

EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA PARA PRENDAS DE CUERO

Fuente: CBI (www.cbi.eu)

Traducción libre del original



Marzo 2010

Sumario

El presente estudio de mercado del CBI trata sobre los puntos más destacados para el mercado de prendas de cuero en la Unión Europea tanto para hombre como para mujer.

Conozca interesantes datos sobre el mercado global para prendas de cuero

Se estima en casi €18 mil millones en el año 2008, de los cuales la UE representó el 32%, Norte América (incluyendo los Estados Unidos de América) 30%, Asia Pacífico (incluyendo Japón) 27%, Latinoamérica 5% y otras regiones 6%. El consumo total de la UE para prendas de cuero alcanzó los €5,7 mil millones en el año 2008. El consumo alcanzó un máximo en el año 2008 y fue seguido de una caída de 2,1% en el año 2008.

Italia es todavía el país más importante en consumo de prendas de cuero en la UE.

Los consumidores en Italia y Austria son los más grandes consumidores de prendas de cuero en la UE, mientras que el consumo per cápita en los nuevos Estados Miembros estaba muy por debajo del promedio de la UE de €13,75.

Entérese de quines son los principales países productores de prendas de cuero en la Unión Europea

Italia es el productor dominante de prendas de cuero en la UE representando el 74% del total del retorno de la UE en el año 2008, seguido de España y Francia. El 92% de la industria de las prendas de cuero de la UE está concentrado en estos tres países. La mayoría de los fabricantes de la UE han desarrollado una política de tercerización.

Oportunidades para países en desarrollo

La disminución de la producción en los principales países de la UE ha llevado a que la producción de productos se dé en países de costos bajos, incluyendo productos con un contenido de diseño más alto. Además del tradicional segmento de mercado de rango más bajo, el segmento más grande que es el del rango medio puede ofrecer también buenas oportunidades para los exportadores en los países en desarrollo.

Introducción

El presente estudio de mercado del CBI pretende proveer a los exportadores de prendas de cuero de los países en desarrollo con información específica del producto relacionada a obtener acceso a los mercados de la Unión Europea.

Las prendas de cuero en este estudio cubren a las chaquetas y abrigos, además de otras prendas como ser pantalones, polainas, faldas, vestidos, chalecos, etc. Sin embargo, en las estadísticas de comercio y producción, solamente un código arancelario cubre a todas las prendas hechas de cuero, lo que significa que las especificaciones por género, tipo de cuero y tipo de producto no es posible. En general, puede decirse que la información de mercado acerca de prendas de cuero es difícil de obtener. Por esa razón, el análisis del consumo de prendas de cuero está basado en entrevistas con expertos en comercio o producción, situaciones análogas y publicaciones disponibles.



Consumo



El mercado global para prendas de cuero puede ser estimado en casi €18 mil millones en el año 2008, de los cuales la UE representó el 32%, Norte América (incluyendo los Estados Unidos de América) 30%, Asia Pacífico (incluyendo Japón) 27%, Latinoamérica 5% y otras regiones 6%. El consumo total de la UE para prendas de cuero alcanzó los €5,7 mil millones en el año 2008. El consumo alcanzó un máximo en el año 2008 y fue seguido de una caída de 2,1% en el año 2008.

Italia es todavía el país más importante en consumo de prendas de cuero en la UE. Sin embargo, la diferencia con Alemania fue muy pequeña. Cuatro países (Italia, Alemania, Reino Unido y Francia) representaron el 67% del consumo de prendas de cuero en la UE.

Los consumidores en Italia y Austria son los más grandes consumidores de prendas de cuero en la UE, mientras que el consumo per cápita en los nuevos Estados Miembros estaba muy por debajo del promedio de la UE de €13,75.

El mercado de prendas de cuero no está aislado de la crisis financiera internacional y la recesión en varios países de la UE. En la mayoría de los países de la UE (excepto en Polonia y Rumania) el gasto del consumidor en prendas de cuero cayó en el año 2009.

Generalmente hablando, el crecimiento en volumen de prendas de cuero será más alto que el crecimiento en términos de valor. Los precios más bajos serán el resultado de la creciente participación de mercados de las tiendas de descuento, cadenas de valor e hipermercados, pero también del incremento en el precio de la competencia y de la expansión de las cadenas especializadas.

