Perfil de
Prendas para Bebés
del mercado de Estados Unidos

PERÚ
Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Perú

"Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado de Estados Unidos por la consultora Angiolina Galluccio, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Nueva York y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y PROMPERÚ. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Estados Unidos"

Índice

Introducción 6

Metodología de Estudio 8

1. Evaluación del Mercado 10

1.1 Tamaño del Mercado 11

2. Análisis de la Demanda 25

2.1 Usos y formas de consumo 25

2.2 Regiones o sectores de mayor consumo 28

2.3 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado 29

3. Auditoría en tiendas 36

4. Condiciones de Acceso al Mercado 39

4.1 Aranceles 39

4.2 Normas de Origen y Pruebas de Origen 41

4.3 Requisitos Específicos de los Importadores 42

5. Comercialización y Distribución 46

6. Información Adicional 54

7. Fuentes de Información 56

Introducción

El mercado de prendas de vestir para bebés y niños en los Estados Unidos es un mercado muy lucrativo, atractivo, extenso y muy competitivo debido a que en estos tiempos los padres invierten más dinero en mejores prendas para sus niños. La paulatina disminución de las barreras comerciales, a través de la firma de tratados de libre comercio con diversos países manufactureros, ha generado que la industria textil estadounidense mueva sus fábricas de confección de prendas de vestir a países con menores costos, generando fuentes de trabajo en esos países e incrementando sus exportaciones hacia el mercado estadounidense.

Según un reporte del USITC (United States International Trade Commission) elaborado en marzo del 2017, Estados Unidos importó prendas de vestir para bebés y niños en la categoría general por un valor de USD 2 539,80 millones en el año 2015, y USD 2 300,05 millones en el año 2016, representando una ligera baja en 10% en el total de sus importaciones en este rubro de un año a otro, siendo China el principal proveedor de prendas de vestir en general.

De este modo, el producto bruto interno de los Estados Unidos en el año 2015 tuvo un crecimiento de sólo 1,9% en relación a China con un crecimiento de 6,8% en el mismo año según reporte de Haver Analytics presentado por la revista The Economist en su edición del 25 de febrero del 2017. Se debe tener en consideración que el crecimiento del PBI en China no puede comprarse en la misma proporción con el de Estados Unidos debido a que en China existen al 2016 unos 1 382 millones

de personas, us. Estados Unidos con 324 millones de personas en el mismo periodo.

Debemos señalar que mientras que el desarrollo de la ropa para niños puede haber parecido arriesgado para las marcas de lujo en el pasado, el mercado está lleno de potencial inexplorado para las marcas de moda en altos acabados o high end, según un nuevo informe de Fashionbi publicado el 12 de febrero de 2016.

Asimismo, en un país de más de 324 millones de habitantes al 2016 según la oficina del Census Bureau de los Estados Unidos, y en donde cada año nacen alrededor de 4 millones de niños, la venta de ropa para bebés siempre será un mercado atractivo para los exportadores peruanos. No obstante, lo que alguna vez se consideró como un segmento donde los diseños no eran más importantes que el fin de uso, hoy en día está cambiando el concepto totalmente llevándolo más hacia un estilo de moda y diversidad más alto, donde los modelos, la calidad de la materia prima, la presentación y el acabado son aún más importantes. De este modo, hace que los niños se vean más lindos vestidos con una prenda que atrae la vista de los demás y las empresas de confección están invirtiendo en mejorar sus diseños y acabados a fin de poder llamar la atención de los "padres consumidores". Ellos quieren ver a sus niños vestidos de la mejor manera y con calidad que dure y sobresalga. Dada las ventajas comparativas de la gran calidad del algodón Pima peruano, las confecciones textiles y diseños modernos tienen un gran potencial para acceder al siempre exigente comprador estadounidense.

Metodología de Estudio

El estudio de mercado se realizó en tres etapas aproximadamente:

- Una investigación inicial secundaria para proporcionar una visión general del sector en Estados Unidos, así como del mercado de prendas de bebé.
- Una investigación principal, mediante entrevistas con importadores en Estados Unidos.
- Una evaluación de los datos y la redacción del presente estudio de comercialización.

La investigación secundaria incluyó una revisión de publicaciones de la industria, revistas, recursos impresos de diversas sociedades industriales y publicaciones gubernamentales. El objetivo de esta revisión fue establecer el tamaño del mercado de prendas para bebés en Estados Unidos y el estado del mercado global. La investigación principal consistió en entrevistas realizadas a compañías estadounidenses que actualmente importan productos hacia Estados Unidos. Finalmente, la evaluación de los datos y la redacción del informe por la consultora ha generado recomendaciones y que concluyera que existen muchas oportunidades para las prendas para bebé en el mercado estadounidense.

01

Evaluación del Mercado

El presente estudio analiza el potencial que tienen los fabricantes peruanos de prendas de vestir para bebés y niños/niñas fabricadas en principalmente algodón y lana para introducirlas en el mercado de Estados Unidos. Comprendiendo prendas para bebés de entre 0 a 36 meses.

Las partidas arancelarias del Sistema Armonizado (HS) a desarrollar en este estudio son:

61.11 Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, para bebés.

6111.20.00.00 - De algodón
6111.30.00.00 - De fibras sintéticas
6111.90.00.00 - De las demás materias textiles:
6111.90.10.00 - De lana o pelo fino
6111.90.90.00 - Las demás

62.09 Prendas y complementos (accesorios), de vestir, para bebés

6209.20.00.00 - De algodón
6209.30.00.00 - De fibras sintéticas
6209.90.00.00 - De las demás materias textiles:
6209.90.10.00 - De lana o pelo fino
6209.90.90.00 - Las demás

1.1 Tamaño del Mercado

Según la oficina de Censos de los Estados Unidos cada ocho segundos nace un bebé, pero también cada once segundos muere un individuo, considerando niños y adultos. Esto demuestra un crecimiento en la población que se estima serán los próximos consumidores de prendas para niños. Como se indica anteriormente, se estima que cada año nacen aproximadamente unos 4 millones de niños en Estados Unidos, que es el potencial para la venta de prendas de vestir conforme van creciendo.

Estados Unidos es el principal comprador de prendas de bebé manufacturadas del Perú, al concentrar el 65,1% de las exportaciones de este rubro entre enero y julio de año 2016. Un reporte de la Oficina de textiles y vestimenta (OTEX) de Estados Unidos publicado el 6 de marzo de 2017 Major Shippers Report, U.S. General Imports, By Category, 2/2017 Data, indica que durante el año 2016 Estados Unidos recibió de Perú prendas confeccionadas para bebés en la categoría general de prendas y accesorios para bebé 239 por un monto de USD 19 555 millones visualizando un crecimiento en los valores exportados por Perú de un 5,1% con respecto al año 2015.

La mayor oportunidad de producir prendas a un menor costo en el exterior ha generado un aumento de las importaciones además de la reducción en las barreras

comerciales a través de los tratados de comercio entre Estados Unidos y otros países productores. Como consecuencia, han afectado negativamente los niveles de producción nacional en la industria de confección textil en Estados Unidos se debe considerar que, al margen de los costos más bajos en otros países, el problema es que no existe industria manufacturera o fábricas que transformen la materia prima en producto terminado y que se produzca en Estados Unidos para confeccionar prendas de vestir para bebés o niños y esta es una de las razones principales por la que la producción de prendas de vestir en general en Estados Unidos se redujo al mínimo en los últimos 20 años. La falta de empresas manufactureras data desde 1985 donde paulatinamente las fábricas fueron moviendo sus producciones off-shore (fuera del país) debido a las fuertes tasas de impuestos exigidas por el gobierno, grandes salarios sobre la mano de obra que repercutían en los costos además de problemas sindicales.

Producción Local

Con respecto a la producción local, es importante señalar que la industria de prendas de vestir para niños usualmente está conformada por fábricas de confección textil, corte y confección y luego acabado de las prendas, debido a que no existen fabricas verticales donde produzcan desde la tela y luego la confección. Las pocas fábricas de confección de prendas de vestir para bebés y niños en Estados Unidos compran las telas y fabrican sus prendas, y si son sweaters los tejen con lanas o hilos fabricados en el país para hacer honor al "Made in U.S.A.", pero esta fabricación es en menor cantidad y usualmente son las marcas pequeñas que no pueden importar cantidades exigidas por los exportadores de otros países que se animan a tener una producción local pequeña y de este modo cumplir con sus clientes.

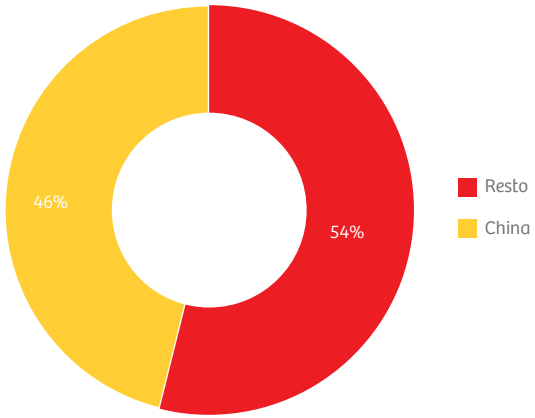
Y a pesar de la limitada producción en prendas de vestir para bebés, niños y niñas en Estados Unidos siempre encontraremos algunos fabricantes en el mercado nacional, pero ellos no abastecen toda la demanda de este país y por ello las grandes marcas derivan su producción a países de menor costo.

Existe muy poca información respecto a los fabricantes nacionales de prendas para bebé, se han encontrado algunas fábricas en Estados Unidos en la página web Apparel Search (http://www.apparelsearch.com/america.htm) que a continuación se detallan, pero no existe una concentración de fábricas por estado debido a que las mismas están dispersas en diferentes Estados.

Importaciones

De acuerdo al país de procedencia de la confección de las prendas, China se encuentra en el primer lugar de los países exportadores de prendas de vestir para bebés hacia Estados Unidos. No obstante, como se muestra en el gráfico abajo, la participación de China se ha ido reduciendo en los últimos años bajando sus niveles de exportación al mercado estadounidense en este tipo de prendas en un 12,3% en el año 2016 con respecto al año 2015 con cifras de USD 1 188 930 millones para el año 2015 y USD 1 058 496 millones para el año 2016, según el reporte de OTEX de marzo 2017.

