



***COMPRENDIENDO EL MERCADO DE LOS
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA***

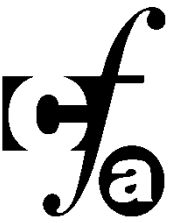
**Presentación a Exportadores Peruanos
20 de junio de 2012**

Presentado por Ilse Metchek, Presidenta



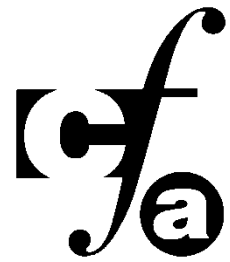
Perfil

- Canales de comercialización minorista en los Estados Unidos
- Distribución & patrones de compras
- Requisitos para un exitoso *ingreso de marca*
- El Perú en la competitividad global
- Avanzando
- Los Ángeles: donde las tendencias se generan



Distribución minorista en los Estados Unidos & patrones de compras

MÉTODOS DE DISTRIBUCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LOS EE.UU.



Almacenes: inventario incluye «mercancías duras», es decir, muebles, utensilios, etc.

Especialidad cadenas – sólo prendas de vestir y accesorios

Multi o mega tiendas (supermercados)

Cadenas de descuento

Catálogos – Correo directo

Tiendas independientes especializadas

Diseño para el consumidor

Online – Internet

Redes para comprar desde el hogar

Distribuidores / Corredores

Macy's JCPenney, Sears

Saks, Nordstroms, Neimans, Barneys

Walmart, Target

T.J. Maxx, Ross, SteinMart,

J. Crew, Boston Proper

Fred Segal, Ron Herman, Kitson, Bergdorfs

Gap, Forever 21

Gilt Groupe, Bluefly, Amazon

QVC, HSN

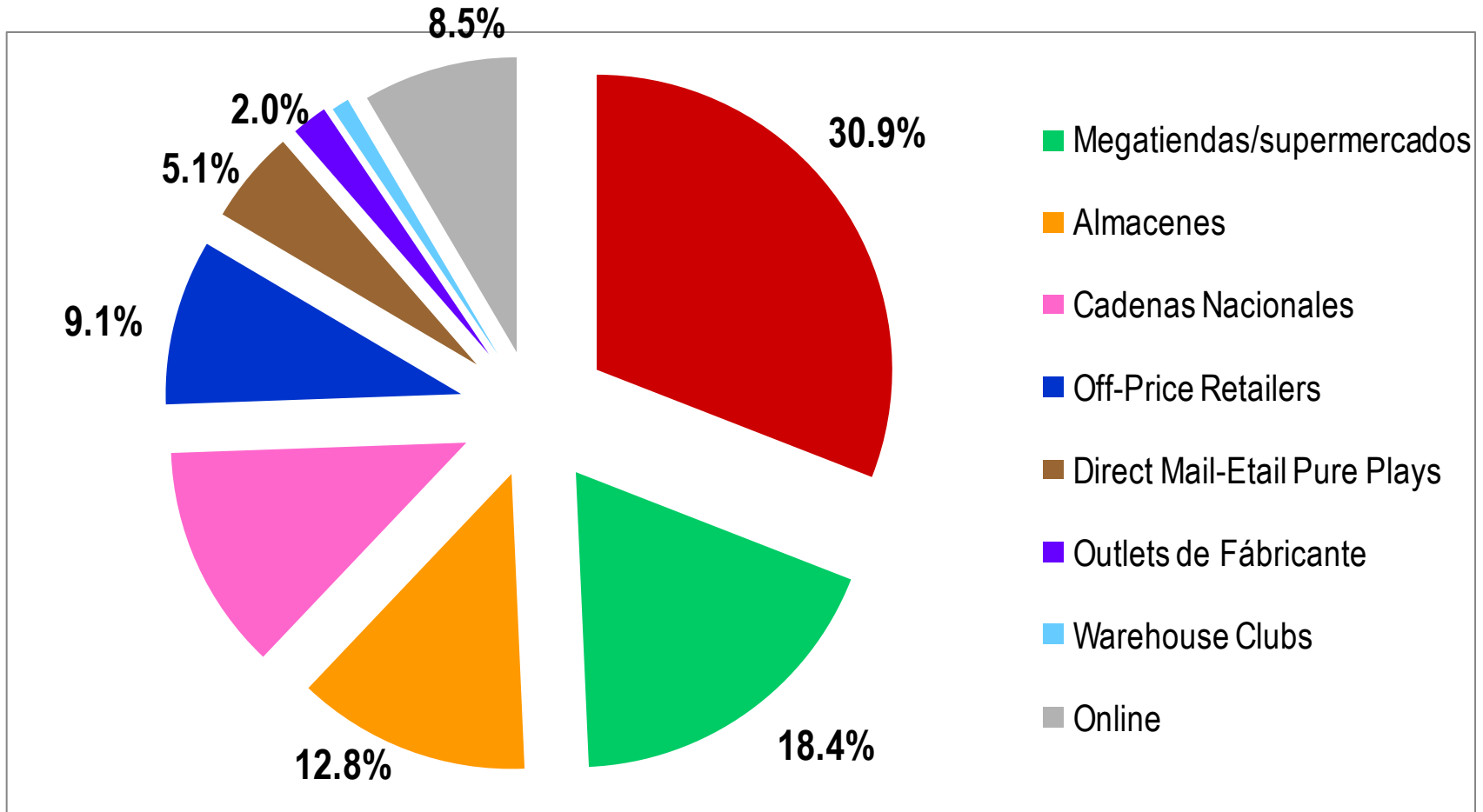
Outlets Independientes & Cia's de Distribución



