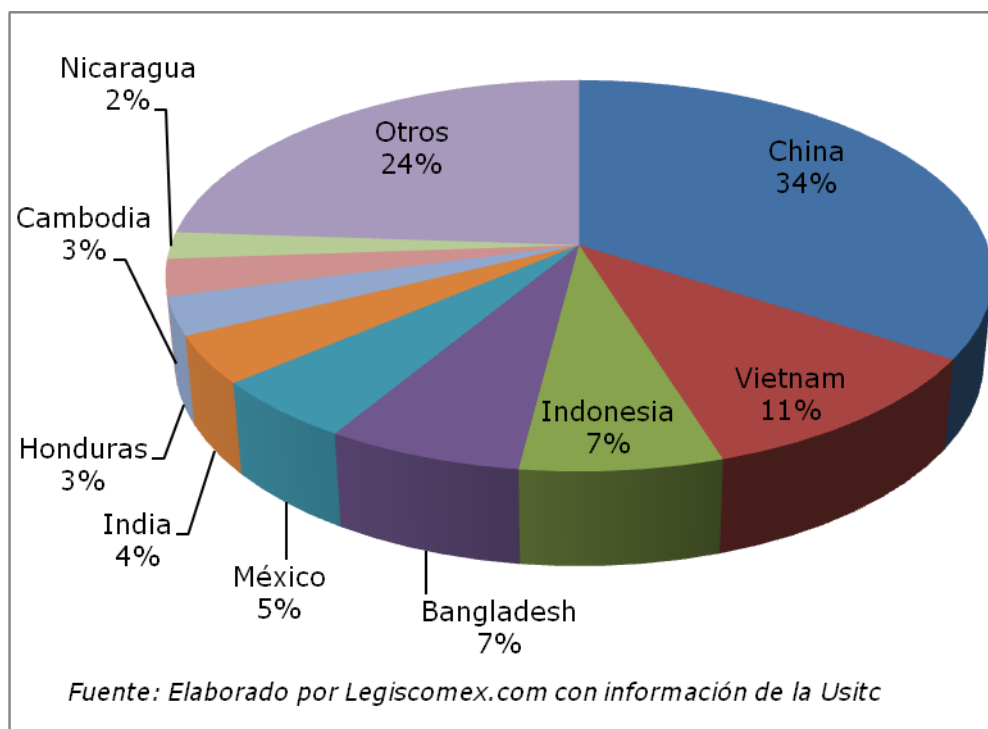
Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Usitc

*De enero a febrero

de consulta
LEGIScomex.com

China fue el principal proveedor de prendas de vestir de EE UU al concentrar el 34% del total del mercado, equivalente a USD21.141 millones. Le siguieron Vietnam, con USD6.753 millones; Indonesia, con USD4.226 millones; Bangladesh, con USD4.114 millones, y México, con USD3.135 millones. Este grupo de países concentró el 64% de las ventas al país norteamericano.

Gráfica 5: Principales proveedores de prendas de vestir en EE UU, 2013



Balanza comercial

En el 2013, las exportaciones estadounidenses de las prendas de vestir sumaron USD1.843 millones, mientras que las importaciones en este mismo periodo totalizaron USD61.770 millones, lo que dio como resultado una balanza comercial deficitaria de USD59.927 millones. Cabe resaltar que todos los productos trabajados en este estudio presentaron una balanza deficitaria.

Tabla 4: Balanza Comercial de prendas de vestir en EE UU, 2013

Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
		USD miles		
6110	Suéteres, pullovers, sudaderas y artículos similares, de punto	211.340	14.410.348	-14.199.008

Inteligencia de Mercados – Estudio de prendas de vestir en EE UU

Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
		USD miles		
6204	Para mujeres o niñas trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas	399.385	10.745.229	-10.345.844
6203	Para hombres o niños trajes, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, con peto, pantalones cortos (calzones)	233.537	8.796.189	-8.562.652
6104	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, blazers, vestidos, faldas, de punto, para mujeres o niñas.	203.875	5.482.255	-5.278.380
6109	Camisetas interiores, camisetas de tirantes y prendas similares, de punto	301.339	5.345.913	-5.044.574
6205	Camisas para hombres o niños	65.341	3.665.531	-3.600.190
6206	Para mujeres o niñas blusas, camisas y blusas camiseras	93.115	2.758.825	-2.665.710
6105	Camisas para hombres o niños, de punto.	48.841	2.075.867	-2.027.026
6202	Para mujeres o niñas, chaquetones, capas, excepto los de la partida 6204	27.845	1.761.663	-1.733.818
6201	Abrigos para hombres o niños, chaquetones, capas, excepto los de la partida 6203	48.533	1.537.457	-1.488.924
6103	Trajes para hombres o niños, conjuntos, chaquetas, blazers, pantalones, excepto los de punto.	21.865	1.171.402	-1.149.537
6114	Otras prendas de vestir, excepto los de punto	77.750	1.043.345	-965.595