Segmentación de mercado

El criterio para la segmentación de mercado para prendas de cuero es:

- **Factores demográficos:** como ser la edad de la ropa de niños y de adultos, ésta última a menudo se divide en grupos etéreos de diversas maneras, por ejemplo 15-24, 25-49, 50-64 y 65 en adelante; así como también por género (hombres y mujeres)
- **Por tipo de producto:** la mayoría de los artículos vendidos en la UE son las chaquetas. Los otros productos son abrigos, pantalones, polainas, faldas, chalecos y vestidos y en menor grado camisas, shorts, ropa interior, bikinis, etc. Las prendas de cuero pueden ser divididas en productos de moda y/o productos funcionales. Los productos de moda pueden ser divididos en tres categorías:

- **Moda clásica:** mayormente en colores tradicionales y modelos con ligeras variaciones. Productos de bajo presupuesto así como también artículos caros son hechos en esta categoría. Productos como chaquetas de bombero o de vuelo, la chaqueta del ciclista, etc. pertenecen a esta categoría.
- **Moda casual:** moda comprada masivamente, especialmente vestida por gente joven.
- **Moda altamente individualista:** gente muy moderna siguiendo los últimos desarrollos en moda.

El uso de materiales y colores es dictado por la moda. Debe notarse que los cambios en la moda no son tan frecuentes en el sector de prendas de cuero como lo es en el sector de prendas textiles.

▪ **Por tipo de actividad**

En general, el mercado de prendas de cuero puede ser dividido en varios segmentos, basados en el tipo de productos combinado con el tipo de actividad, resultando en un comportamiento de ropa específico como ser el segmento de ropa formal, casual (inteligente), de ocio y actividades deportivas.

Las prendas de cueros juegan un rol menor en el segmento más grande de ropa formal o clásica. La tendencia creciente, aparte de la ropa formal (para uso diario), favoreció las ventas de ropa casual y de ocio. El rol de las prendas de cuero en los segmentos de deportes activos está limitado al motociclismo.

▪ **Actitud del consumidor hacia la moda**

Los elementos de la moda son: color, diseño, tipo de cuero, exclusividad y estilo. El consumidor actual en Europa del Oeste quiere ser visto como un individuo con su propio estilo de vida. Especialmente en el segmento de moda de precios altos, las prendas de cuero tienen una función individualizadora. Por lo tanto la demanda del consumidor se ha vuelto más específica. Por otra parte, los vendedores al detalle y las tiendas de ropa de descuento empiezan o mantienen sus operaciones a un nivel de precios bajos.

▪ **Por el índice producto/calidad**

En términos de calidad del producto, el nivel de precios al detalle y marcas relacionadas, el mercado para prendas de cuero puede ser dividida en cuatro segmentos: el segmento de lujo, el segmento medio a menudo dividido en una parte superior e inferior y el segmento inferior (barato).

La tendencia de buscar calidad más alta y productos más caros en el sector de las prendas de cuero se incrementó en la última década. Forzado por los desarrollos económicos, el consumidor se volvió más consciente del precio, pero todavía busca tendencias de moda. El criterio de compra principal está basado en varios criterios de segmentación, como ser la segmentación por producto, la actitud del consumidor hacia la moda y el índice precio/calidad. El segmento de precios bajo a medio, con una participación de mercado del 40%, continúa dominando.

- **Factores económicos, como ser ingreso y poder de compra**

Hay diferencias significativas en los hábitos de consumo en los países de la UE debido a las diferencias en la cultura, tradiciones y gustos. La ropa y los calados representaron el 5,3% del gasto del consumidor de la UE en el año 2008, mientras que el porcentaje fue de 5,9% en el año 2004. El gasto del consumidor fue más alto en sectores como el de la salud, vivienda/energía, transporte/comunicación y actividades de ocio/educación.

- **Conocimiento de la marca y preferencias**

En un mundo de cambios e inseguridad, las marcas proveen una base para la identidad. Las marcas son importantes porque:

- En la decisión de compra, les dan confianza a los consumidores acerca del producto que va más allá de asegurarse calidad pura y proyectar la imagen que se relaciona a su estilo de vida.
- En Europa, la mayoría de los consumidores pagarán más por una marca que les guste y encaje su imagen y estilo de vida, lo que también será remarcado por la publicidad y marketing.
- Los consumidores no distinguen entre marcas de proveedor y de vendedor al por menor.