Total de Ventas de Confecciones - Canal Minorista

Cuotas de mercado en el total de canales

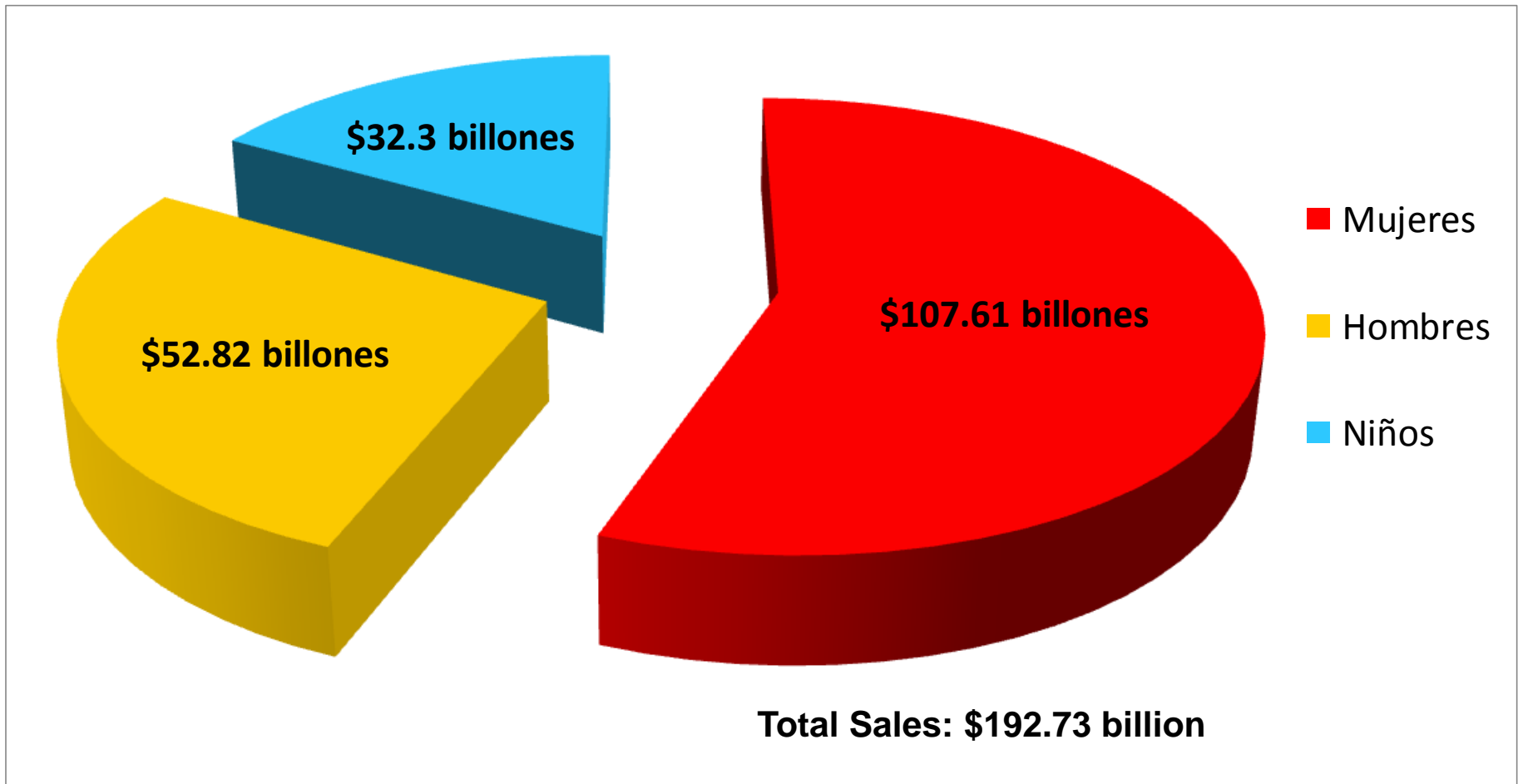
Mayo 2010 – Abril 2011



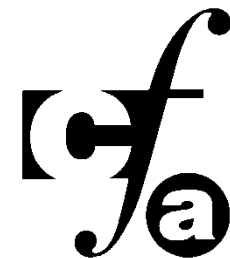
Fuente: The NPD Group, Inc. basado en datos del panel de consumidores via Women's Wear Daily, Julio 2011



Total de ventas en prendas de vestir

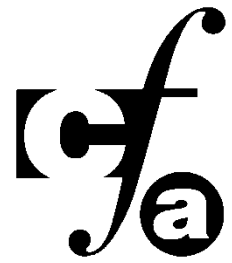


EE.UU.: Compradores de prendas de vestir - mayo 2009



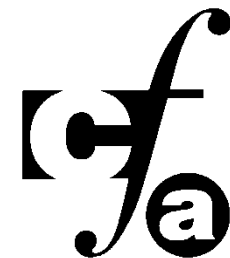
Comprador	Ventas (+/-)%	Ventas tiendas similares (+/-)%
Macy's	-9.4%	-9.1%
Nordstrom	-8.8%	-13.1%
Kohl's	4.1%	-0.4%
Saks	-25.9%	-26.6%
Marcas limitadas	-6.4%	-7.0%

EE.UU.: Compradores de prendas de vestir - mayo 2010



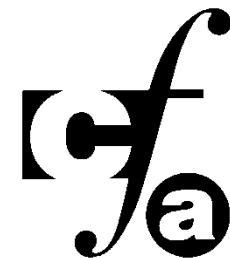
Comprador	Ventas (+/-)%	Ventas en la misma tienda (+/-)%
Macy's	2.6%	1.4%
Nordstrom	7.8%	3.7%
Kohl's	6.6%	3.5%
Saks	6.9%	5.8%
Marcas limitadas	6.2%	5.0%