Inteligencia de Mercados – Estudio de prendas de vestir en EE UU

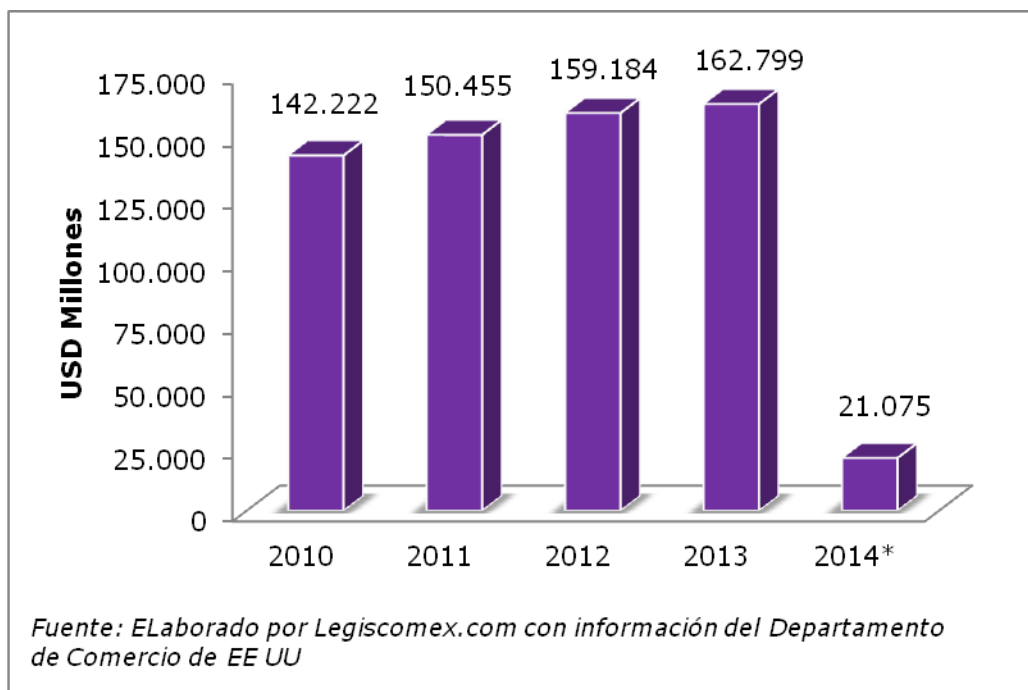
Partida Arancelaria	Partida Arancelaria	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
		USD miles		
6101	Abrigos, chaquetones, capas, de punto, excepto los de la partida 61.03, para hombres o niños.	15.681	958.423	-942.742
6106	Blusas y camisas para mujeres y niñas, de punto.	45.779	922.612	-876.833
6102	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, excepto los de la partida 6104, para mujeres o niñas.	15.720	898.179	-882.459
6113	Prendas de vestir confeccionadas con tejidos de punto de las partidas 5903, 5906 o 5907	33.388	197.560	-164.172
Total		1.843.334	61.770.798	-59.927.464