- **Aspectos climáticos y estacionales**

Generalmente hablando, el clima tiene un impacto sobre el tiempo de gastar, el cual tiende a ser altamente estacional. Cerca del 80% de las prendas de cuero son vendidas en otoño/invierno mientras que la parte restante en primavera/verano cubre relativamente más cueros flexibles de alce. La variedad de tiendas de prendas de cuero de especialidad (vendedores minoristas múltiples e independientes) es limitada en los meses de verano. En la UE, hay dos estaciones distintas en la que las colecciones de la mayoría de los tipos de mercadería son vendidos, es decir primavera-verano (principalmente se venden chamarras para interiores, chalecos, faldas, shorts) y otoño-invierno (abrigo largos, chamarras para exteriores, pantalones y polainas).

Producción



Según Eurostat/Prodcom, el retorno de la industria de prendas de cuero de la UE alcanzó los €1,85 mil millones en el año 2008, que fue 8% más bajo que en el año 2006. Italia es el productor dominante de prendas de cuero en la UE representando el 74% del total del retorno de la UE en el año 2008, seguido de España y Francia. El 92% de la industria de las prendas de cuero de la UE está concentrado en estos tres países. La mayoría de los fabricantes de la UE han desarrollado una política de tercerización.

Los pronósticos para la producción de prendas de cuero domésticas en la UE permanecieron deprimidos. La mayoría de los Estados Miembros registraron una disminución en la producción. La actividad del sector de prendas de cueros en la UE decrecerá aún más debido al crecimiento de la tasa de penetración de las importaciones asiáticas, la tasa de cambio del Euro, que no es favorable para los exportadores y desarrollos económicos.

El precio de la competencia entre proveedores se ha intensificado, resultante en un lento crecimiento en los precios de producción. Esto está causando preocupación entre los productores de la UE, que están encontrando cada vez más difícil emparejar los bajos precios de importación.

La internacionalización creciente por los fabricantes y/o empresas minoristas de la UE que expanden sus actividades intensivamente, haciendo que sus productos estén disponibles en muchos países europeos e incluso fuera de Europa.

El alto grado de integración vertical en la cadena de valor; varios productores abrieron sus cadenas y muchos proveedores comenzaron una cooperación cerrada y de largo plazo con los canales de distribución, lo que incrementa las barreras de entrada para nuevos proveedores. La creciente concentración; el número de proveedores disminuyó y muchos proveedores han surgido o han sido tomados por otros proveedores.