Gráfico N°1: Participación de las importaciones en Tejidos de Punto en prendas de vestir para bebés provenientes de China a Estados Unidos (Porcentaje del total de Importaciones 2016)



Fuente: OTEX, marzo 2017.

Teniendo en cuenta que la producción local de confecciones para prendas de vestir de bebes y niños es tan baja que no existen estadísticas comparativas en los medios informativos gubernamentales u oficiales en cuanto a cantidades producidas o vendidas en el país, por lo que se hace difícil proporcionar un análisis de la fabricación nacional y competencia entre los fabricantes. Por ello, en este estudio nos basamos principalmente en las importaciones realizadas por Estados Unidos de los países que fabrican las prendas para bebés. Si bien hemos señalado anteriormente que la empresa Carter's Inc. es la que más vewwnde en el país debido a sus precios, no podemos resaltar la competencia entre empresas

debido a la fabricación, pero si por los precios debido a que el mayor porcentaje de las mismas produce el total de sus prendas fuera de Estados Unidos.

Este es un mercado de precios que alternativamente va acompañado de la calidad de la prenda, y las marcas buscan confeccionar su producción en países que les brinden ambas satisfacciones para así llegar al consumidor final. La alternativa de nuevos proveedores en otros países como Camboya, Vietnam e India ha registrado un importante incremento de sus exportaciones a los Estados Unidos debido a sus precios. Cabe señalar que el país con mayor crecimiento en las exportaciones para prendas de vestir de bebés y niños es Camboya, obteniendo el segundo lugar en exportaciones de este tipo hacia Estados Unidos inmediatamente después de China y alcanzado un volumen exportado en USD 215 303 millones en el año 2016.

Tanto los gobiernos de Camboya como Vietnam han impulsado un marco normativo laboral que les ha permitido aprovechar la mano de obra barata para convertir su industria textil en los principales sectores generadores de divisas para ambos países. Sumado a la desaceleración de la economía China, ambos países han aprovechado sus ventajas comparativas para llamar la atención de grandes marcas y cadenas de tiendas para la confección barata de ropa de vestir, en la cual también se encuentra la ropa de bebé. Perú ocupa el lugar # 11 entre los países exportadores de prendas de vestir para bebe hacia Estados Unidos según la información de la tabla proporcionada por la Oficina de Textiles y prendas de vestir de Estados Unidos OTEX de acuerdo al reporte de importaciones de Estados Unidos de prendas de vestir para bebes y accesorios.

No es posible proporcionar una información real sobre las marcas que importan tanto de Camboya como Vietnam debido a que la información no está disponible y sobre todo cada marca mantiene celosamente la fuente de sus proveedores y la mayoría importa su producción de China.
A continuación, se presenta el reporte de las importaciones de prendas de vestir para bebes y accesorios por países en la categoría general 239, alcanzado un total importado en el año 2016 de USD 2 300,05 millones.

Tabla N°1: Reporte de importaciones de Estados Unidos de prendas de vestir para datos en USD millones, * i/p

País	2015	2016	Enero 2016	Enero 2017	Var. ene. 2017/ ene. 2016
Total mundo	2 539,80	2 300,05	192,15	222,64	15,86
China popular	1 188,93	1 058,50	85,63	99,77	16,51
Cambodia	231,93	215,30	13,74	20,40	48,46
Vietnam	225,05	209,81	16,18	25,68	58,73
Bangladesh	238,19	203,39	19,62	19,39	-1,15
India	158,10	165,48	14,91	14,30	-4,11
Indonesia	130,22	117,18	12,29	12,75	3,79
Tailandia	103,70	89,01	7,27	6,13	-15,71
Sri lanka	50,61	50,78	4,99	8,64	73,14
Guatemala	24,49	25,01	3,26	1,93	-41,2
Salvador	38,37	22,63	1,99	1,21	-39,1
Perú	18,79	19,76	1,36	1,90	39,77
Filipinas	27,02	18,39	1,65	1,87	13,27
Pakistán	15,06	12,75	1,06	1,16	9,00
Etiopía	1,53	8,31	0,34	1,04	202,78

Fuente: Office of Textile and Apparel http://otexa.trade.gov/msr/catV239.htm
Fecha del reporte: marzo 6, 2017
*Categoría 239 Código en uso antes del 2017 y comprende todas las partidas arancelarias vigentes, 6111, 6209. 6505,

bebés y accesorios por (categoría 239*: prendas para bebés y accesorios),

Ene. 2015 - ene. 2016	Nov. 2015 - nov. 2016	Dic. 2015 - dic. 2016	Ene. 2016 - ene. 2017	Var. ene. 2016 - 2017/ ene. 2015 - 2016	Part.
2 506,23	2342,99	2 300,05	2 330,53	-7,01	100
1 166,69	1 085,20	1 058,50	1 072,63	-8,06	46,03
228,55	223,77	215,30	221,96	-2,88	9,52
225,06	208,65	209,81	219,31	-2,56	9,41
236,94	205,30	203,39	203,16	-14,25	8,72
159,28	165,35	165,48	164,87	3,51	7,07
126,90	119,27	117,18	117,64	-7,29	5,05
100,93	93,58	89,01	87,87	-12,94	3,77
50,64	50,13	50,78	54,43	7,47	2,34
25,87	24,89	25,01	23,66	-8,57	1,02
37,17	23,38	22,63	21,86	-41,2	0,94
18,53	19,74	19,76	20,29	9,53	0,87
26,08	18,96	18,39	18,61	-28,64	0,80
13,72	12,86	12,75	12,84	-6,39	0,55
1,87	8,30	8,31	9,01	382,77	0,39

9615 y sus subpartidas

País	2015	2016	Enero 2016	Enero 2017	Var. ene. 2017/ ene. 2016
Kenia	11,61	8,25	0,79	0,59	-26,12
Honduras	12,16	7,66	0,33	0,30	-9,48
Nicaragua	5,81	7,44	0,68	0,87	28,08
Malasia	8,40	7,56	0,58	0,22	-62,79
Hong Kong	4,12	7,55	1,37	0,24	-82,44
Egipto	6,14	6,28	0,79	0,76	-3,64
Taiwán	4,73	4,50	0,44	0,32	-28,32
Corea del sur	4,22	3,87	0,37	0,45	22,78
México	4,20	3,34	0,27	0,19	-26,55
Haití	2,14	3,10	0,21	0,04	-82,58
Lesoto	1,54	1,78	0,10	0,00	-100,00

Fuente: Office of Textile and Apparel http://otexa.trade.gov/msr/catV239.htm
Fecha del reporte: marzo 6, 2017
*Categoría 239 Código en uso antes del 2017 y comprende todas las partidas arancelarias vigentes, 6111, 6209. 6505,

Ene. 2015 - ene. 2016	Nov. 2015 - nov. 2016	Dic. 2015 - dic. 2016	Ene. 2016 - ene. 2017	Var. ene. 2016 - 2017/ ene. 2015 - 2016	Part.
11,21	8,23	8,25	8,04	-28,23	0,35
11,98	7,77	7,66	7,63	-36,29	0,33
5,87	7,36	7,43	7,63	29,93	0,33
8,21	7,66	7,56	7,20	-12,37	0,31
5,31	7,48	7,55	6,42	20,97	0,28
5,96	6,03	6,28	6,25	4,92	0,27
4,82	4,58	4,50	4,37	-9,25	0,19
4,26	4,01	3,87	3,96	-7,23	0,17
4,18	3,42	3,34	3,27	-21,84	0,14
2,11	3,17	3,10	2,93	38,82	0,13
1,48	1,80	1,78	1,68	13,61	0,07

9615 y sus subpartidas

País	2015	2016	Enero 2016	Enero 2017	Var. ene. 2017/ ene. 2016
					Importaciones por bloques de país
WTO	2 538,2	2 291,71	191,80	221,59	15,53
ASEAN	727,04	658,89	51,76	67,34	30,10
Hemisferio Oriental	111,07	93,08	8,64	7,23	-16,31
CAFTA	81,22	63,08	6,28	4,33	-31,05
Países Sub-saharan	15,43	19,43	1,43	1,72	20,21
OECD	16,68	16,45	1,39	1,58	13,66
EU28	9,62	10,56	0,77	1,03	33,61
EU27	9,61	10,56	0,77	1,03	33,73
NAFTA	5,32	4,12	0,32	0,23	-27,38
CBI	2,14	3,10	0,21	0,04	-82,58

Fuente: Office of Textile and Apparel http://otexa.trade.gov/msr/catV239.htm
Fecha del reporte: marzo 6, 2017
*Categoría 239 Código en uso antes del 2017 y comprende todas las partidas arancelarias vigentes, 6111, 6209. 6505,

Ene. 2015 - ene. 2016	Nov. 2015 - nov. 2016	Dic. 2015 - dic. 2016	Ene. 2016 - ene. 2017	Var. ene. 2016 - 2017/ ene. 2015 - 2016	Part.
ses con Tratado de Libre Comercio					
2 504,29	2 334,65	2 291,71	2 321,50	-7,30	99,61
716,49	673,39	658,89	674,47	-5,87	28,94
111,02	93,70	93,08	91,67	-17,43	3,93
81,28	63,67	63,08	61,13	-24,79	2,62
15,38	19,40	19,43	19,72	28,24	0,85
16,78	16,50	16,45	16,64	-0,80	0,71
9,58	10,60	10,56	10,82	12,95	0,46
9,57	10,60	10,56	10,82	13,00	0,46
5,29	4,16	4,12	4,03	-23,79	0,17
2,11	3,17	3,10	2,93	38,82	0,13

9615 y sus subpartidas

Tabla N°2: Lista de productos importados por Estados Unidos, del 2012 - 2016, comprendidos en el HS 6111, prendas para bebés accesorios, tejidos o a crochet (excluye gorros), montos expresados en USD miles

Código	Etiqueta del Producto	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016
6111	Ropa para bebés y accesorios, tejida o crochet (excluye gorros)	1 861 396,00	1 951 703,00	1 950 988,00	2 039 283,00	1 859 635,00

Fuente: International Trade Center

Gráfico N°2: Importaciones de ropa de bebé (punto y no de punto), USD millones

Fuente: USITC (United States International Trade Commission 2015)

Tabla N°3: Principales Estados importadores y países exportadores de las prendas de bebés del HS 6111.90 (2016)