EE.UU.: Compradores de prendas de vestir - mayo 2011



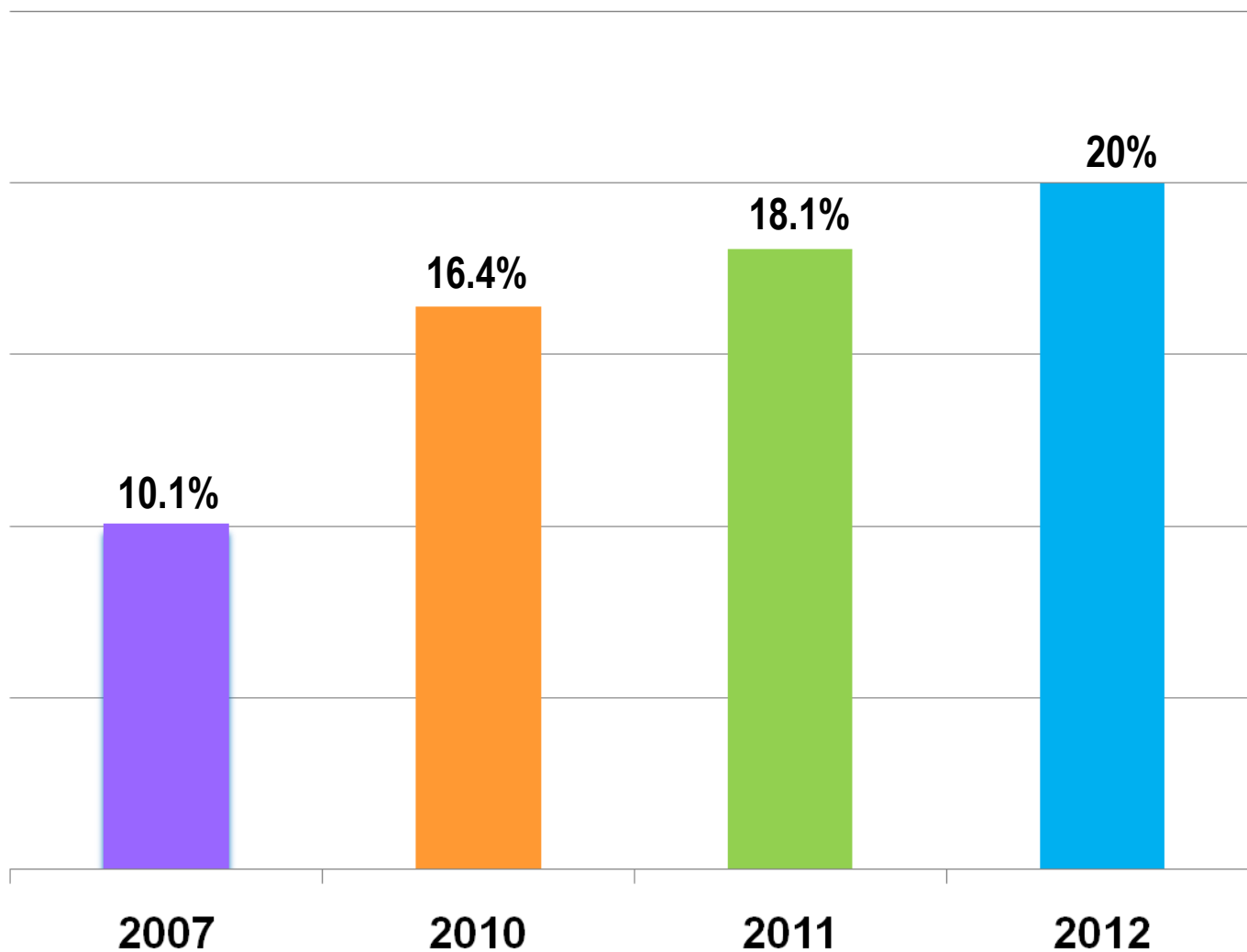
Comprador	Ventas (+/-)%	Ventas en la misma tienda (+/-)%
Macy's	8.50%	7.40%
Nordstrom	12.90%	7.40%
Kohl's	2.50%	0.80%
Saks	17.30%	20.20%
Marcas limitadas	6.00%	9.00%

EE.UU.: Compradores de prendas de vestir - mayo 2012



Comprador	Ventas (+/-)%	Ventas en la misma tienda (+/-)%
Macy's	4.0%	4.2%
Nordstrom	9.3%	5.3%
Kohl's	-2.6%	-4.2%
Saks	3.7%	4.0%
Marcas limitadas	-6.3%	6.0%

E-Comercio - Cuotas de ventas de prendas especializadas



Fuente: NPD Enero 2012



Requerimientos para el ingreso exitoso de marca

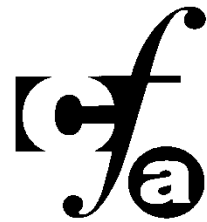
Análisis de Ingreso de Marca



Para desarrollar “marcas” que ingresen al mercado de EEUU, el confeccionista internacional debe:

- Establecer una corporación estadounidense.
- Establecer precios “desembarcados” con impuestos pagados en los EE.UU.
- Servicio de atención al cliente en los EE.UU.