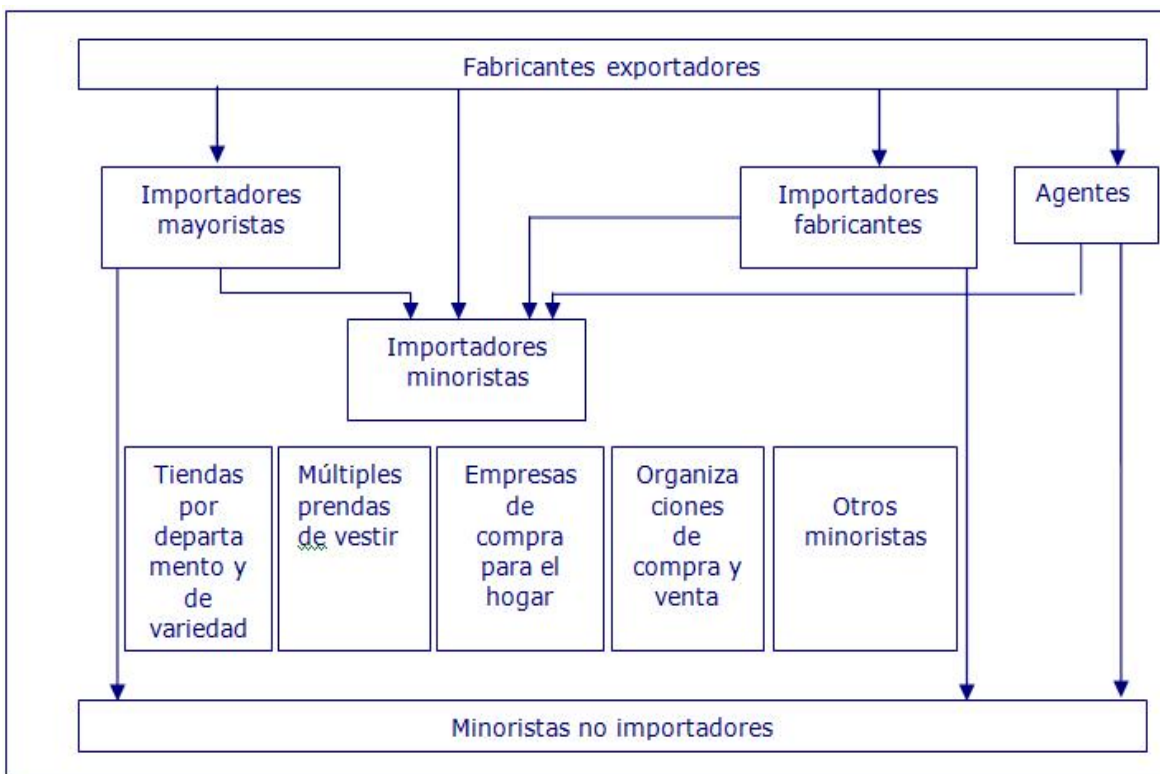
Estructura de comercialización

Los desarrollos en el sector de venta al por menor, como ser una creciente concentración en el nivel minorista, expansión por internacionalización y competencia agudizada, llevó a un incremento en la demanda de productos de moda en contra de precios bajos.

El crecimiento de múltiples cadenas de ropa, tiendas de franquicia y el incremento en las ventas de los minoristas no especializados (hipermercados, etc.) llevó a la declinación del anteriormente fuerte sector independiente. Esta tendencia continuará en los próximos años.

El rol de los importadores/mayoristas permanece relativamente importante pero declinará ligeramente, mientras que el rol de múltiples ropas y en un menor grado, grupos de compra o fórmula de franquicia se incrementará en los próximos años. Paralelo a la tendencia de proveedores para hacer su propia ropa en el exterior es una tendencia para los minoristas o mayoristas pasar por encima a la industria local totalmente, por medio de importaciones directas.

Canal de distribución para prendas de cuero en la UE



Fuente: El mercado de la Unión Europea para las prendas de cuero – CBI (marzo 2010)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril 2010)

Importadores fabricantes

Muchos fabricantes de prendas de cuero también son importadores; no pueden producir ellos mismos todas las prendas en la calidad y rango de precios requeridos por el mercado consumidor, debido a posibilidades de producción limitadas y altos costos. Los fabricantes de prendas de vestir penetran el negocio de venta al por menor operando a través de sus propias tiendas o a través de franquicias. Esto les da control sobre su resultado y márgenes.

Importadores mayoristas

Los mayoristas pueden ser especializados en prendas de cuero o combinar prendas de cuero con otro grupo de productos, principalmente prendas de vestir. Los mayoristas les compran a los fabricantes y mantienen inventarios bajo su propio riesgo. Al comprar por su cuenta, el importador/mayorista toma el título a los bienes y es responsable por la venta y la distribución en su país y/o en otros mercados. Es familiar con los mercados locales y puede proveer información considerable y guía al exportador, además del negocio primario de compra y venta, como ser la administración de procedimientos y mantenimiento de inventario. El desarrollo de una exitosa relación de trabajo entre los fabricantes exportadores en los países en desarrollo y los importadores/mayoristas o importadores puede llevar a un alto nivel de cooperación, en relación a los diseños apropiados para el mercado, nuevas tendencias, uso de materiales y requerimientos de calidad.

Agentes

Las ventas o agente de ventas es un intermediario independiente entre el fabricante (extranjero) y el minorista u organización minorista), recibiendo una comisión del primero. El agente (o representante de ventas) cubre un área geográfica limitada. El nivel de la comisión depende de un número de factores, incluyendo la tasa de retorno del producto involucrado, pero promedia un estimado de 8-12% del retorno. La mayoría de los agentes representan a más de un fabricante, a pesar de que la competencia es evitada. Más y más agentes están comenzando a vender del inventario, para cumplir con las demandas a corto plazo de sus clientes.