US Ranking de Importaciones (2016) HS 6111.90	
Estados que importaron esta categoría	California (USD 3 249 823), New York (USD 2 086 927), New Jersey (USD 1 584 619) y Minnesota (USD 1 022 645)
Países que exportaron esta categoría a Estados Unidos	China (USD 7 451 890), Vietnam (USD 480 009), Perú (USD 473 661) e Indonesia (USD 380 110)

Fuente: Flexport (2017)
https://www.flexport.com/data/hs-code/611190-babies-garments-etc-knit-etc-textiles-nesoi

Tabla N°4: Principales Estados importadores y países exportadores de las prendas de bebés del HS 6209.90 (2016)

US Ranking de Importaciones (2016) HS 6209.90	
Estados que importaron esta categoría	California (USD 6 784 899), New York USD 2 540 629), New Jersey USD 1 335 365), y Texas USD 1 158 816)
Países que exportaron esta categoría a Estados Unidos	China (USD 5 966 592), Indonesia (USD 3 009 335), Vietnam (USD 2 893 853), y Bangladesh (USD 1 941 537)

Fuente: Flexport (2017)
https://www.flexport.com/data/hs-code/620990-babies-garments-clthng-access-ot-tex-mtrl-not-kni

Importaciones desde Perú

OTEX, Office of Textile and Apparel, oficina de textiles y prendas reportó en marzo del 2017 que Estados Unidos compró prendas de vestir para bebés y accesorios de Perú en el año 2015 por un monto de USD 18 788 millones y en el año 2016 USD 19 755 millones lo que representa un crecimiento de un 5% de un año a otro. Y en solo enero del año 2017 Estados Unidos. importó de Perú prendas de vestir para bebé por un monto de USD 1 895 millones. La comparación en 12 meses calendario sobre los montos importados de Perú en este rubro muestra de enero 2016 a enero 2017 un incremento de 39,77% beneficiando a las fábricas en Perú.

Por otro lado, debemos destacar en Latinoamérica los principales competidores de Perú respecto a las prendas de vestir para bebés son Guatemala y El Salvador que por sus precios competitivos llevan una gran ventaja sobre los precios que Perú ofrece, sin desmedro de la calidad de las confecciones peruanas. Pero en muchos casos se debe considerar que es un mercado de precios y por ello los compradores buscan donde pueden abaratar la mano de obra para poder obtener una ventaja comparativa y mayor rentabilidad en sus productos.

02

Análisis de la Demanda

2.1 Usos y formas de consumo

En el mercado estadounidense se entiende por ropa de bebé a las prendas de vestir entre los 0 a 36 meses de edad. Sin embargo, algunas tiendas comercializan prendas especializadas en dos segmentos:

- Ropa y accesorios de 0 a 3 meses
- Ropa y accesorios bebé, de 3 a 36 meses.

Asimismo, las prendas de vestir para bebé se clasifican de la siguiente manera:

- Abrigos y chaquetas
- Primera puesta
- Enterizos y pecheras
- Camisetas y camisas
- Vestidos y faldas
- Pantalones
- Accesorios (guantes, gorros, calcetines, leotardos, etc.).

De acuerdo a las temporadas y estaciones del clima, del mismo modo en que los adultos cambian su vestimenta, las prendas para bebe también responden a esos cambios.

- Primavera / Verano
- Otoño / Invierno

Aunque debe tomarse en cuenta que la primavera en Estados Unidos no es una

estación cálida y es más bien fría con cambios de temperatura que oscilan entre brisas frías alternando con temperaturas ligeramente cálidas pero muy cambiantes día a día según la región del país.

Descripción del producto

Las prendas de vestir para bebé pueden ser desde enterizos, conjuntos, camisetas, gorros, mitones, vestidos, pantalones, sweaters, etc. fabricadas en algodón o lana. Se debe tomar en cuenta que las tallas en los Estados Unidos son ligeramente más grandes que las tallas usuales en el Perú tal como se detalla en el siguiente cuadro. Pero se debe tomar en cuenta que el patrón general de tallas se ajusta de acuerdo al tamaño del bebé y de acuerdo a las especificaciones de cada marca.

Tabla N°5: Tabla de tallas según meses en Estados Unidos

Tallas	Peso	Tamaño del bebé
Recien nacido (NB)	5 - 8 lb / 2,30 - 3,60 kg	17 - 21 in / 43,20 - 53,30 kg
0 - 3 Meses	8 - 12 lb / 3,60 - 5,40 kg	21 - 24 in / 53,30 61 kg
0 - 6 Meses	Hasta 16 lb hasta 7,30 kg	hasta 26 In hasta 66 kg
3 - 6 Meses	12 - 16 lb / 5,40 - 7,00 kg	24 - 26 in / 61 - 66 kg
3 - 9 Meses	12 - 20 lb / 5,40 - 9,10 kg	24 - 28 in / 61 - 71,10 kg
6 - 9 Meses	16 - 20 lb / 7,30 - 9,10 kg	26 - 28 in / 66 - 71,10 kg
12 Meses	20 - 24 lb / 9,10 - 10,90 kg	28 - 30 in / 71,10 - 76,20 kg
18 Meses	24 - 28 lb / 10,90 - 12,70 kg	30 - 32 in / 76,20 - 81,30 kg
24 Meses	28 - 32 lb / 12,70 - 14,50 kg	32 - 34 in / 81,30 - 86,40 kg

Fuente: Gerber Childrens wear http://www.gerberchildrenswear.com/size-guide

El consumo de prendas de vestir para bebés y vestimenta en general está estrechamente relacionado al desempeño de la economía estadounidense y consecuentemente a los ingresos de sus ciudadanos. Es importante mencionar que después de la crisis hipotecaria a mediados del 2008, la economía estadounidense entró en un periodo de recuperación y lento crecimiento, donde el consumo interno se redujo notablemente. Al ser las prendas de vestir un bien necesario y dada la tasa de natalidad del país, el gasto promedio en vestimenta en general se redujo levemente, pero no en el gasto para ropa de bebés.

Para el 2015, según la encuesta de gasto de consumo proporcionada por la oficina de Censos de Estados Unidos, el estadounidense promedio gasta alrededor de USD 83 al año para prendas de niños menores de 2 años, lo cual indica un incremento en el gasto de un 9,2% con respecto al 2014.

Tabla N°6: Promedio anual de gastos y características de todas las unidades de consumo, 2013-2015 (en USD)

Item	2013	2014	2015
Vestimenta y servicios	1 604	1 786	1 846
Adultos y niños	374	430	422
Niños de 2 a 15 años	70	104	91
Mujeres adultas y niñas	636	656	697
Niñas de 2 a 15 años	109	105	101
Niños de menos de 2 años	75	76	83
Zapatos	307	367	354

Fuente: Bureau of Labor Statistic Consumer Expenditure Survey (2015) https://www.bls.gov/cex/tables.htm

2.2 Regiones o sectores de mayor consumo

Las regiones de mayor consumo en prendas de vestir para bebés son los estados con mayor población como California, Texas, Florida, y Nueva York. El mayor número de importaciones de prendas de vestir ingresan generalmente a Florida, Nueva York y California para luego ser distribuidos al resto del país a través de sus canales de distribución ya sea a tiendas o boutiques.

Tabla N°7: Estados de mayor población en Estados Unidos

Estado	Población 2016
California	39 250 017
Texas	27 862 596
Florida	20 612 439
New York	19 745 289
Illinois	12 801 539
Pennsylvania	12 784 227
Ohio	11 614 373
Georgia	10 310 371
North Carolina	10 146 788
Michigan	9 928 300

Fuente: US Census Bureau 2016

2.3 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

2.3.1 Tendencias

Se puede observar las tendencias del consumidor de acuerdo al volumen de venta de prendas para bebés de diversas marcas. Sus preferencias por comprar prendas de vestir para bebés se inclinan principalmente por la marca Carters Inc, quien también es propietaria de la marca Osk Kosh B'Gosh, siendo las de mayor volumen de venta en Estados Unidos reportado al 2016. Esto lo confirma Forbes en un artículo publicado el 14 de setiembre de 2016 que la empresa Carter Inc. lidera el 17% del mercado sobre las tallas 0 - 7 en prendas para bebés en Estados Unidos, seguida de sus competidores Disney, Gerber, Gap, Gymboree, Old Navy y Children's Place, cuya competencia es muy intensa.

De acuerdo a Euromonitor, empresa que se dedica a la investigación de mercado, en febrero 2017 reportó que en el mercado estadounidense el consumo de la ropa para niños aumentó un 4% en términos de valor actual en relación al mismo período en el año 2016, para alcanzar USD 31,6 mil millones. La ropa para niñas (diseñada para las edades de 4 a 14 años) era la categoría más grande dentro de la ropa para niños, con una participación del 38% en las ventas de valor en 2016. La ropa de los niños (diseñada para las edades de 4-14) parte de las ventas de valor, seguido por las prendas de bebés y niños pequeños (productos diseñados para las edades 0-3) con el 29% restante.

Las prendas para bebés comprendidas entre 0 - 36 meses suelen tener menor volumen de venta por consumidor debido a que es la etapa de crecimiento veloz del bebé y consecuentemente el uso de una talla comprendida en esa categoría se deshecha rápidamente pasando a usar una talla más grande. La venta de las tallas 4 a 14 suele ser mayor debido a que el crecimiento del niño no es tan veloz como el de un recién nacido y por ende el uso de la prenda es de mayor tiempo. En 2016, la ropa de niñas y niños registró un mayor crecimiento en el precio que las prendas para bebés y niños pequeños.

Las prendas de vestir para niñas y niños registraron un crecimiento del 4% en términos de valor actual en el año 2016, mientras que el de bebés y niños pequeños creció sólo un 2% en el mismo año.

La tendencia de compras online sigue creciendo debido a que las personas tienen poco tiempo para visitar las tiendas con horarios de trabajo muy ajustados y muchas veces se encuentran ofertas online que no las ofrecen en tienda; sobre todo si se conoce la marca es mucho más fácil realizar las compras online por la confianza depositada en la misma sobre la calidad de la prenda. La mayoría de marcas y tiendas que tienen una página web ofrecen sus productos online, facilitando de este modo las ventas. Hoy en día se puede decir que el 100% de las marcas ofrecen ventas online, salvo aquellas tiendas pequeñas que se encontrarían en pequeñas ciudades o venden localmente.