Canales de Venta EE.UU.



Entregar el producto al consumidor...

- **Canal de Marketing Limitado (marcas registradas y privadas)**

Fabricante _____ Comprador _____ Minorista _____ Consumidor

- **Canal de Marketing Extendido**

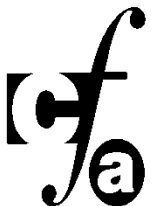
Fabricante _____ Mayorista _____ Minorista _____ Consumidor

- **Canal de Marketing Directo (Venta directa al minoreo)**

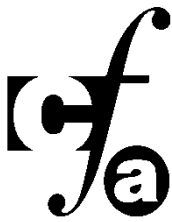
Fabricante _____ al _____ Consumidor

Opciones en marketing de modas para la IDENTIDAD DE MARCA

- Campaña nacional para establecer la imagen.
- Campañas regionales con promociones dentro de la tienda.
- Posicionamiento del producto: la opinión de celebridades resulta clave para establecer tendencias. Se requiere especialistas en Relaciones Públicas.
- ***MEDIOS SOCIALES!!!!***

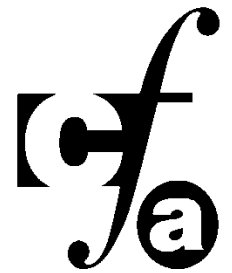


La innovación y el buen diseño NO son suficientes

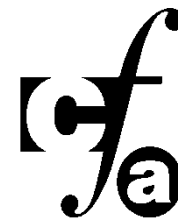


- Tallas – no estandarizadas. Algunos compradores tienen especificaciones claras.
- Requerimientos de etiquetado – Las pruebas químicas son requeridas para todas las mercancías en algunos estados.
- Los costos de transporte deben ser considerados dentro del precio mayorista y no ‘*FOB Callao*’. (*Don Nunnari*)
- Aduanas EE.UU. – Los requerimientos actuales son aplicados estrictamente. (*Tom Gould*)
- Propiedad Intelectual – La confirmación de marcas registradas válidas deben estar vigentes. (*Crystal Zarpas*)

Realidades financieras...



- 'Estilo', Marketing y Entrega son determinantes para el éxito. **Existe gran competencia global en cuanto a las decisiones basadas en precios sin "lucro"!**
- Considerar preferencias regionales para el desarrollo global de marca y estrategias de marketing. UNA estrategia no se ajusta a todos los mercados.



Ingreso de Perú al Mercado de EE.UU. & Competitividad Global

Exportaciones de Perú a EE.UU.



Prendas de vestir y textiles

<u>Textiles</u>	<u>YTD</u> <u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Total Puertos EEUU	6,064,000	22,916,000	21,840,000	16,686,000
<i>Puertos en L.A.</i>	<i>103,000</i>	<i>500,900</i>	<i>892,600</i>	<i>806,700</i>
<u>Prendas de vestir</u>				
Total Puertos EEUU	161,550,000	711,900,000	661,650,000	598,960,000
<i>Puertos en L.A.</i>	<i>12,640,000</i>	<i>37,193,000</i>	<i>44,154,000</i>	<i>52,656,000</i>

Exportaciones de EE.UU. a Perú



Prendas de vestir y textiles

<u>Textiles</u>	<u>YTD</u> <u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Total Puertos en Perú	6,167,900	23,417,700	22,733,000	17,492,000
<u>Prendas de vestir</u>				
Total Puertos en Perú	174,199,857	749,095,142	705,807,827	651,616,334

Competitividad Global del Perú

“Perú continua su ascenso en los calificaciones”



Puntos fuertes: "Sofisticación de los Negocios"

- Estabilidad económica - control de la inflación
- Entorno favorable para la iniciativa empresarial
- Menor tiempo necesario para comenzar un negocio
- Ganancias en cuanto a eficiencia en los mercados laborales y financieros

Puntos débiles: "Eficiencia del Mercado Mundial"

- Innovación de bajo nivel
- Infraestructura en redes de transporte insuficiente
- Necesidad de más empleados calificados
- Costos de delincuencia organizada y violencia contra negocios



Avanzando...