Importaciones

Los Estados Miembros de la UE importaron 43,9 mil toneladas de prendas de cuero con un valor de €1,6 mil millones en el año 2008. Las importaciones fluctuaron ligeramente durante ese periodo y mostraron el más grande crecimiento en el año 2008 (+2,2%).

Alemania permaneció como el importador líder con una participación del 22% en valor importado en el año 2008. Alemania fue seguida de Francia (15%), Italia (12%), España y el Reino Unido (cada uno con 9%), los Países Bajos (7%) ocupó el sexto lugar, seguido de Bélgica, Austria y Dinamarca.

Los países en desarrollo juegan un rol dominante en las importaciones de prendas de cuero en la UE. En términos de valor, el 61% de las importaciones totales vino de estos países, versus el 64% en el año 2004.

China permaneció como proveedor líder de la UE a pesar de la caída del 25% durante el periodo 2006-2008, solo por encima de India (+33% durante el mismo periodo).



Exportaciones

Los Estados Miembros de la UE exportaron 15,9 mil toneladas de prendas de cuero con un valor de €1,1 mil millones en el año 2008, representando un incremento anual en valor del 3,6% en el año 2004-2008. Las actividades de exportación de los países de la UE varían fuertemente. El país exportador líder en la UE de prendas de cuero fue Italia (36% del total del valor exportado), seguido por Alemania, Francia, España, Países Bajos, Dinamarca, Bélgica y el Reino Unido. Una creciente participación del 33% fue para países fuera de la UE, principalmente Suiza (8% del total de las exportaciones de la UE y 23% de exportaciones que no son de la UE), Rusia, los Estados Unidos de América, Japón, Hong Kong, Ucrania y Noruega.

Re-exportaciones

Las exportaciones de los principales países de la UE están descritas arriba e incluyen las llamadas reexportaciones: productos importados que son exportados hacia otros países (principalmente de la UE). Cuando una prenda es exportada –digamos- desde China hacia los Estados Unidos de América, esto es directo. El contrabando o descripción incorrecta deliberada es raro. Los exportadores son altamente motivados para tener sus descripciones correctas, ya que los errores en las descripciones de los productos hacen que las prendas de vestir se demoren.

Hay varias complicaciones en la UE. Una prenda de vestir no cargada en barco en Antwerp (Bélgica) o Róterdam (Países Bajos) y luego movida por tierra hacia

Alemania puede, dependiendo como se haya determinado en el contrato, ser registrado como una importación de Bélgica re-exportada hacia Alemania o una importación de Alemania (o si la prenda es comprada directamente por una empresa situada en los Países Bajos, re-exportada hacia Alemania).

La misma complicación puede ocurrir en cualquier frontera de la UE. La mayoría de las prendas importadas en la UE primero llegan a un país de la UE que no es en el que finalmente será vendido.

Analizar esto es más complicado por el hecho de que los movimientos de país a país dentro de la UE no son monitoreados de la misma manera y a menudo no son monitoreados por las autoridades aduaneras en absoluto.

Generalmente hablando, el volumen de las re-exportaciones pueden ser estimadas cuando las estadísticas de la producción nacional están disponibles y el destino de la producción puede ser dividido en ventas domésticas y exportaciones de la industria.

Desarrollo de precios

Algunos mercados en la UE se encogieron, mientras que la mayoría de los demás están creciendo en un ritmo lento. Este desarrollo ha colocado presión sobre los niveles de precios. Debido a la diversidad en los productos, no es posible enfocarse en los precios para productos individuales. El promedio de los precios de importación (en peso) fueron 9,3% más altos en el año 2008 que en el año 2004, causado por precios de importación más altos de los países en desarrollo (+11,3%) mientras que los precios del comercio intra-UE cayeron ligeramente (-1,1%).

A pesar de que el precio no es la única herramienta de marketing para exportar prendas de cuero hacia los mercados de la UE, ciertamente es una muy importante. La concentración del poder de compra, la creciente oferta y la provisión mundial de prendas de vestir pone presión sobre los procesos y márgenes a través de la cadena de valor.

Los exportadores deben tener:

- Un claro conocimiento de sus precios de costo para las exportaciones hacia los mercados de la UE, para poder establecer un precio mínimo de venta. Al menos todos los costos variables y parte de los costos fijos deben estar cubiertos por el precio de venta. Si el precio de mercado es más bajo que el precio de venta mínimo, puede ocurrir una situación de pérdida.
- Tratar de asegurar eficiencia en las operaciones para poder disminuir los precios de costos, por ejemplo: la reducción de inventario, la producción más eficiente, negociar precios de compra más bajos para las materias primas y materiales de embalaje, etc.

Hay muchas maneras de averiguar sobre los precios de las prendas de cuero en la UE, dependiendo si quiere saber sobre precios de fabricación, mayorista o de venta al detalle. Una buena manera de obtener información acerca de los precios y niveles de

precios en la UE es visitando una de las principales ferias comerciales o centros de comercio o contactar a un fabricante o mayorista.

Requerimiento de acceso a mercados



A pesar de la armonización de la UE, la cual permite el libre comercio entre los Estados Miembros de la UE, los mercados individuales tienen requerimientos diferentes respecto a la calidad, materiales usados, estándares, tamaños, colores, etc.

No existe un estándar en la UE o ningún otro estándar oficial para las prendas de cuero. La mayoría de los importadores, especialmente las organizaciones de venta al por menor, trabajan sobre la base de ciertos requerimientos mínimos. En vista de esto, han formulado y estipulado los requerimientos mínimos de calidad, relacionados tanto con los materiales como con la fabricación.

Algunos animales están protegidos por la "Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres" (CITES). El comercio de prendas hechas de estos animales está estrictamente regulado o prohibido. Más y más empresas importadoras en la UE anunciaron los requerimientos sobre los aspectos éticos (incluyendo las prendas de cuero) de fabricación de prendas de vestir. Por ejemplo H&M, una cadena de Suecia que opera internacionalmente tiene una política de productos basada en un número de principios, incluyendo los siguientes relacionados con prendas de cuero:

- H&M acepta cuero solamente de vacas, búfalos, ovejas, cabras y cerdos criados para producción de carne;
- H&M no vende pieles de animales exóticos reales incluyendo pero no limitado a la serpiente, lagarto, cocodrilo, lagartija y avestruz;
- H&M no acepta cuero de la India, debido a que allí ocurre transporte cruel de animales.

Oportunidades

La disminución de la producción en los principales países de la UE ha llevado a que la producción de productos se dé en países de costos bajos, incluyendo productos con un contenido de diseño más alto. Además del tradicional segmento de mercado de rango más bajo, el segmento más grande que es el del rango medio puede ofrecer también buenas oportunidades para los exportadores en los países en desarrollo.

Debería notarse que los exportadores en los países en desarrollo enfrentarán demandas de alta calidad, confiabilidad en la entrega y aspectos éticos acerca de la fabricación. La competencia efectiva de los países en desarrollo requiere conocimiento de los requerimientos legales, técnicos, de calidad y de moda. Además, deben tener recursos disponibles, no solo para monitorear y comprender los desarrollos en los países

objetivos, sino para asegurarse que los requerimientos de calidad sean estrictamente cumplidos.

Las estrategias de producción para exportadores en los países en desarrollo puede estar concentrado ya sea en incrementar los volúmenes, basado en la experiencia y tratando de obtener un nivel más alto de eficiencia en la producción o alternando los perfiles de producción y especializar en productos de más alto valor. Ambas estrategias de producción tienen que estar combinadas con las recomendaciones mencionadas anteriormente.

Un comienzo, que involucra riesgos limitados y es elegido por la mayoría de los exportadores en los países en desarrollo, es el de tratar de adquirir órdenes fijas para los productos especificados por el cliente.

Los factores determinantes más importantes para los exportadores que operan sobre esta base son las combinaciones de precio, calidad de producto y confiabilidad en la entrega y en los tiempos de entrega.



Fuente: CBI (<http://www.cbi.eu>)



Traducción libre: Lic. Claudia Lino C., Investigadora de Mercados IBCE

Fuentes fotográficas

<http://lh5.ggpht.com>

<http://img.hisupplier.com>

<http://img1.tradeget.com>

<http://img.trendencias.com>

<http://lh5.ggpht.com>

<http://www.viahombre.com>

<http://img.mensencia.com/>

<http://www.femeninas.com.ar>