Por último, la tendencia a usar prendas fabricadas en algodón sigue creciendo debido a su condición de fibra natural e hipoalergénica en relación a otras fibras. Los sweaters para bebé se prefieren hechos en algodón debido a que la fibra no arroja pelusas que son peligrosas para el bebé en caso de ingerirlas debido a que podrían sufrir de atragantamientos o problemas respiratorios. Por ello no es recomendable el uso de lanas en prendas para bebés muy pequeños. Un buen porcentaje de compradores prefiere prendas hechas en algodón orgánico, debido a que no contienen tintes o procesos químicos que podrían afectar la piel de sus bebés.

2.3.2 Panorama competitivo

La ropa para niños es altamente competitiva como resultado de su orientación a la moda, la mezcla de marcas y fabricantes de marcas privadas, grandes y pequeños productores, y canales de distribución. La competencia dentro de la ropa infantil se basa generalmente en el reconocimiento de marca, comodidad, ajuste y estilo, calidad y precio. En cuanto a la moda, podemos decir que algunos compradores se inclinan hacia prendas con diseños curiosos que llamen la atención de otras personas. Otros deciden comprar prendas hechas con fibras naturales y orgánicas que usualmente tienen el color original del algodón. En cambio, otros prefieren vestir a sus bebés con prendas de diversos colores y cómodas. Brindamos un par de ejemplos para ilustrar como difieren los precios de una marca a otra: las marcas de renombre como Ralph Lauren venden un vestido de algodón de punto como el de la fotografía abajo en su precio normal

a USD 115 y uno similar en otra marca como Osh Kosh B'Gosh puede costar entre USD 20 y USD 40. Los precios varían de acuerdo a la marca generalmente y punto de venta. Los puntos de venta o canales de distribución al consumidor son principalmente las tiendas o a través de sus páginas web (online).

Fuente: Ralph Lauren

Fuente: Osh Kosh B'Gosh

2.3.3 Perspectivas del Mercado

Como se ha indicado en párrafos anteriores en este estudio, en Estados Unidos nace un bebé cada 8 segundos, pero ello no significa que la población crezca desmesuradamente cada 8 segundos, porque a ello debemos agregar que la tasa de mortalidad según la oficina de censos de Estados Unidos indica que se produce una muerte cada 11 segundos, sin discriminar edades. No se espera que se produzcan cambios importantes en la población infantil en los Estados Unidos durante los próximos cinco años. Se prevé que la tasa de natalidad disminuya ligeramente de 12,4 nacimientos por 1 000 habitantes en 2016 a 12,3 por 1 000 habitantes en 2021, manteniendo un promedio de 4 millones de nacidos al año. A pesar de la ligera disminución de la tasa de natalidad, se espera que el número real de nacimientos aumente a 4,1 millones de nacidos vivos en 2021. Se espera también que la población de 0 a 3 años crezca hasta representar el 5% de la población total en 2020, mientras que la población de 4 a 14 años se espera que disminuya al 13% de la población total en el mismo período. (Euromonitor, 2015)

La perspectiva del mercado entonces se basa en la cantidad de bebés vivos que integran la población y si esta se

programa en 4 millones por año, entonces habrá 4 millones de consumidores nuevos cada año, lo cual hace que este mercado siga siendo atractivo.

Ventajas del Producto Peruano y Competencia

La principal materia prima para la fabricación de prendas de vestir para bebe es el algodón y Perú tiene uno de los mejores algodones del mundo que es el algodón Pima de origen propio, además de tener otros algodones de diferente calidad como el Tangüis que es de fibra larga, y se obtienen hilados en los tipos anillos (Ring Spun) que tiene un proceso de torsión extra donde las puntas se tuercen hacia el interior del hilado para evitar el "pilling", que da un acabado más parejo y fuerte a la fibra final, con una apariencia de suavidad y comúnmente llamado algodón peinado. También se obtiene el hilado open-end donde las puntas de los hilos quedan en los orillos en telas de tejido plano y que son de buena calidad usando la fibra larga de algodón.

El Perú produce algodón en diferentes regiones tanto en el norte como en el sur del país, convirtiéndolo en hilados de diversos títulos y retorcidos que luego se transforman en telas que llevan a la imaginación de los diseñadores y las vierten en preciosas e interminables ideas que son las prendas de vestir. A pesar de la poca producción de algodón en Perú (40% del consumo) e importando el 60% restante, abastece el mercado local y de exportación sin crear vacios. Pero focalizaremos este estudio no en la producción de algodón como materia prima, pero en las confecciones de prendas de vestir para bebés y niños y en ello está la diferenciación y las ventajas del producto acabado hecho en Perú que sobresale por ello.

Estados Unidos cultiva algodón de muy buena calidad, siendo el principal proveedor de algodón a Perú, con una producción aproximada de 14,6 millones de pacas al año y cada paca tiene un peso de aproximadamente unos 225 kg. Lo que representa una producción anual de unos 3,3 millones de toneladas aproximadamente, posicionándolo en el tercer país exportador de algodón en el mundo según las estadísticas de Statista, después de la India y China, es el principal exportador, representando casi el 30 por ciento del comercio mundial de algodón en rama. El tipo de algodón predominante cultivado en los Estados Unidos es la altiplanicie americana (Gossypium hirsutum) similar al Tangüis peruano. Este representa aproximadamente el 97% de la cosecha anual de algodón de los Estados Unidos. El algodón americano (upland) se cultiva en todo el cinturón de algodón de los Estados Unidos, así

como en la mayoría de los principales países productores de algodón. El balance del algodón cultivado en los Estados Unidos es American Pima o gramo extra largo (ELS) (Gossypium barbadense) que sería el 3% de la producción nacional. El algodón ELS, que tiene una longitud de grapa de 1 1/2 pulgadas o más, se produce predominantemente en California, donde está particularmente bien adaptado a las condiciones ambientales. El algodón ELS también se cultiva en las regiones áridas del suroeste de Texas, Nuevo México y Arizona. Los mercados para el algodón ELS son principalmente productos de alto valor, como hilo de coser y ropa costosa, aunque también se utiliza en artículos para el hogar, como toallas de baño y alfombras.

Cabe mencionar que si bien el término de las cuotas del Acuerdo Multifibras (AMF) en 2005 fue un factor determinante para muchos cambios en el consumo de prendas de vestir hechas en algodón, la disminución en la producción textil de Estados Unidos se produjo mucho antes que esto ocurriera debido básicamente a los precios en la manufactura que otros países ofrecían, comparados con la mano de obra local. El efecto de altos salarios y problemas sindicales en Estados Unidos conllevó a tomar decisiones de mover la producción textil fuera del país. La eliminación del Acuerdo Multifibras ha sido un factor importante en reducción de los precios en las prendas de vestir principalmente en Estados Unidos y la Unión Europea. Ello condujo a que los países con mayor producción de algodón en el mundo tuvieran un movimiento favorable en la demanda de este producto. Se estima que el incremento en el consumo de prendas de vestir, así como otros productos fabricados con algodón se deba a la preferencia del consumidor por productos naturales y también al mejoramiento de la calidad de vida de la mayoría de ellos y se cree que esto tiene mayor repercusión que la eliminación del Acuerdo Multifibras mismo. (Fuente: Departamento de Agricultura de Estados Unidos).

Página web: https://www.ers.usda.gov/topics/crops/cotton-wool/background/

El algodón es una fibra versátil, suave y práctica, es también hipo alergénico y no irrita la piel sensible ni causa alergias. El retorcido del hilado en las maquinas cuando se teje la tela tienen una fuerza tal que no irritan la piel y tampoco causan electricidad estática al usar las prendas. Por ello se recomienda el uso de prendas fabricadas en algodón para evitar irritaciones en la piel ya que la fibra es natural y solo es teñida con tintes suaves para el uso de la ropa de bebés, además de mantenerlos frescos en épocas de mucho calor. Las prendas en algodón son de fácil cuidado y lavado lo cual hace que

sean versátiles y por lo general vienen ya pre-encogidas, mercerizadas o sanforizadas lo cual garantiza que la prenda no se encogerá después de las lavadas.

Atributos del Producto Peruano

El Perú está destacando por cada vez producir mejor calidad en sus prendas especialmente las de bebés y niños. Actualmente se están empleando técnicas de mejor acabado en las prendas para competir con otros países, así como mejores diseños y telas de colores atractivos y modernos. En el caso de las técnicas de acabado, los productores peruanos están tomando el debido cuidado en usar telas de punto con mejor retorcido en el hilo para evitar el revirado en la tela, así como las costuras con un mejor acabado sin hilos sueltos ni bordes sobrantes evitando que la prenda tenga una presentación de baja calidad. Confeccionistas peruanos con el apoyo de la Cámara de Comercio de Lima, Promperú, Asociación de Exportadores (Adex), Sociedad Nacional de Industrias y Sierra Exportadora, están asistiendo a cursos de mejoramiento en acabados de prendas de vestir que son dictados a través del CBI en Holanda que es el centro para la promoción en las importaciones de países en vías de desarrollo, una institución del gobierno holandés para la cooperación y desarrollo en el mejoramiento de las industrias en diversos rubros que tiene un acuerdo para el sector textil de confecciones con las entidades peruanas antes mencionadas llamado Garments Perú. El programa empezó en el 2014 y tendrá su fin en el 2018 y ha empezado con la selección de 12 empresas que confeccionan prendas de vestir para bebés y niños, así como para hombres y mujeres enfocando la terminología exclusiva de high-end en la confección y acabados de las prendas para el mercado exigente de Europa. Este gran apoyo, ha servido para que las empresas aprendan esas técnicas y puedan competir con otras empresas y países al mismo tiempo no solo en Europa, pero también en Estados Unidos.

Link sobre el acuerdo de cooperación: https //www.cbi.eu/projects/garments-peru/

Por lo general las grandes marcas generalmente proporcionan sus propios modelos, especificaciones, medidas y carta de colores para su colección y siendo el fabricante peruano flexible para trabajar de acuerdo a las especificaciones proporcionadas por el comprador, este sigue la tendencia y exigencia de una línea y marca para determinado mercado. Las marcas requieren que se cumplan con sus requisitos de calidad y acabado y por ello, para competir con otros países el

Perú necesita estar en un nivel de calidad en la confección que atraiga al comprador más exigente.