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Usitc

Ventas

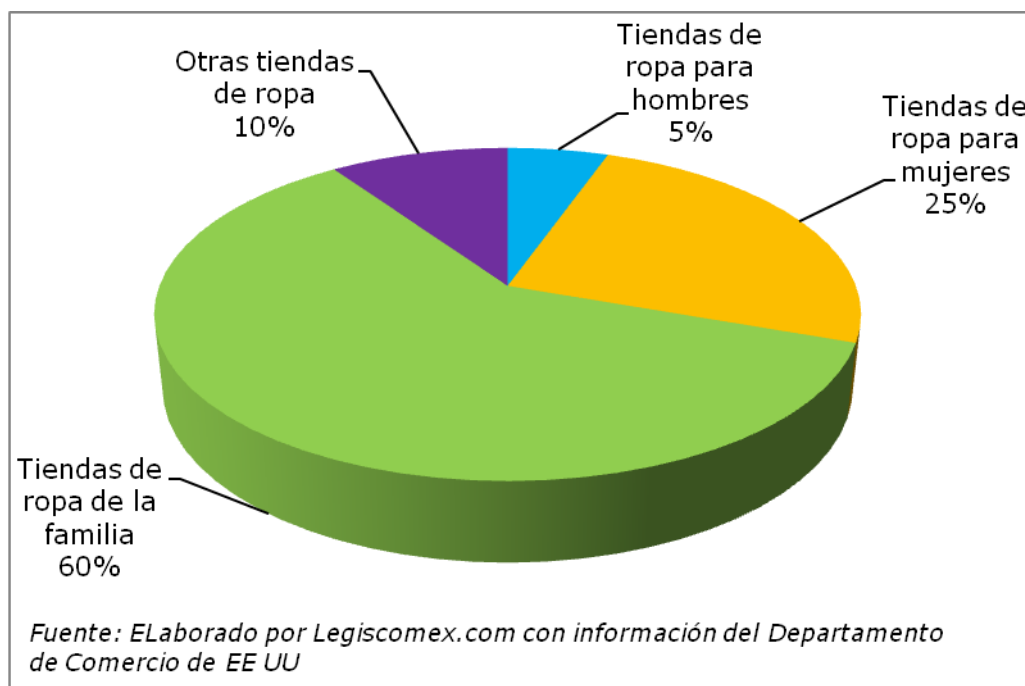
Entre enero y febrero del 2014, las ventas al por menor de prendas de vestir en el mercado norteamericano totalizaron USD21.075 millones, lo que representó un decrecimiento del 0,6% respecto al mismo periodo del 2013, según los datos publicados por el Departamento de Comercio de EE UU.

El total de las ventas registradas para el 2013 fueron USD162.799 millones, lo que generó un crecimiento del 2,3% respecto al 2012, cuando totalizaron USD159.184 millones.



Para el mismo año, el 60% de las ventas al por menor se realizaron principalmente en las tiendas de ropa de la familia, con USD97.639 millones. Le siguieron las tiendas de ropa para mujer, con USD40.638 millones; otras tiendas de ropa, con USD15.672 millones, y tiendas de ropa para hombres, con USD8.850 millones.