Realidades Globales del Vestir

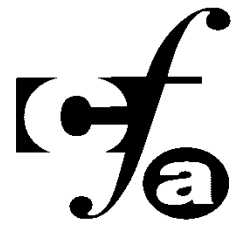
- Las tendencias en EE.UU. atraviesan fronteras creando una cultura transnacional de medios – por la exposición en los medios e internet.
- El ‘star power’ de Hollywood crea la moda de pasarela y el interés del consumidor...No París!
- La “democracia de consumo”: Ya no es necesario ser rico para estar a la moda.

Retailing en 2013



- Los clientes (compradores y fabricantes) dependen de la tecnología y computadoras para realizar sus compras, pero requieren de la interacción personal y **servicio!**
- **Los Dueños de Marca desarrollan sus propias ‘tiendas especializadas’** como protección contra grandes compradores y la internet.

El panorama para los grandes minoristas de EE.UU. en 2014



	Presente	Futuro
Los minoristas diseñan y se auto-abastecen	30%	45%
Marcas poco reconocidas	30%	15%
Principales marcas 'gigante' ie: Jockey, Ralph Lauren, etc.	40%	40%



Los Ángeles: Donde se generan las tendencias



Los Ángeles es #1 o #2 en las principales Industrias de diseño (por empleo)

Prendas de vestir y textiles	1) Los Ángeles	2) Nueva York
Arquitectura / Ingeniería	1) Los Ángeles	2) Nueva York
Manufactura de alimentos	1) Chicago	2) Los Ángeles
Muebles	1) Los Ángeles	2) New York
Servicios de Salud y Biomédicos	1) Nueva York	2) Los Ángeles
Cine / Producciones TV	1) Los Ángeles	2) Nueva York
Tecnología (incluyendo Aeroespacial)	1) San José	2) Los Ángeles
Juguetes	1) Los Ángeles	2) Nueva York

Fuente: County Business Patterns - Los Angeles Economic Development Corp 2009

Prendas de vestir del Sur de California: Proveedor Global de Contenido

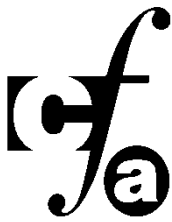


La Costa Oeste es menos conservadora ante las “nuevas” tendencias. No existen reglas...ni temporadas.

El estilo Hollywood dicta la escena de la moda *US Street* – no así las pasarelas europeas o neoyorkinas.

La mezcla multiétnica crea un ambiente único para el desarrollo creativo de productos para el consumidor.

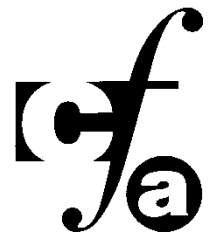
El uso de recursos globales, licencias, servicios de diseño, tecnología y alianzas estratégicas contribuirá al aumento de las ventas brutas de Los Ángeles.



Valor de la industria de la moda a la economía regional de Los Ángeles

	<u>2010</u>	<u>1997</u>
Venta/valor de envíos de industria del vestido y textiles	<u>\$40.3 billones</u>	<u>\$22.8 billones</u>
Total # Empleados Prendas de vestir y textiles	<u>128,148</u>	<u>207,318</u>

Democracia del Diseño



Elle Magazine - Brazil



Vogue - China



Marie Claire - EE.UU.





The California Fashion Association (CFA) es el foro de empresa-a-empresa para las industrias de confecciones en California.

www.CaliforniaFashionAssociation.org

Email: info@calfashion.org