Las confecciones peruanas están sobresaliendo en la medida en que ofrece otras alternativas en la confección de las prendas para bebé, ya que no solo están fabricadas en algodón Pima o Tangüis pero en también algodón orgánico, el cual tiene una gran demanda en un buen sector del mercado estadounidense. Así mismo en el caso de las prendas de invierno tejidas en baby alpaca y alpaca royal, así como lana Merino con acabados de primera para un mercado exigente. Los atributos de las excelentes fibras textiles que Perú ofrece se están haciendo conocidas por nuevos diseñadores y empresas que recién se forman con la promoción que las oficinas comerciales hacen en cada feria de confecciones en los Estados Unidos promoviendo la visita a ferias como Perú Moda en Lima. Igualmente, cuando los fabricantes peruanos participan en las ferias de su sector en Estados Unidos llegan a un gran público que no pasa por desapercibido los productos que se fabrican en Perú debido a su calidad y versatilidad siempre tomando en cuenta la presentación de las mismas con acabados de primera para un público exigente.

Percepción del Producto Peruano

Estados Unidos tiene una larga trayectoria comprando productos textiles peruanos y la calidad de sus fibras hace que tenga una demanda en ese mercado que debe abastecerse. El producto textil peruano tiene una gran acogida por la versatilidad de sus fibras, la calidad del algodón que se usa en la confección de las prendas y el acabado en las mismas que cumple con un mercado cada vez exigente. De lo que debe tener especial atención el fabricante peruano es en mantener una constante y clara comunicación con sus clientes para que la relación cliente - exportador sea duradera y sólida y esta se extienda en la confianza que se depositen ambos.

En general el producto peruano tiene una buena aceptación en el mercado estadounidense, el dilema de muchos compradores algunas veces es el precio contra la calidad del producto, siendo el precio de las prendas confeccionadas en Perú ligeramente más alto que sus competidores de otros países y por ello les es muchas veces más conveniente comprar en los países centroamericanos o incluso China u otros países en el Asia. Pero a ello se impone la calidad de la materia prima y confección.

03

Auditoría en tiendas

En la auditoría en tiendas se pudo encontrar diversas prendas según su marca, presentación, tamaño y calidad y precio como se indica a continuación:

Tabla N°8: Auditoría en establecimientos de venta de prendas de vestir para bebés

Establecimiento	Página web	Género	Precio USD	Formato
BabyGap	www.gap.com	Niño	12,95	Camiseta gráfica de manga larga
BabyGap	www.gap.com	Niña	34,95	Vestido plisado con diseñ de ciervos
Babycottons	www.babycottons.com	Niña	65,00	Overol Gwen
Babycottons	www.babycottons.com	Niño	32,00	Polo pima
Carter's	www.carters.com	Niña	26,00	Set de 2 piezas -túnica y pantalón
Carter's	www.carters.com	Niño	14,00	Paquete de 3 pares de medias
Oshkosh B'Gosh	www.oshkosh.com	Niño	14,00	Casaquita con capucha
Oshkosh B'Gosh	www.oshkosh.com	Niña	8,00	Mono con cuello "Peter Pan"
The Children's Place	www.childrensplace.com	Niña	19,51	Camisón Frozen
The Children's Place	www.childrensplace.com	Niño	17,47	Casaca de demin

Detalles	Rango	Canal de comercialización
100% algodón	0 a 24 meses	Tienda y online
100% algodón	0 a 24 meses	Tienda y online
100% algodón	0 a 24 meses	Tienda y online
100% algodón pima	0 a 24 meses	Tienda y online
Tunica: 100% satén de algodón; pantalón 100% algodón	0 a 24 meses	Tienda y online
Algodón, nylon y mezcla de elastano	0 a 24 meses	Tienda y online
80% algodón, 20% lana de poliéster	0 a 24 meses	Tienda y online
100% algodón de punto	0 a 24 meses	Tienda y online
100% poliéster impreso con impresión de pantalla en la parte delantera	0 a 18 meses	Tienda y online
100% de algodón de demin azul en lavado	0 a 18 meses	Tienda y online

Gráfico N°3: Galería de Fotos

Foto: Gap.com

Foto: Babycottons

Foto: Carters.com

Foto: Maababy

Foto: Ralph Lauren Baby

Foto: Osh Kosh B'Gosh

Foto: Ralph Lauren Baby

Foto: First Impressions

04

Condiciones de Acceso al Mercado

Con el Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú - Estados Unidos que se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en Vigencia el 1 febrero 2009 se eliminaron las barreras arancelarias entre ambos países. A partir de entonces se creó una gran ventaja para el sector textil de confecciones, así como otros sectores de la industria nacional del Perú, para poder ingresar a un mercado muy competitivo como el de Estados Unidos. No obstante, esta apertura comercial en término de aranceles, oculta áreas donde las barreras de carácter técnico, sanitario y fitosanitario dificultan la exportación de productos de prendas de vestir, en especial cuando se tiene que cumplir una normativa tanto a nivel federal y en algunos casos de carácter estatal como es el caso de las prendas de vestir para bebés.

4.1 Aranceles

Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria es equivalente para todos los países importadores y tanto en Perú como en Estados Unidos se aplica la nomenclatura del Sistema Armonizado (HS) para clasificar las importaciones y exportaciones. La Clasificación Arancelaria, que se utiliza en Estados Unidos es el sistema armonizado (HS) y tiene dos partidas importantes para la ropa de bebé las cuales son HS 6111 que incluye las prendas y accesorios de bebés de tejido de punto y HS 6209 que incluye las prendas y accesorios para bebés no de punto cada una con sus sub-partidas. Cabe mencionar que el Sistema Armonizado no diferencia la ropa de bebé de niño o niña por lo que las estadísticas se evalúan en su conjunto.

Con el tratado de libre comercio firmado entre Perú y Estados Unidos, todas las importaciones de prendas de vestir para bebé están exentas de pagos arancelarios al igual que otras prendas de vestir que están liberadas e incluye las siguientes subpartidas arancelarias:

Tabla N°9: Lista de categorías arancelarias del código HS 6111

Código HS	Designación de la Mercancía
6111	**Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, para bebés**
6111.20.00.00	- De algodón
6111.30.00.00	- De fibras sintéticas
6111.90.00.00	- De las demás materias textiles:
6111.90.10.00	- De lana o pelo fino
6111.90.90.00	- Las demás

Fuente: USITC

Tabla N°10: Lista de categorías arancelarias del código HS 6209

Código HS	Designación de la Mercancía
6209	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, para bebés.
6209.20.00.00	- De algodón
6209.30.00.00	- De fibras sintéticas
6209.90.00.00	- De las demás materias textiles:
6209.90.10.00	- De lana o pelo fino
6209.90.90.00	- Las demás

Fuente: USITC

Barreras arancelarias entre Estados Unidos y Perú

Entre Estados Unidos y Perú quedaron eliminadas las barreras arancelarias con el Tratado de Libre comercio vigente desde el 1ro de febrero del 2009. De tal modo que el ingreso de las prendas de vestir para bebés fabricadas en Perú no tiene restricciones para ser importado desde Estados Unidos.

4.2 Normas de Origen y Pruebas de Origen

Para comprobar el origen de las exportaciones provenientes de Perú hacia Estados Unidos y poder aplicar el beneficio de los acuerdos comerciales entre ambos países, la aduana estadounidense exige el certificado de origen de la mercadería. En ella se debe especificar claramente que fue fabricada en Perú.

Desde el 1 de julio del 2014 los exportadores pueden obtener su certificado de origen a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). El trámite para obtener este documento, así como sus duplicados, el reemplazo y la anulación del mismo se realizaba en los locales de distintos gremios empresariales autorizados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y aun puede ser obtenido a través de la Asociación de Exportadores (Adex) y la Cámara de Comercio, el cual debe reunir los requisitos y sujetarse a las

disposiciones pertinentes establecidas en el Capítulo 4 del Acuerdo y en el Decreto Supremo N° 003-2009-MINCETUR.

Para gozar de las preferencias arancelarias, se debe consignar en la declaración aduanera de mercancías el código de Trato Preferencial Internacional (TPI) 802.

Requisitos mínimos para la obtención del Certificado de Origen son:

- Llenar una declaración jurada (anexo D)
- Copia de la factura de exportación
- Formato de solicitud anexo 1
- Declaración Jurada simple.
- Pago de la tasa del 1% de la UIT.

Para obtener este Certificado, el exportador peruano tendrá que presentar la Declaración Jurada de Origen firmada y sellada por su Empresa, de acuerdo a la Resolución Ministerial N°256-2006-MINCETUR/DM.

4.3 Requisitos Específicos de los Importadores

De acuerdo a las normas vigentes en Estados Unidos para la admisión de prendas de vestir para bebé se deberán cumplir con los siguientes requisitos para que el ingreso de las prendas sea aprobado por la aduana de este país:

- **Objetivo de Extinción: Cordones en las prendas de vestir para bebés**

» No debe haber cordones en la capucha y el área del cuello en las tallas de 2T a 12

» No debe haber cordones en la cintura y la parte inferior que exceda a 75 mm cuando la prenda se ancha para las tallas 2T a 16

» No debe haber ganchos, nudos, u otros accesorios de conexión que termina a la cintura o cordones inferiores

» Debe cumplir con la norma ASTM F 1816

» Los cordones en la cintura deben ser cosidos; lo mismo si es un solo cordón que atraviesa el canal

- **Tamaños de ropa para niños:** Conozca

las dimensiones correctas para las tallas de la ropa definidos en la norma ASTM F 1816. (https://www.astm.org/Standards/F1816.htm)

» Esta norma no cubre las edades, a diferencia de los requisitos en otros países

» Edades aproximadas correspondientes a los tamaños que hacen referencia en standard's Appendix

- **Cada Producto de Niños Regulado Vendido en los Estados Unidos debe:**

» Ser puesto a prueba por un laboratorio aprobado por CPSC

» Tener un "certificado de conformidad"

» Tener una etiqueta de seguimiento permanente unido al producto

- **Las Etiquetas de Seguimiento Permanentes o tracking labels, deben contener marcas que permitan al comprador determinar:**

» Fabricante o empresa de marca privada

» Lugar de producción

» Fecha de producción

» Información de empresa (número de lote, número de correr, etc.)

» Toda la ropa debe tener etiquetas permanentes de seguimiento que cumplen con el límite de 90 ppm de plomo.

