

Inteligencia de mercados/Primer aniversario del TLC Colombia – EE UU

Confecciones

Por: Legiscomex.com

Mayo 15 del 2013

EE UU es uno de los más grandes importadores de vestuario y calzado, debido en buena medida a que muchas de sus empresas tienen plantas ubicadas en países asiáticos como China, Vietnam o India. Según información de Prochile (2012)¹, en el 2010 este país norteamericano importó USD63.105 millones en confecciones manufacturadas en China, El Salvador, Honduras, Camboya, Vietnam, Bangladesh, Indonesia, India, Paquistán, Nicaragua, Tailandia, Guatemala, México, República Dominicana, Sri Lanka, Filipinas y Haití.

A pesar de las cifras que mueve este mercado, las empresas han tenido que cambiar su enfoque hacia el diseño de productos innovadores y de bajos precios, pues la crisis financiera que afrontó el país en los últimos años redujo el consumo.

En el 2008, el gasto del consumidor en vestuario y calzado disminuyó en un 1,3% y llegó a USD326.966 millones. Posteriormente, en el 2009, la cifra decreció un 3,9% y alcanzó USD314.328 millones. En el 2010, este sector presentó un incremento del 5%, debido a una mejoría en las condiciones económicas del país y el aumento del empleo.

De acuerdo con el estudio realizado por Prochile, el mercado de las confecciones en EE UU está dominado por el vestuario femenino, que participó con el 59,5% de los ingresos en el 2010, que se calcularon en USD270.760 millones. Este segmento se caracteriza por una inclinación hacia las prendas de moda y de temporada en productos como vestidos, medias y calzado.

Por su parte, el vestuario para hombres contribuyó con el 35,26%. Las compras de los varones se inclinan más por la calidad de las prendas. Así mismo, los niños contribuyeron con USD13.691 millones del total.

Jeans, ropa casual, corporativa, de ocasión, prendas íntimas, tejidos y chaquetas dominan la demanda del sector. No obstante, las prendas deportivas a pesar de que solo participan con el 3,8% vienen creciendo, debido a que cada día hay más conciencia en el consumidor con respecto a la importancia de la actividad física y la vida sana.

Los consumidores en EE UU prefieren adquirir sus prendas en tiendas pequeñas o familiares que en multitiendas y *outlet* de *retail*, debido a que encuentran allí diversas marcas con opciones de colores, tallas y descuentos.

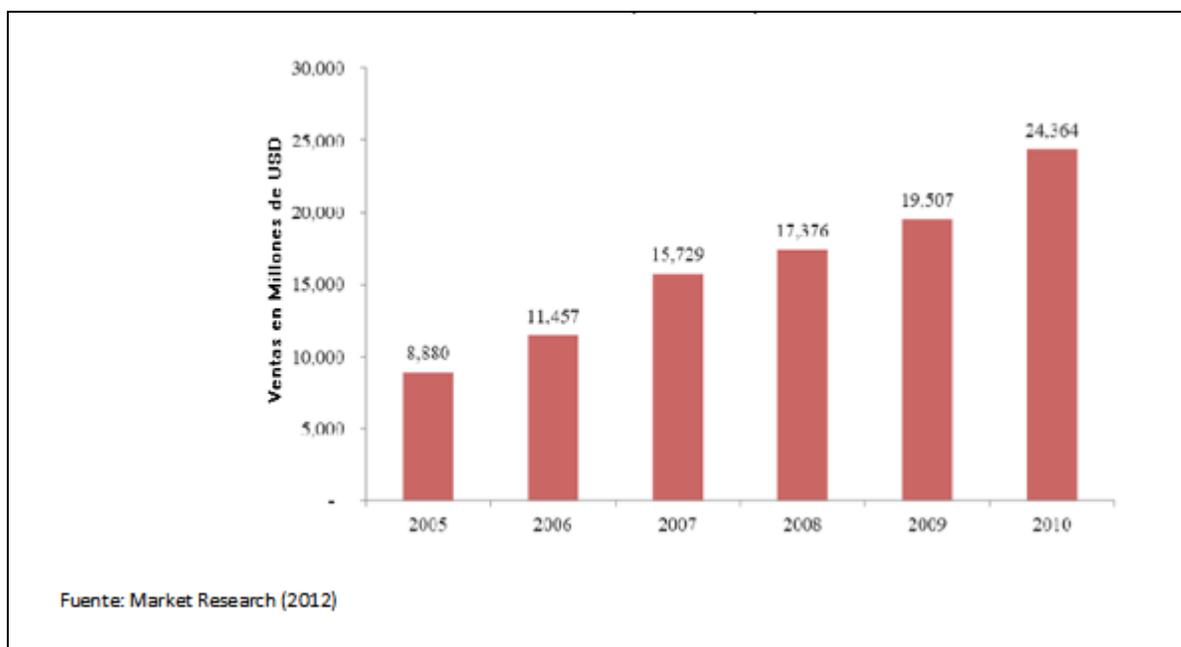
No obstante, en ese mercado se identifican dos segmentos de consumo muy marcados:

1. Aquel que opta por productos baratos, donde la competencia más fuerte se da en productos asiáticos.
2. Productos de mayor precio y diseño, más exclusivos y provenientes principalmente de Francia e Italia. En este segmento, el posicionamiento de la marca es fundamental.

¹ Estudio de Mercado de Confecciones para el Mercado de EE UU 2012.

Otra tendencia que se ha hecho más evidente en los últimos años en este sector tiene que ver con la venta directa, a través de internet. Según Market Research (2012), citado por Prochile, "las ventas *retail online* de vestuario y calzado aumentaron a USD24.364 millones en el 2010, comparado con USD8.880 millones en el 2005".

Gráfica 1: Ventas de vestuario y calzado, a través de comercio electrónico en el mercado de retail en EE UU



La venta *online* va dirigida principalmente a un público femenino joven, nativo de internet y que emplea un porcentaje de sus ingresos a la compra de prendas. Sin embargo, cada día es más frecuente que mujeres mayores utilicen internet para tener una idea sobre las prendas que están a la moda².

Se espera que en los próximos años, el sector de vestuario tenga un crecimiento modesto y alcance USD309.427 millones en el 2015, acompañado de un incremento en las compras del segmento femenino, sumado a una mayor preferencia por prendas deportivas y de última moda.

² Comunidad de Madrid, "La industria de la confección en EE UU 2011".