Gráfica 7: Ventas al por menor en EE UU por segmentación de mercado, 2013

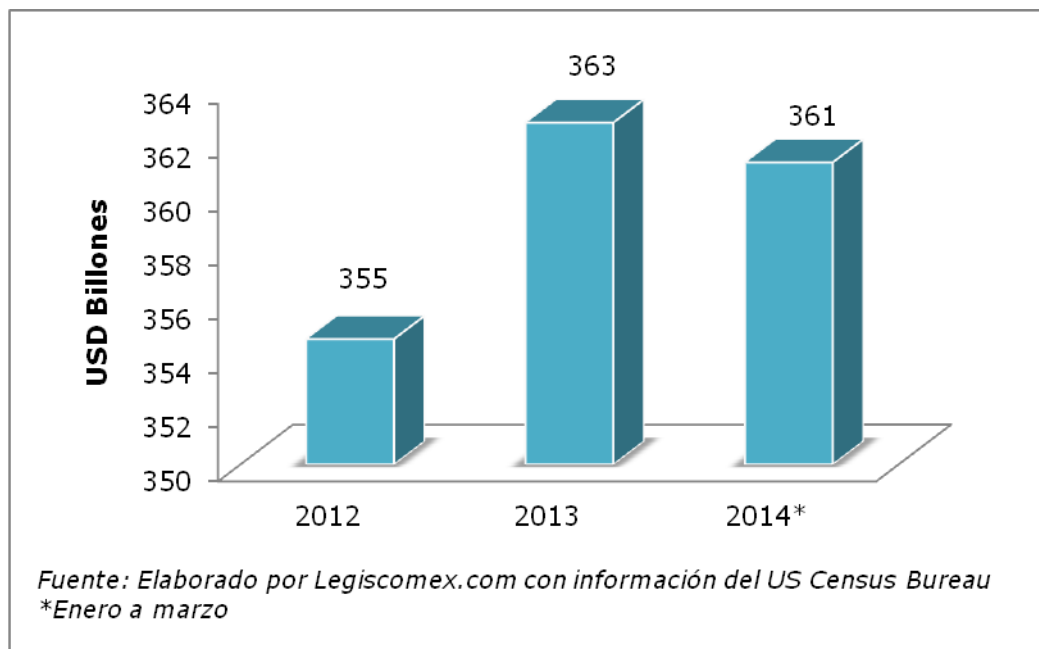


Tendencias de consumo

Para el 2013, el consumo de prendas de vestir en EE UU, determinado por la medida de los "gastos de consumo personal", aumentó un 2,3% respecto al 2012, al pasar de USD354,6, en este año a USD362,7 billones, en el 2013.

Este incremento se dio por el aumento de los precios minoristas, que reflejaron los mayores costos de la cadena de suministro, es decir, los altos precios de los materiales, la mano de obra y el transporte. Además, los consumidores desde el año anterior compraron ropa más costosa, debido a que la economía empezó a salir de la recesión.

Gráfica 8: Gasto de consumo personal de los estadounidenses en prendas de vestir, 2013



En cuanto al consumo de ropa por unidad, la Asociación de Ropa y Calzado de América (AAFA, por su sigla en inglés), estimó que para el 2012 los estadounidenses compraron más de 62 prendas de vestir dejando de lado la compra de productos para el hogar.

Sin embargo, los consumidores tienen grandes exigencias al momento de adquirir las prendas de vestir, para ellos es indispensable:

- La calidad: hace referencia a la durabilidad, los acabados y el tipo de materiales que se usaron en la producción de la ropa.
- La variedad: de estilos, diseños y colores.
- La seguridad: el uso de químicos que están prohibidos en el proceso de producción de las prendas de vestir.
- El precio: debe ir de la mano con la calidad y el diseño que tiene el producto.
- La comodidad

Adicionalmente, al momento de comercializar los productos, los minoristas adquieren la mayoría de las prendas de vestir provenientes de Asia. Sin embargo, demandan bienes de Latinoamérica, cuando requieren de una reposición rápida o la necesitan en poco tiempo. Por ejemplo, un minorista podría importar 100.000 blusas de Indonesia, pero si las primeras ventas son altas, este puede ordenar otras 5.000 blusas de México o de países centroamericanos, para reponer su oferta.

Canales de comercialización

Existen principalmente dos alternativas para ingresar confecciones al país norteamericano: la indirecta, mediante representante o importador, y la directa, con un showroom o tienda propia, de acuerdo con un reporte de la Embajada de España en EE UU,

En el caso de no tener ninguna experiencia, se recomienda comenzar de forma gradual. Primero, con un representante que conozca el mercado, para analizar si los productos tienen posibilidades y después, cuando ya se cuente con un cierto volumen de pedidos, establecer presencia directa.

La distribución indirecta:

Es la alternativa más recomendable y menos costosa para penetrar el mercado. Se puede realizar a través de un representante o un importador.

- El representante: es un delegado de la empresa y actúa por cuenta de esta, en algunos casos, maneja los intereses comerciales de varias compañías de productos complementarios. Se encarga de la venta y promoción de los bienes y de su correcta distribución, cuida el posicionamiento y la imagen del mismo, facilita la información sobre el mercado y las nuevas tendencias, y es un importante contacto en la industria.

Es importante resaltar que no suele realizar los trámites de importación y nacionalización de la mercancía, por lo tanto, se requiere contactar con un importador y un agente de aduanas para que se ocupen de esta labor.

De igual forma, recibe una comisión por ventas y un sueldo fijo, así como suele exigir la exclusividad geográfica y normalmente dispone de un showroom y cobra una cuota por el mantenimiento del mismo.

- El importador: compra directamente a la fábrica y se hace responsable del producto así como de su distribución. Actúa por cuenta propia, por lo que una vez que el fabricante vende sus productos, pierde todo el control sobre el mercado de los mismos. Se encarga de los gastos de aduana, almacenamiento y venta de la mercancía. Normalmente no se ocupa de la distribución, para ello se contrata los servicios de un distribuidor, quien entrega el producto a los minoristas.

En la mayoría de los casos, el margen puede oscilar entre el 70% y el 90%, ya que corre con todo el riesgo de la operación. Igualmente, cuenta con showroom para vender directamente a distribuidores y/o directamente a minoristas.

Los profesionales del sector no recomiendan la comercialización de la mercancía mediante esta figura, salvo que se trate de productos de bajo costo de fabricación, ya que se deja en manos del importador el control de la marca, la imagen y en general de toda la política comercial. Para los bienes más elaborados donde el precio es más elevado se aconseja una distribución más directa.

La distribución directa:

Resulta más costosa, ya que la inversión es mayor. La mercancía se vende sin recurrir a ningún intermediario. Es catalogado como el segundo paso en la internacionalización, una vez que se tenga suficiente presencia en el mercado.

Puede realizarse por medio de la apertura de un showroom, una tienda propia o venta directa al minorista.

- La apertura de un showroom: es una sala de exposición permanente. Permite al exportador tener un mayor control sobre la mercancía, así como realizar actividades de promoción más directas. Están abiertos exclusivamente a profesionales y la entrada suele ser libre.

Cabe la posibilidad de alquilarlo de forma compartida con varias empresas de productos complementarios, lo que disminuye los costos de alquiler y personal. Generalmente se sitúan en puntos estratégicos, como Nueva York, Miami y Los Ángeles.

- La apertura de una tienda propia: es una opción costosa, ya que además del local es necesario realizar una fuerte inversión en publicidad. Esta alternativa permite al fabricante y/o exportador controlar totalmente la operación. Los beneficios también son superiores al eliminar intermediarios.
- La venta directa al minorista: aunque es un medio para introducirse en el mercado, cuenta con el inconveniente del tamaño de los pedidos, que suele ser pequeño, lo que eleva el costo de transporte. La mejor forma de contactar directamente a un minoristas es asistiendo a ferias.

El mercado de prendas de vestir en EE UU se compone de dos zonas principales de negocio: la costa este y la oeste. En la costa este, los puntos más importantes son Miami y Nueva York, este último es el sector más importante y la distribución se concentra principalmente en *Garment District* (distrito de la moda), que cuenta con aproximadamente 450 edificios relacionados directamente con la industria. Estos son centros de diseño llamados *showrooms*, donde se ubican locales permanentes de exposición de productos relacionados.

En la costa oeste, la ciudad clave es Los Ángeles, puesto que está ubicado un importante centro de diseño, el California Mart. Se trata de un edificio de 13 plantas, con más de 300 firmas representadas en showrooms permanentes dedicados a la moda. Aquí también tiene su sede la Asociación Americana de Fabricantes de Confección (AAMA, por su sigla en inglés).

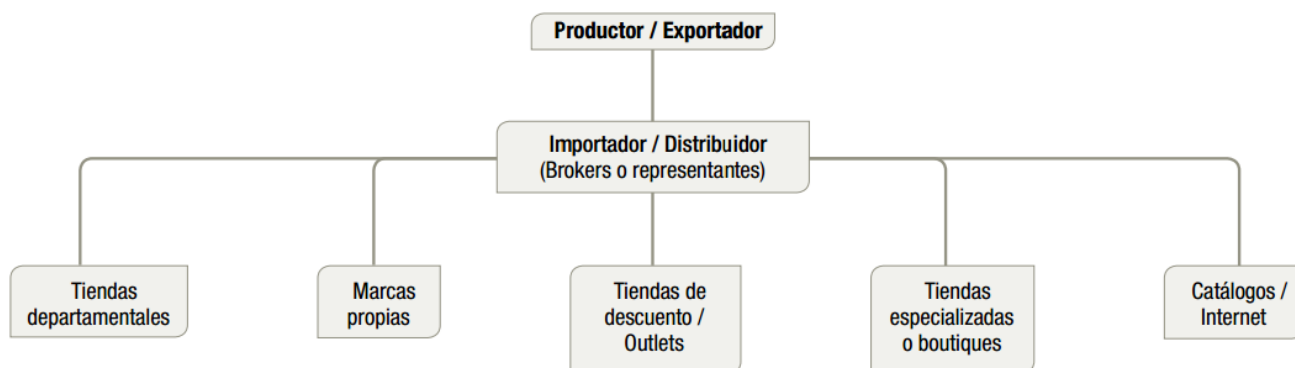
De igual forma, en EE UU se pueden clasificar los diferentes puntos de ventas minoristas en:

- **Tiendas por departamento (Department Stores)**: Se han visto enfrentados al resto de los canales de comercialización y ello les ha llevado a reforzar su procedimiento prácticamente en todos los ámbitos, desde el inventario hasta la relación con los proveedores o las campañas de rebajas. En las recientes temporadas han mantenido su cuota de mercado gracias a los descuentos. En esta categoría se encuentran: Macy's, Bloomingdale's y Lord Taylor, entre otros.
- **Cadenas especializadas (Speciality Chains)**: Son un canal de gran potencial de crecimiento. Ofrecen sobre todo "moda pronta", que facilita la compra al consumidor con

una gran selección y precios asequibles. Se apoyan en un marketing agresivo, con ofertas por internet y por catálogo. En la actualidad, la mayoría de las cadenas centran su estrategia en la apertura de nuevas tiendas más que en la generación de beneficios, lo que añade un elemento de incertidumbre sobre la supervivencia de todas las cadenas que siguen este sistema. En esta clasificación se encuentran: Gap, Ann Taylor, The Limited y Express, entre otros.

- **Grandes almacenes de descuento:** Con una gestión muy eficaz destinada a la maximización de beneficios y al comercio masivo han atraído a un gran número de clientes, por la vía de precios muy reducidos. Actualmente, disfrutan de un gran auge y siguen ganando cuota de mercado. En el mercado infantil son el primer comercializador. Dentro de estos se encuentran: WalMart, Kmart, Target y Bradless, entre otros.
- **Canales nacionales (National Chains):** Se encuentran entre los dos canales precedentes y se enfrentan a un necesario cambio de estrategia, debido a que pierden cuota respecto a las tiendas de descuento y a los grandes almacenes. Por ejemplo, J.C.Penney, Montgomery y Sears, entre otros.
- **Los "Off prices":** Son grandes almacenes muy populares en el mercado estadounidense que ofrecen marcas a precios reducidos. Son propiedad de grandes marcas que los utilizan para liquidar inventario. Dentro de estos se encuentran: Century 21 y T.J.Maxx.
- **La venta por catálogo e Internet:** Las ventas por catalogo están consolidadas en el mercado americano, al alcanzar cuotas de distribución mayores al 6%. Internet ronda actualmente en el 10%, aunque marca una tendencia positiva.

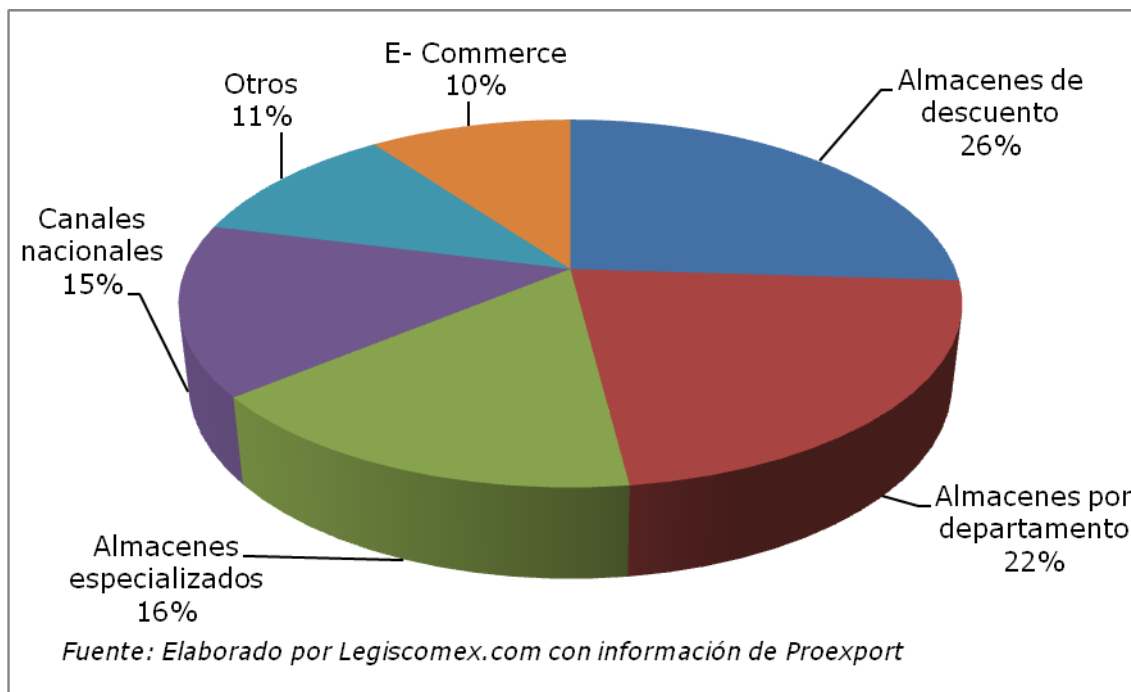
Ilustración 1: Puntos de ventas minoristas



Fuente: La Entidad Promotora de las Exportaciones, el Turismo y la Inversión de Colombia (Proexport)

En el 2013, los almacenes de descuento fueron el principal canal de comercialización de las prendas de vestir en EE UU, al concentrar el 26% del mercado. Le siguieron los almacenes por departamento, los almacenes especializados, los canales nacionales y el e-commerce.

Gráfica 9: Principales canales de distribución de prendas de vestir en EE UU, 2013



Acceso al mercado

El mercado estadounidense es abierto y tiene grandes oportunidades tanto para los comerciantes como para los compradores, pues hay demanda y oferta de diversas prendas de vestir. Sin embargo, esta apertura oculta algunas de las barreras que impone el Gobierno de EE UU como las características técnicas y sanitarias que deben cumplir las mercancías para que puedan ingresar al país, en algunos casos, estos requisitos dificultan el ingreso de los bienes al territorio estadounidense.

Entre las barreras que impone el Gobierno se encuentran las arancelarias, que se manejan a través de gravámenes, no obstante, no son muy altas, pues varían según el origen del producto y de los diferentes acuerdos que tenga la nación con el resto de países del mundo. Por ejemplo, existe una tasa preferencial para los países incluidos en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).

El otro tipo de barreras son las no arancelarias, las cuales hacen referencia a las normas que deben cumplir los productos en cuanto a la forma y el cómo se debe entregar la mercancía al cliente, entre las que se encuentran:

- **Etiquetado:** Este debe incluir los nombres genéricos y porcentajes en peso de las fibras que constituyen el producto, aquellos componentes inferiores al 5% deben ser incluidos como "otras fibras", el nombre del fabricante o la identificación de registro emitido por la Federal Trade Commission y el nombre del país donde el textil fue fabricado.

- **Contenido:** Las materias primas que se utilizan para la fabricación de las prendas de vestir deben tener los permisos necesarios y deben estar avaladas por el Gobierno estadounidense para que estas se puedan usar. Por ejemplo hay químicos que están prohibidos emplear en el proceso de producción.
- **Garantía:** La garantía que debe recibir el cliente al momento de obtener el producto final es de mínimo un año según la Comisión Federal de Comercio (FTC, por su sigla en inglés).

Estos requisitos son supervisados por entidades como la Comisión Federal de Comercio (FTC, por su sigla en inglés) y la Comisión de Seguridad para los Productos de Consumo (CPSC, por su sigla en inglés), las cuales están encargadas de establecer el reglamento de etiquetado y los estándares de seguridad que deben cumplir las mercancías, y el Instituto Nacional de Estándares y Tecnología (NIST, por su sigla en inglés) está encargado de establecer los parámetros del tallaje de las prendas de vestir.

Precios

Tabla 5: Precios de prendas de vestir en EE UU

Abrigos para hombres	Abrigos para mujeres	Trajes para hombres	Trajes sastre para mujeres
			
USD66,93	USD120,89	USD117,85	USD45,50 - USD91,00
Chaqueta para niño	Blazer para mujer	Pantalones para niño	Falda

Inteligencia de Mercados – Estudio de prendas de vestir en EE UU

			
USD13,00	USD65,00	USD15,50	USD36,00
Camisas para hombre	Blusas para mujeres	Camisetas interiores de punto para hombre	Suéteres de punto
			
USD32,98	USD25,99	USD7,00	USD10.88
Vestido para mujer	Camisas de tirantes	Chaqueta para mujer, de punto.	Pantalón corto para hombre
			
USD65,00	USD11,82	USD32,15	USD13,82

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Walmart y JcPenny