La información detalla referente a las especificaciones sobre etiquetas se pueden encontrar en el siguiente link: https://www.cpsc.gov/business--manufacturing/business-education/tracking-label

- **Pequeñas piezas = Peligros de Asfixia**

» Botones, pompones, amuletos, y otras decoraciones deben fijarse con firmeza y seguras.

» El contenido total de plomo en las partes accesibles de ropa de los niños no debe exceder a 100 ppm, efectivo desde 14 de agosto 2011, a menos que la Comisión compruebe que esto no es tecnológicamente posible.

» Exenciones se permiten para las pruebas de plomo en ciertos tejidos (algodón, poliéster, acrílico) solamente.

» Las exenciones no se aplican a otras partes de las prendas de vestir, tales como decoraciones y elementos de fijación (botones y cierres) hechos de metal, plástico, vinilo, cristal, y recubierta de cuero que puedan contener plomo. Estas deben ser sometidas a prueba antes de su uso en niños.

» El plomo de pintura y otras superficies de recubrimientos, incluyendo serigrafía, cierres recubiertos, y todas las etiquetas, no deben exceder a 90 ppm.

» Las pruebas para detectar plomo en la pintura y la superficie revestidas (90 ppm) están en vigor.

» Pruebas y certificación son requeridos por un laboratorio aprobado por CPSC

En los siguientes links se pueden ubicar los datos referentes a las certificaciones para prendas de vestir para bebés y niños, así como el laboratorio autorizado en Perú por CPSC para dicha certificación siendo Certintex SAC el único laboratorio en Perú aprobado la CPSC.

Links:
https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Testing-Certification/Childrens-Product-Certificate/

https://www.cpsc.gov/cgi-bin/labsearch/

https://www.cpsc.gov/cgi-bin/labsearch/Default.aspx

- **Requisitos de inflamabilidad: Prendas de vestir en general**

» Ciertos requisitos de inflamabilidad existen para toda la ropa (16 CRF Parte 1610).

Links sobre la norma:
https://www.law.cornell.edu/cfr/text/16/part-1610

https://www.cpsc.gov/s3fs-public/Flammability%20of%20Clothing%20Textiles%20Test%20Manual_1610.pdf

» Ciertas clases de telas no pueden ser utilizadas en absoluto en la ropa debido al rápido ardor intenso.

Requisitos especiales de inflamabilidad para ropa de dormir de los niños: Ver 16 CFR Partes 1615 y 1616 / tallas de más de 9 meses a talla 14

- **La ropa de dormir incluye: pijamas, batas y camisones**

» El poliéster pasa las normas de ropa de dormir, pero se está viendo más fracasos

en el mantenimiento de registros de requisitos

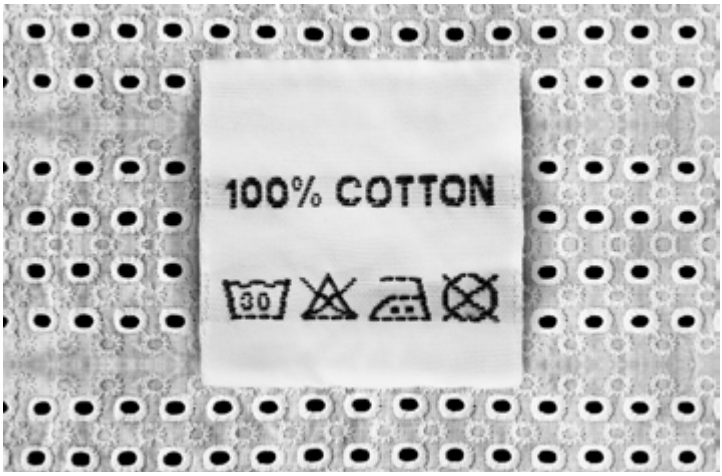
» El algodón y tejidos mixtos de poliéster NO pasarán el estándar a menos que sean tratados con un químico de retardante de flama.

» Debido a que hay pruebas y requisitos de mantenimiento de registros obligatorios en las normas, todas las telas deben ser probadas.

» Ropa de dormir ajustada: Prendas ajustadas, según la definición de las normas están exentas de los requisitos de pruebas. La etiqueta permanente del cuello que dice: "Use cómodo-ajustada, no es resistente a la llama" Incluso si exentos de norma de ropa de dormir, debe aún cumplir con la norma prendas de vestir en general 16 CFR Part 1610

Estas normativas son especificadas por la US Custom and Border Protection (Aduana de Estados Unidos y protección de fronteras) Fuente: www.cbp.gov

Link de la normativa: https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?tpl=/ecfrbrowse/Title16/16cfr1610_main_02.tpl



05

Comercialización y Distribución

Casi todas las marcas de prendas de vestir para bebé en Estados Unidos realizan la distribución en sus tiendas propias, agentes, distribuidores, así como en otras tiendas por departamento de acuerdo a sus propias políticas hasta llegar al consumidor final.

Algunos importadores tienen almacenes en distintos puertos donde se les hace más fácil la distribución. Para evitar grandes pagos por transportar la carga a diversos estados, los importadores solicitan a los exportadores que su carga vaya a determinado puerto y de allí ellos distribuyen a sus tiendas o compradores que se encuentran cercanos a ese punto de recepción de la carga. Se considera también que ciertos puertos en Estados Unidos tienen cobros más baratos que otros y por ello prefieren que la descarga de sus contenedores se haga en alguno de esos puertos y de ese modo abaratan los cargos de aduana y de transporte. (Fuente: http://howtoexportimport.com/What-is-THC-Terminal-Handling-Charges-253.aspx)

Las grandes marcas que son los más grandes importadores generalmente tienen puntos de distribución en sus almacenes de recepción. Desde allí distribuyen los pedidos a sus tiendas o clientes en otros estados. Normalmente, la distribución se hace vía terrestre y en camiones hacia el punto de entrega. Las tiendas ofrecen las prendas directamente a los consumidores vía anuncios en televisión, en revistas o periódicos además de sus páginas web para promover principalmente la marca o cuando tienen alguna oferta que atrae al público.

Los agentes son considerados vendedores de las marcas, pero no distribuidores de los pedidos que ellos logran, a menos

que el importador tenga algún trato con distribuidores que compran la mercadería al importador y el distribuidor se encarga de venderla a tiendas pequeñas y entregar directamente. Pero en este caso el distribuidor compra la mercadería del importador y se convierte en el cliente del importador.

Distribución indirecta

Bajo esta modalidad el fabricante cuenta con un intermediario que sería el importador y /o distribuidor para poder llegar al minorista. Usualmente los fabricantes que no cuentan con los recursos necesarios para poder abrir una oficina comercial en el país usan a los intermediarios o agentes para comercializar sus productos. Otro motivo para usar la distribución indirecta es atender tiendas pequeñas y que solo el distribuidor o importador puede manejar la distribución de pedidos pequeños a distintos puntos. Sería muy difícil que un exportador pueda enviar decenas de pedidos pequeños porque elevarían el costo del producto y este se convertiría en un producto excesivamente caro y por ende disminuiría su venta o estaría fuera del mercado. Sin embargo, en algunos casos bajo esta modalidad el exportador pierde el control sobre el comprador que llega al consumidor y depende estrechamente de la información que el intermediario le otorgue y que en circunstancias generales no es obligación del mismo informar sobre sus compradores. El distribuidor pondrá su precio de venta con los porcentajes que estime conveniente y que le representen una utilidad y que a la vez sea atractivo para el comprador donde agregará los costos de la importación y distribución de las prendas (mark - up). Generalmente, estos suelen ser desde un 20% pero no más

de un 40%, lo cual se considera razonable entre el mayorista y la tienda. Así mismo, considerará convenir precios competitivos con los mayoristas y aumentar el precio a los minoristas o boutiques que por el volumen de su compra no pueden tener el mismo precio que aquellos que compran en volúmenes mayores. Hoy en día no existe un porcentaje fijo sobre las utilidades de los costos sino más bien un porcentaje variable que se ajusta a las cantidades solicitadas y a la demanda del mercado. En el caso de las negociaciones entre el importador distribuidor y tiendas estas varían de acuerdo a la importancia del comprador y volúmenes de compra. Pueden ser desde 30 días de entrega de la mercadería y hasta un plazo no mayor de 90 días pagadero con letras o cheques directos.

Agente de Ventas, Representante o Broker

Si bien en el mercado de alimentos la figura de distribuidor aún está muy presente en la cadena de comercialización, en la industria de la confección textil en general el distribuidor viene poco a poco desapareciendo debido a que el representante o agente es el contacto directo entre el comprador y el fabricante y el distribuidor es prácticamente un importador mayorista que vende el producto a pequeñas tiendas o boutiques prácticamente puesto que las grandes marcas importan directamente sus confecciones.

sualmente el representante o agente tiene la exclusividad para representar y promocionar el producto. En este caso es indispensable que el agente conozca muy bien la zona de comercialización y que tenga una cartera de clientes importantes, además que los productos de su cartera no compitan entre ellos. Una de las ventajas de esta modalidad es que el fabricante de las prendas aún puede tener cierto control sobre la comercialización de sus productos y también conocer las opiniones de sus consumidores que le servirán para adaptar o modificar los productos en posteriores tirajes. Cuando la empresa no ha tenido experiencia previa en exportación y se encuentra intentando entrar a un nuevo mercado, el representante o agente puede ser una buena opción para la introducción de las prendas.

Se debe tomar en cuenta que el agente solo comercializa las prendas y hace conocida la marca del exportador, pero este no se hace cargo de los trámites de importación ni de la gestión de cobro a los clientes en

muchos casos, o según acuerdos que tome con el exportador para su representación.

El costo del agente o representante lo asume el fabricante y/o exportador, el mismo que será incluido en el precio de ventas del producto y que generalmente consta de una comisión. Usualmente la comisión del total de las ventas varía entre 10% - 15% sobre el precio de venta o valor FOB de la prenda.

Distribuidor

Con respecto a la modalidad de distribuidor, es éste quien adquiere el producto del exportador y lo comercializa en las tiendas bajo su propia cuenta y riesgo y se convierte en el vendedor directo. Además, se encarga de la logística de la importación, transporte, distribución y cobro de sus ventas. En el caso del distribuidor este se toma como un cliente más a diferencia que sus compras podrían ser incluso más grandes que las de cualquier otra tienda porque las cantidades que compra serán distribuidas tal vez a muchos estados y abarca un mayor número de clientes.

La mayor desventaja sin embargo es que el exportador pierde el total control sobre la comercialización minorista del producto; el fabricante no sabe dónde se vende el producto ni el precio final al consumidor, aunque este varía según el punto de venta. Es esta asimetría en la información que en caso se diera por terminada la relación comercial entre ambas partes, el fabricante tendría los medios para saber dónde se vendieron sus productos y si los establecimientos tienen interés en seguir vendiéndolos.

No obstante, a la buena utilidad que se pueda obtener como distribuidor, esta modalidad ha ido perdiendo fuerza debido a que la tecnología hace posible el fácil acceso de información de mercado (compradores y vendedores).

Distribución directa

La distribución directa se realiza cuando el exportador comercializa las prendas directamente a los importadores sin la intervención de intermediarios, agentes o distribuidores. Esta generalmente se produce cuando el fabricante vende directamente a los compradores. Existen varios medios donde el fabricante contacta a los compradores, puede ser a través de ferias especializadas, visitas directas a los compradores, u obteniendo citas que se solicitan a través de las OCEX para contactar compradores.

- **Ventajas**

» Se tiene el control total sobre el producto y todas las fases de su comercialización.

» No se pagan comisiones a intermediarios reduciendo los costos de venta.

- **Desventajas**

» Es necesario tener un conocimiento amplio del mercado.

» Involucra una mayor inversión.

Venta Directa a Minoristas

Cuando los pedidos de los importadores son muy pequeños lo más recomendable para el exportador es enviar un consolidado de todos los pedidos al mismo tiempo para que el costo del envío de la mercadería se reduzca y que sea recibido por un distribuidor o almacén y luego sea entregado al comprador o tienda. Obviamente, esta distribución demanda un costo. Usualmente a través de las ferias especializadas se puede obtener una buena cantidad de clientes que compran directamente para sus negocios pequeños.

A menudo son operaciones un poco aisladas porque le dificulta mucho al exportador la posibilidad de consolidar su presencia en Estados Unidos debido a que la distancia física y la intermitencia de los pedidos no le permiten al fabricante captar los cambios de la demanda ni conocer a nuevos clientes. Para ello se recomienda hacer visitas periódicas a los clientes y familiarizarse con las tendencias vigentes.

Ventas a boutiques multi-marca

Son usualmente tiendas pequeñas especializadas que venden productos de media-alta y alta calidad. Son más abiertas a probar nuevos productos como medio de diferenciación con grandes almacenes, lo que se presenta como una gran oportunidad para nuevos proveedores. No obstante, los pedidos, especialmente si es un nuevo proveedor, suelen ser reducidos y se suele pagar a 30, 60 o 90 días tras la recepción de las prendas. Estos pagos generalmente los hacen a través de una letra o un cheque. Aunque en estos días debido a problemas en los cobros, los exportadores prefieren cobrar un 50% adelantado cuando el cliente pone la orden de compra y luego cobrar el saldo contra entrega de la mercadería o incluso al momento del envío de la misma. La modalidad de pago depende mucho de la aceptación y

acuerdos del exportador y su comprador, no hay una regla que indique una sola forma sobre el término de pago. El exportador debe asegurarse que tendrá el retorno de su inversión cobrando por adelantado en la mayoría de los casos y para ello es aconsejable suscribir u contrato con los términos y condiciones de la compra, descripción del producto, cantidades, fecha de embarque, precios, vía de embarque y forma de pago.

Ventas a grandes almacenes

Los grandes almacenes con prestigio son un gran canal de comercialización para el exportador debido a que la exhibición de sus productos llega a un público consumidor más amplio y sus volúmenes de compra suelen ser altos.

Usualmente, las condiciones de pago que se pactan con los grandes almacenes debido a sus volúmenes de compra suelen ser una carta de crédito (L/C) confirmada e irrevocable pagadera a la vista de documentos o a un término que puede ser no mayor de 180 días de la fecha de embarque de la mercadería.

Una desventaja es que los compradores de los grandes almacenes no suelen estar dispuestos fácilmente a probar nuevas líneas de marcas poco conocidas y por lo general tienen marcas propias. En este canal existe el concepto de markdown money, el cual se refiere a una compensación económica que exigen los proveedores en el caso de que haya sido necesario rebajar el precio de sus prendas para su venta al público.

Apertura de filial o Showroom

Un showroom es una alternativa de exhibición directa de las prendas del exportador a los minoristas. Es como un agente con un ambiente de exhibición directa y básicamente obtiene una comisión por la venta que realice.

Nueva York es uno de los mercados más atractivos para los exportadores, dado a que es uno de los centros de la moda en Estados Unidos los showrooms suelen estar en los centros de mayor fluido de público comprador como el "Distrito de la Moda" en Manhattan, por ejemplo, el cual se encuentra entre las avenidas 6ª y 9ª y las calles 34 y 41 en la ciudad de Nueva York. Recientemente se ha observado que estos showrooms se están moviendo también a otras zonas como SOHO, o fuera de Manhattan como Brooklyn o Queens. Otros mercados importantes en Estados Unidos se encuentran en California, y Florida.

Aunque un showroom no siempre es un logro para una venta, esta tiene menos opciones de lograrse porque las prendas están en exhibición, pero no conduce a una venta segura, a menos de que el showroom tenga un vendedor que invite a los minoristas a visitarlo y gestionar la venta. Generalmente, los costos de usar un showroom son más altos que aquellos que cobra un representante o agente puesto que oscilan entre el 20% y 25% del valor de las prendas. Un representante jugaría un mejor papel en la promoción y venta puesto que no solo el interés por una comisión de venta es importante para lograr el éxito en la colocación de los pedidos, si no que el agente tiene una ratio más grande en su cartera de clientes y se mueve a distintas ciudades para conseguir mayores ventas además que sus comisiones son menores que las que un showroom y están por el orden del 8% al 15% sobre el valor de las prendas.

Apertura de tienda

Si bien es una modalidad que requiere siempre una mayor inversión en instalación, a la larga es la que puede otorgar una mayor rentabilidad a la empresa ya que no hay márgenes para terceros. Usualmente, la tienda es el resultado de la maduración y experiencia en la distribución de los productos en Estados Unidos

El éxito de este canal de distribución dependerá estrechamente de la ubicación de la tienda, pero también de las características del producto y la definición del público objetivo.

En Manhattan, las zonas más exclusivas son las Av. Madison y la 5ta avenida. Soho y Nolita son zonas privilegiadas para diseñadores emergentes. También es importante señalar que en zonas como el Garment District que es donde está la mayor concentración de negocios de prendas de vestir, en las calles 34 a 37 St. Entre la 6ta y 7ma avenida en Manhattan son recomendables para abrir alguna tienda debido a la afluencia de público constante.

Debemos agregar que el hecho de tener una tienda limita a vender a otras tiendas porque competirían con la misma. En este caso lo más recomendable es además de tener una tienda pactar precios convenientes con otros compradores para que sus productos lleguen a mas consumidores en otras zonas como lo hacen diversas marcas.

Venta Online

Es un canal que a través de los últimos años ha ido ganando más aceptación entre los consumidores. Es importante que las empresas exportadoras cuenten con una página web atractiva y adaptada al consumidor americano (en inglés, precios en dólares, etc).

La venta online se hace generalmente con el público consumidor final cuando este ya conoce el producto o la marca y no de un exportador a un importador. Hoy en día muchos consumidores compran online debido a que les facilita ver opciones de varias marcas en varias páginas web a la vez, comparar precios y calidad además de las ventajas del envío. Algunas tiendas cobran por el envío según el monto de la compra y otras no, esto para ganar más clientes. Pero se debe aclarar que las tiendas o importadores no compran online al fabricante debido a que ellos deben ver el producto directamente, pactar términos de pago y plazos de entrega. La venta online está dirigida especialmente al comprador final.

06

Información Adicional

Tabla N°11: Ferias Comerciales Para prendas de vestir para bebés y niños en Estados Unidos 2017

Feria	Fecha	Pagina web
ENK Children's Club aen el Javits Center, New York City.	Marzo	www.enkshows.com
Dallas Apparel & Accessories Market and Dallas KidsWorld en el Dallas Market Center.	Marzo	www.dallasmarketcenter.com
Atlanta Apparel at AmericasMart Atlanta featuring AmericasMart's Children's World	Abril	www.americasmart.com
Atlanta Baby and Child Expo	Abril	www.atlantababyandchildexpo.com
Atlanta Apparel at AmericasMart Atlanta featuring AmericasMart's Children's World	Junio	www.americasmart.com
Dallas Apparel & Accessories Market and Dallas KidsWorld en el Dallas Market Center	Junio	www.dallasmarketcenter.com

Feria	Fecha	Pagina web
Atlanta Apparel en el AmericasMart Atlanta presenta AmericasMart's Children's World	Agosto	www.americasmart.com
Dallas Apparel & Accessories Market and Dallas KidsWorld en el Dallas Market Center	Agosto	www.dallasmarketcenter.com
Magic - Las Vegas Children Club Magic	Agosto	www.ubmfashion.com/shows/magic-august
Atlanta Apparel en el AmericasMart Atlanta presenta AmericasMart's Children's World	Octubre	www.americasmart.com
Dallas Apparel & Accessories Market and Dallas KidsWorld en el Dallas Market Center	Octubre	www.dallasmarketcenter.com

07

Fuentes de Información

- Actualidad Empresarial (2017) Producción de algodón ene le Perú. Fuente: http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=13898
- American Adorn (n.d.) American Made children clothing Fuente: https://americanadorn.com/
- American Apparel & Footwear (2012) Reporte estadístico en vestimenta vendida en Estados Unidos. Fuente: https://www.wewear.org/aafa-releases-apparelstats-2012-report/
- American Working (n.d.) American baby C lothing made in the U.S.A. Fuente: http://americansworking.com/listing-category/childrens-clothing-made-in-the-usa/
- Anything Research (2017) Children Infants clothing Stores (tiendas de niños e infants en EE.UU) Fuente: http://www.anythingresearch.com/industry/Childrens-Infants-Clothing-Stores.htm
- Business of Fashion (n.d.) Artículo sobre inteligencia de Mercado en prendas de vestir para niños. Fuente: https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/the-childrenswear-market-comes-of-age
- CBI (2017) Centro para la promoción de importaciones de países en vías de desarrollo Fuente: https://www.cbi.eu/
- CBI (2017) Garments Peru – Proyecto de cooperación con el gobierno de Holanda Fuente: https://www.cbi.eu/projects/garments-peru/
- Census Bureau (2017) Crecimiento poblacional en Estados Unidos. Fuente: www.census.gov/popclock/
- Cornell University (2017) 16 Cfr Part 1610 - Standard For The Flammability Of Clothing Textiles (Reglamento 16 Parte 1610 flamabilidad en prendas de vestir para bebé) Fuente: https://www.law.cornell.edu/cfr/text/16/part-1610

- FashionBi Ltd. (n.d.) Información estadística sobre la industria de confecciones Fuente: www.fashionbi.com
- Forbes (2016) Artículo sobre la marca Carters con mayor crecimiento que otras marcas en Estados Unidos. Fuente: https://www.forbes.com/sites/walterloeb/2016/09/14/carters-dominates-childrens-apparel-with-more-growth-ahead/#17fcf8d94c3c
- ECFR (Electronic Code of Federal Regulations) (2017) Part 1610—Standard For The Flammability Of Clothing Textiles. Fuente: https://www.ecfr.gov/cgi-bin/textidx?tpl=/ecfrbrowse/Title16/16cfr1610_main_02.tpl
- El Comercio (2016) Artículo "Se eleva el uso de fibra de algodón importada". Fuente: http://elcomercio.pe/economia/peru/se-eleva-uso-fibra-algodon-importada-noticia-1922881?ref=flujo_tags_17838&ft=nota_6&e=titulo
- El Comercio (2017) Noticias sobre el algodón peruano. Fuente: http://elcomercio.pe/noticias/algodon-17838
- Enciclopedia for American business (n.d.) Fuente: www.referenceforbusiness.com
- Euromonitor (2016) Prendas de vestir para niños en Estados Unidos (Childrenswear in the US). Fuente: http://www.euromonitor.com/childrenswear-in-the-us/report
- Fashionating World (2016) Us Apparel Imports Down Five Per Cent Up till October Fuente: https://www.fashionatingworld.com/new1-2/us-apparel-imports-down-five-per-cent-uptill-october
- FashionBi (2014) Children's Wear Sector Is Where the Money Is Fuente: https://fashionbi.com/insights/marketing-analysis/children-s-wear-sector-is-where-the-money-is

- FashionBi (2016) Market Report Fuente: https://fashionbi.com/insights/marketing-research/kidswear-market-report-2016

- Flexport Data (2017) Importaciones de prendas de vestir para bebe en Estados Unidos HS 620990. Fuente: https://www.flexport.com/data/hs-code/620990-babies-garments-clthng-access-ot-tex-mtrl-not-kni

- Flexport Data (2017) Importaciones de prendas de vestir para bebe en Estados Unidos HS 611190. Fuente: https://www.flexport.com/data/hs-code/611190-babies-garments-etc-knit-etc-textiles-nesoi

- Forbes (2016) Carters dominates Children Apparel with more growth. Fuente: https://www.forbes.com/sites/walterloeb/2016/09/14/carters-dominates-childrens-apparel-with-more-growth-ahead/#76aa26b14c3c

- Gerber Childreswear (2017) Guia de tallas para prendas de vestir de bebé. Fuente: http://www.gerberchildrenswear.com/size-guide

- How to export import (2017) Terminal Handling Charges (cargos por manejo en los terminals marítimos en Estados Unidos). Fuente: http://howtoexportimport.com/What-is-THC-Terminal-Handling-Charges-253.aspx

- Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA)– Ministerio de Agricultura (n.d.) Tecnología en algodón. Fuente: http://www.inia.gob.pe/tecnologias/cultivos/132-cat-tecnologias/cultivos/392-tecnologia-en-algodon

- International Trade Administration (2017) Importing into the United States. (Regulaciones para las importaciones de textiles en Estados Unidos). Fuente: http://web.ita.doc.gov/tacgi/eamain.nsf/6e1600e39721316c852570ab0056f719/e881952e8c64f497852576850049c6dc?OpenDocument

- International Trade Administration (2017) Trade Data U.S. Imports And Exports Of Textiles And Apparel (Información sobre las importaciones textiles y vestimenta en Estados Unidos). Fuente: http://otexa.trade.gov/msrpoint.htm

- International Trade Administration (2017) U.S. Labeling Requirements for Textile, Apparel, Footwear and Travel Goods. Fuente: http://web.ita.doc.gov/tacgi/eamain.nsf/6e1600e39721316c852570ab0056f719/290cdb039f3f3518852576b300675a9e

- International Trade Center Trade Map (ITC) (2017) Reporte Estadistico de los paises que exportan prendas de vestir par abebés y niños a Estados Unidos.

Fuente: http://www.trademap.org/tradestat/Product_SelCountry_TS.aspx?nupm=1|842||||6111|||4|1|1|1|2|1|1|1|1

- Linkedin (2016) Estudio de Mercado y producción en prendas de vestir para niños. Fuente: https://www.linkedin.com/pulse/childrens-clothing-kids-clothes-market-2016-research-production-erik?articleId=6982645148296233484

- Maababy (2017) Prendas de vestir para bebe, fotografías. Fuente: http://www.maababy.com

- National Cotton Council of America (2017) Producción de algodón en Estados Unidos. Fuente: http://www.cotton.org/econ/cropinfo/cropdata/state_data.cfm

- Not made in china Challenge (2016) Made in USA style series part 3: What's with all the imported fabrics? Fuente: https://notmadeinchinachallenge.com/2016/01/19/made-in-usa-style-series-part-3-whats-with-all-the-imported-fabrics/

- Oficina de Textiles y vestimenta (2017) Información sobre los países exportadores de prendas de vestir para bebé en Estados Unidos. Fuente: http://otexa.trade.gov/msr/catV239.htm

- Osh Kosh B'Gosh (2017) Prendas para bebés. Fuente: http://www.oshkosh.com/oshkosh-baby-girl-dresses-and-rompers?navID=left

- OTEXA: (2017) Reporte de importaciones textiles y vestimenta. Fuente: http://otexa.trade.gov/PDFs/Press_Release_Jan_2017_Data.pdf

- OTEXA (2017) Major shippers report (Paises que vendieron prendas para bebe a Estados Unidos). Fuente: http://otexa.trade.gov/msr/catV239.htm

- OTEXA (Office of Textile and Apparel) (2017) Textile & Apparel Trade Balance Report. Fuente: http://otexa.trade.gov/tbrimp.htm

- PQS (2016) Adex: 65.1% de prendas para bebé peruanas va a Estados Unidos. Fuente: http://www.pqs.pe/economia/adex-prendas-para-bebe-estados-unidos

- PR Newswire: (2015) El mercado de la ropa de bebé para el 2020 con elperfil de 30 empresas. (The Baby Clothing Market Forecasts to 2020 With 30 Company Profiles) Fuente: http://www.prnewswire.com/news-releases/the-baby-clothing-market-forecasts-to-2020-with-30-company-profiles-525636021.html

- PR Newswire: (2014) El mercado de la ropa de bebé para el 2014 -2018. Global Childrens and Infant Wear Market 2014-2018 Fuente: http://www.prnewswire.com/news-releases/global-childrens-and-infant-wear-market-2014-2018-268940761.html

- Ralph Lauren (2017) Prendas para bebés. Fuente: http://www.ralphlauren.com/product/index.jsp?productId=119427846

- Retail Inside Center (2015) Información de tiendas de venta de ropa para niños. Fuente: http://research.nrffoundation.com

- Siicex: (2014) Boletin resultado Peru Moda 2014. Fuente: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/BoletinPM-PGS2014.pdf

- Statista (2017) Lista de los 10 estados principales productores de algodón en Estados Unidos. Fuente: https://www.statista.com/statistics/248776/top-10-us-states-for-cotton-production/

- Statista (2017) Principales países productores de algodón en el mundo, producción anual. Fuente: https://www.statista.com/statistics/263055/cotton-production-worldwide-by-top-countries/

- Tariff (n.d.) Partidas Arancelrias código Armonizado. Fuente: http://www.tariff-tr.com/bul/HarmonizedTariff.aspx?harf=C

- Textile World (2016) Estado de la Industria textile en EE. En 2016. (2016 State Of The U.S. Textile Industry). Fuente: http://www.textileworld.com/textile-world/features/2016/05/2016-state-of-the-u-s-textile-industry/ Childrenswear in the US

- United States Bureau of Labor Statistics (2012) Fashion forecast (promedio de gastos en vestimenta). Fuente: https://www.bls.gov/spotlight/2012/fashion/

- United States International Trade Commission (2014) Baby clothing imports. Fuente: https://search.usa.gov/search?affiliate=www.usitc.gov&query=CHILDREN%20CLOTHING%20IMPORTS%202016

- United States International Trade Commission (2015) Reporte sobre el

cambio de las importaciones 2013 – 2014 en prendas de vestir para bebe en EE.UU Fuente: www.usitc.gov/research_and_analysis/trade_shifts_2014/textiles_and_apparel.htm

- United States International Trade Commission (2015) Reporte sobre el cambio de las importaciones 2014 – 2015 en prendas de vestir para bebe en Estados Unidos. Fuente: www.usitc.gov/research_and_analysis/trade_shifts_2015/textiles.htm

- United States Consumer Product Commission (2008) Reglamento de famabilidad de prendas de vestir 1610. Fuente: https://www.cpsc.gov/s3fspublic/Flammability%20of%20Clothing%20Textiles%20Test%20Manual_1610.pdf

- United States Department of Agriculture (2017) Producción algodonera en Estados Unidos. Fuente: https://www.ers.usda.gov/topics/crops/cotton-wool/background/

- United States International Trade Commission (2015) Información estadística sobre las importaciones de prendas de vestir para bebe. Fuente: www.usitc.gov

- United States International Trade Commission (2017) Importación de prendas de vestir para bebé en Estados Unidos por pais. Fuente: https://hts.usitc.gov/current

- U.S.A Love List (2017) Kids' Clothing Made In The Usa: The Ultimate Source List. Ropa para niños hecha en Estados Unidos. Fuente: http://www.usalovelist.com/kids-clothes-childrens-clothing-made-in-usa/

- World Trade Daily (2012) U.S. Waterborne Import Trade (WIT) Report. HS Code 611120 Cotton Baby Clothes. Fuente: https://worldtradedaily.com/2012/12/11/wit-report-for-hs-code-611120-cotton-baby-clothes/

Perú

PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo