EL MERCADO DE HILADOS Y TEJIDOS DE LANA EN LOS ESTADOS UNIDOS.

La Direcció General de Comerç del Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya no subscriu necessàriament les opinions expressades per l'autor/a d'aquest estudi

Clara Porta Sánchez
Becaria de la Generalitat de Catalunya

Oficina Comercial de España en Nueva York
Diciembre de 1999

INDICE

I. INTRODUCCIÓN **4**

II. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO **4**

III. RESUMEN Y CONCLUSIONES **7**

IV. PANORÁMICA DEL PAÍS **9**

4.1. Desarrollo económico 9
4.2. Características generales 10
4.3. Estado de Nueva York 13

V. ANÁLISIS DE LA OFERTA **14**

5.1. Producción nacional 14
A) Panorámica general 14
B) Configuración del sector textil 15
C) Localización geográfica de la producción de tejidos de lana 16
D) Usos finales de los hilados de lana: Fábricas de tejidos de lana. 17
E) Repercusiones de la crisis asiática. 19
F) Datos de producción: Tejidos 19
G) Datos de producción: Confección 22

VI. IMPORTACIONES **25**

6.1. Situación general 25
6.2. Cuota de mercado española en el mercado americano de hilados 28
6.3. EE.UU es básicamente un importador de lana 32
6.4. Hilados de lana: recientes progresos en importaciones 32
6.5. Importaciones de hilados y tejidos clasificadas según países de origen de mayor importancia. 33
6.6.Análisis de la competencia 36

VII. EXPORTACIONES **41**

7.1. Exportaciones de hilados y tejidos clasificadas según países de destino de mayor importancia. 44

VIII. ANÁLISIS DE LA DEMANDA **57**

9.1.Consumo aparente 57
9.2.Tendencias generales 60

IX. FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN 61

10.1.Canales de distribución 61
10.3.Transporte 66
10.4.Etiquetado 68
10.5.Precios 70

BIBLIOGRAFIA, FUENTES Y DIRECCIONES INTERNET 73

I. INTRODUCCIÓN.

El objetivo del presente estudio es proporcionar al empresario español las herramientas necesarias para poder analizar la viabilidad del mercado textil americano como mercado de exportación.

La metodología utilizada se ha dirigido a dar una visión global del **mercado textil americano** y más específica del **mercado de la lana**. Para ello he realizado un análisis de la oferta y de la demanda, del comercio exterior, los canales de distribución y las tendencias del mercado.

Parte de la información redactada a lo largo del estudio consiste en opiniones personales fruto del trabajo de campo, contactos y entrevistas mantenidas con los distintos profesionales del sector a los que quisiera agradecer desde aquí toda la ayuda facilitada.

II. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.

PARTIDAS ARANCELARIAS SEGÚN HTSUSA (Nomenclatura Arancelaria Armonizada de los Estados Unidos):

La Nomenclatura Arancelaria Armonizada de los Estados Unidos establece una clasificación numérica para todos los productos que entran o salen de los EE.UU.

En dicha clasificación existe una amplia variedad de tipos y calidades dentro de los tejidos e hilados de lana. En este punto se han considerado las partidas más interesantes y habituales:

- **HILADOS:**

51.06. Hilados de lana cardada

51.06.10 - con alto contenido de lana (igual o superior al 85% en peso)

subpartidas: 51.06.10.10, 51.06.10.90

51.06.20 - con bajo contenido de lana (menos del 85% en peso)

51.07. Hilados de lana peinada

51.07.10 - con alto contenido de lana (igual o superior al 85% en peso)

51.07.20 - con bajo contenido de lana (menos del 85% en peso)

55.09 Hilados de fibras sintéticas básicas

- conteniendo un 85% o más en peso de fibras acrílicas:

55.09.31 -- hilado simple

55.09.32 -- hilado múltiple

- otros hilados de fibras de poliéster:

55.09.52 -- mezclados principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

- otros hilados de fibras acrílicas:

55.09.61 -- mezclados principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

- otros hilados:

55.09.91 -- mezclados principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

55.10 Hilados de fibras artificiales básicas.

55.10.20 - Otros hilados, mezclados principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

- **TEJIDOS:**

51.11 Tejidos de lana cardada

- conteniendo un 85% o más en peso de lana:

51.11.11 -- De un peso que no supere los 300 g/m2.

Subpartidas: 51.11.11.20, 51.11.11.30, 51.11.11.70

51.11.19.1 --Otros.

Subpartidas: 51.11.19.10, 51.11.19.20, 51.11.19.60

51.11.20 -- Otros, mezclados principalmente con filamentos artificiales

Subpartidas: 51.11.20.05, 51.11.20.10, 51.11.20.90

51.11.30 -- Otros, mezclados principalmente con fibras artificiales básicas.

Subpartidas: 51.11.30.05, 51.11.30.10, 51.11.30.90

- Otros:

51.11.90.30 -- Conteniendo un 30% o más en peso de seda, valuado por encima de los 33 dólares/kg.

- Otros: 51.11.90.40, 51.11.90.50, 51.11.90.90.

51.12 Tejidos de lana peinada

- conteniendo un 85% o más en peso de lana

51.12.11 -- de un peso que no exceda los 200 g/m2

Subpartidas: 51.12.11.10, 51.12.11.20

51.12.19 -- Otros

Subpartidas: 51.12.19.20, 51.12.19.90

51.12.20 - Otros, mezclados principalmente con filamentos artificiales.

Subpartidas: 51.12.20.10, 51.12.20.20,51.12.20.30

51.12.30 - Otros, mezclados principalmente con fibras artificiales básicas.

Subpartidas: 51.12.30.10, 51.12.30.20, 51.12.30.30

51.12.90 - Otros:

Subpartidas: 51.12.90.30, 51.12.90.40, 51.12.90.50, 51.12.90.90.

55.15 Otros Tejidos de fibras sintéticas básicas

- de poliéster:

55.15.13 -- Mezclados principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

Subpartidas: 55.15.13.05, 55.15.13.10, 55.15.13.10.

55.15.22 -- Mezclados principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

Subpartidas: 55.15.22.05, 55.15.22.10.

55.15.92 -- Mezclados principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

Subpartidas: 55.15.92.05, 55.15.92.10

55.16 Tejidos de fibras artificiales básicas.

- Conteniendo menos del 85% en peso de fibras artificiales, mezcladas principalmente con lana o pelo de animal de alta calidad.

55.16.31 -- Blanqueado y sin blanquear.

55.16.32 -- Teñido.

55.16.33 -- De hilados de colores distintos.

55.16.34 -- Estampado.

III. RESUMEN Y CONCLUSIONES.

El mercado textil americano es un mercado difícil para el exportador español pero a su vez ofrece posibilidades de conseguir un puesto en él. El producto europeo debe competir en este mercado en los niveles de alta calidad a precios altos ya que en la categoría de precios bajos es imposible competir con el producto asiático o con las empresas americanas que fabrican en países sudamericanos y asiáticos con costes mucho más reducidos.

En los últimos años, el proceso de concentración en la distribución, así como el cambio en los hábitos del consumidor americano hacia un producto más cómodo a la vez que estiloso, fuerza a los fabricantes a idear formas más activas e innovadoras para llegar al público objetivo, desarrollando nuevos materiales y diferenciando así el producto europeo del ofrecido por los países asiáticos. En el mercado americano la exclusividad en el producto es el elemento clave del éxito.

La concentración de la industria textil en manos de unas pocas empresas, combinado con su relativo alto grado de integración vertical con el sector del tejido, alfombras y textil para el hogar, ha reducido las opciones de compra de muchos fabricantes nacionales de ropa y esto ha sido un factor que ha contribuido a que el mercado americano se abra al mercado exterior.

La empresa de confección estadounidense es una de las industrias más globalizadas en los Estados Unidos fabricando la mayor parte de su producción en el exterior, hecho que ha provocado el alza de las importaciones americanas. A su vez, también ha contribuido al crecimiento de las importaciones el desarrollo del *PROGRAMA 807* (que permite que los tejidos sean enviados a otros países para la elaboración de prendas,

pagando unos aranceles muy reducidos en la re-entrada al país.) y el acuerdo NAFTA entre EE.UU, Canadá y Méjico. Así pues, el proveedor extranjero ha pasado a jugar un papel muy importante en el mercado americano influyendo en ello la crisis asiática que ofrece una mano de obra muy barata. Es aquí donde el exportador español ha visto una oportunidad para la colocación de su producto.

Aunque el volumen de importaciones procedentes de España ha incrementado, todavía es muy escaso, sobretodo si las comparamos con las cuotas de mercado de otros países europeos competidores directos del producto español como son Italia o Francia. El principal problema con el que se enfrentan los productores españoles es su falta de imagen y aunque se están llevando a cabo programas de promoción, estos aún son escasos.

El fabricante español es consciente del aumento del poder de compra del consumidor americano y el comerciante esta cada vez más reservando espacio para el producto español.

En el mercado estadounidense hay que entrar mediante un importador o un representante. Es fundamental que la promoción del producto tenga una continuidad en el tiempo que sea constante y no se deben esperar frutos hasta un mínimo de dos o tres años (medio plazo).

El fabricante español debe dar importancia en ofrecer un buen servicio al cliente, tanto en la pre-venta como en la post-venta. Debe preocuparse por garantizar que la mercancía llegue con estricta puntualidad a su destino, que se contesten con prontitud las llamadas telefónicas y que los problemas que puedan surgir se resuelvan eficientemente con el menor tiempo posible. La calidad homogénea de las telas también representa un factor de servicio y satisfacción al cliente.

La utilización de la lana representa un porcentaje muy bajo dentro de la fabricación de tejidos en los Estados Unidos. Este porcentaje va decreciendo a medida que pasa el tiempo y las previsiones futuras son a la baja.

Uno de los principales inconvenientes que tiene este mercado es la fuerte competencia que existe desde dos puntos de vista: Uno desde arriba, los productos europeos que compiten en calidad, diseño y servicio y el otro, desde abajo con productos de muy bajo precio provenientes de los países menos desarrollados.

IV. PANORÁMICA DEL PAIS

4.1. DESARROLLO ECONÓMICO

La actual expansión económica es la más larga de la historia. Índices de paro no vistos desde hace tres décadas, una bolsa pujante, una alta confianza del consumidor americano que les lleva al más alto nivel de gasto de la última década. La fuerte actividad de consumo a llevado a que el Producto Nacional Bruto del primer trimestre de 1999 llegue a un ratio anual de 4,1 %.

El ratio de ahorro personal del consumidor americano se situó en territorio negativo durante el primer trimestre. Aún así, hay un alto grado de inversión, particularmente en informática, y también en inversión de capital (crecimiento del 10% en el primer trimestre) fuerza que tiene mucho que ver con el reciente crecimiento económico.

Aunque el fuerte mercado de trabajo ha desencadenado inflación durante los últimos períodos de expansión, la inflación ha permanecido estable durante el primer trimestre de 1999. El índice de deflación permaneció invariable el primer trimestre. En cuanto al crecimiento salarial, se manifiesta un mínimo incremento y aunque esto pudiera significar malas noticias para el trabajador, este pequeño incremento llega en un periodo de muy baja inflación.

Aunque la crisis asiática ha ayudado a controlar la inflación a través de unos más bajos precios de bienes importados, ha afectado al fabricante americano, particularmente en el terreno del textil y ropa en general, con una severa presión de precios a la baja. Otro resultado de la crisis ha sido la pérdida de mercado exterior del producto americano.

Pero a pesar de la crisis asiática, la guerra de Yugoslavia y la subida del precio de la gasolina, los americanos están satisfechos con su situación económica. La confianza del consumidor americano ha llegado a niveles récord en los últimos meses. Con salarios incrementando más rápidamente que la inflación y ante un muy bajo nivel de desempleo, los niveles de confianza van a permanecer altos y se traducirá en un

continuo alto nivel de gasto, manteniendo la economía fuerte al menos para los próximos períodos.

Aunque las previsiones basadas en los principales indicadores económicos podrían estar apuntando hacia una futura relajación de la economía americana ya que después de seis meses consecutivos de crecimiento, el índice cayó en abril, el primer decaimiento desde junio de 1998.

4.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES

a) Geográficas:

- Superficie total: 9.372.614 kilómetros cuadrados.
- Principales ciudades (millones de habitantes):

Washington,D.C. (capital federal)	4,5
Nueva York	19,8
Los Ángeles	15,3
Chicago	8,5
San Francisco	6,5
Filadelfia	6,0
Boston	5,5
Detroit	5,3
Dallas	4,4
Houston	4,1
Miami	3,4

- Clima : El clima es muy variado, con predominio del tipo continental en la zona atlántica y en el interior del país. Específicamente, es continental y húmedo en el sudeste; tropical en Florida; árido en el sistema de las Rocosas y oceánico y mediterráneo en el sudoeste. En Alaska los veranos son suaves y los inviernos extremadamente fríos (en algunas zonas –40ºC). Hawai tiene un clima templado todo el año.

b) Demográficos:

- Población total: 277.200.597 (dato a 9 de Junio de 1999)
- Tasa de crecimiento (1998): *0.89%*

- Densidad demográfica (habitantes por Km cuadrado, 1998): *28,8*
- Tasa de crecimiento de la población (1998): *0,89%*
- Distribución por sexos (1998):

Hombres: 48,98%

Mujeres: 51,02%

- Distribución por edades (1998):

0 – 14	21.5%
15 – 64	65.8%
65+	12.7%

c) Indicadores económicos EE.UU:

	1998 (en miles de millones de dólares USA)	% cambio respecto periodo anterior
Producto Interior Bruto	8759,9	5,50%
Consumo Privado	5848,6	5,90%
Consumo Público	1529,7	3,30%
Formación Bruta de Capital Fijo	1547,4	n/d
Variación de existencias	74,3	n/d
Exportaciones netas de Bienes y Servicios	-149,6	n/d
Exportaciones de Bienes y Servicios	966,3	2,20%
Importaciones de Bienes y Servicios	-1115,9	11,60%

Fuente: Elaboración propia. US. Department of Commerce.

d) Organización político administrativa:

Los Estados Unidos de América se constituyen como República Federal Presidencialista, integrada por cincuenta estados, más el distrito de Columbia, con un Gobierno federal que se ocupa de impuestos, comercio exterior, relaciones internacionales y entre estados, defensa, moneda, pesos y medidas, y crímenes contra los Estados Unidos.

El presidente es elegido cada cuatro años, y su mandato sólo es prorrogable una vez. En la actualidad , el demócrata Bill Clinton ocupa la presidencia, habiendo sido reelegido en noviembre de 1996. La vida política está dominada por dos partidos: el demócrata y el republicano.

El Gobierno Federal se divide en tres poderes: ejecutivo (desempeñado por el Presidente, que nombra directamente al resto de miembros del Gabinete), legislativo (en manos del Congreso, integrado por el Senado y la Cámara de Representantes), y judicial (el Tribunal Supremo es la máxima instancia jurídica de la nación, y corte de apelación para todas las cuestiones relacionadas con las leyes federales).

e) **Moneda:** dólar USA ($)

f) **Lengua oficial:** En todo el país se habla inglés y es la lengua utilizada comercialmente. Hay zonas donde el uso del español está bastante extendido como son los estados colindantes con México, en Florida y en el Nordeste.

g) **Horario:** Existen cuatro franjas horarias en Estados Unidos (Este, Centro, Montaña y Pacífico), siendo la diferencia horaria con respecto a España de 6 horas en el Este y de 9 en el Oeste.

h) **Jornada Laboral:** el horario de oficina suele ser de 9 a.m. a 5 p.m., de lunes a viernes. La mayoría de los bancos abren de lunes a viernes de 9 a.m. a 3 p.m., y algunos suelen cerrar más tarde los viernes. El comercio suele abrir de lunes a viernes, de 9 a.m. a 7 p.m., cerrando ligeramente más temprano durante los fines de semana.

i) **Días festivos:**

1 de enero:	Día de Año Nuevo
Tercer lunes de enero:	Día de Martin Luther King.
Tercer lunes de febrero:	Nacimiento de George Washington.
Último lunes de mayo:	Memorial Day (Día de los Caídos)
4 de julio:	Día de la Independencia
Primer lunes de septiembre:	Día del trabajo
Segundo lunes de octubre:	Día de Cristóbal Colón
11 de noviembre:	Día de los Veteranos.
Cuarto jueves de noviembre:	Día de Acción de Gracias.
25 de diciembre:	Navidad.

j) Unidades de medida:

Longitud	1 milla	1,609 km
	1 yarda	0,914 m
	1 pie	0,3048 m
	1 pulgada	2,54 cm
Peso	1 libra	0,453 kg
	1 onza	28,349 g
Volumen	1 galón	3,785 l
	1 cuarto	0,946 l
	1 pinta	0,473 l

k) Principales bancos del país: Case Manhattan Bank, Citicorp, Bank of America, Chemical New York Bank, J.P. Morgan, Security Pacific, Bankers Trust New York, First Chicago.

l) Principales bancos españoles en EE.UU.: Banco exterior de España, Banco Bilbao Vizcaya, Banco Atlántico, Banco Santander Central Hispano, Banco Español de Crédito y Banco Sabadell.

4.3. ESTADO DE NUEVA YORK

a) Superficie: 127.190 kilómetros cuadrados (30° estado más grande)

b) Población (1998): 18.175.301 habitantes.

c) Principales ciudades (1996): New York City, Rochester, Buffalo, Syracuse, Albany (capital del estado)

d) Ingresos por habitante (Febrero 1999): $33.805

e) Economía:

En el estado de Nueva York se concentra una parte muy importante de la actividad del país en los sectores de venta al por mayor y al por menor, finanzas, seguros, inmobiliarias, transporte, comunicaciones, servicios públicos, servicios, construcción y fabricación (aunque el porcentaje de empleados en la fabricación cada vez es menor: 8,9% en 1995).

La ciudad de Nueva York es, sin lugar a dudas, la capital del país en los sectores financiero, banca, telecomunicaciones (informática y teléfonos), medios de comunicación (televisión y prensa), cultura y moda. En la década de los ochenta, debido a la alta inseguridad ciudadana, muchos de sus habitantes se trasladaron a zonas periféricas, llevándose también parte de las empresas con ellos. En la actualidad, la tendencia se ha invertido, en parte gracias a los esfuerzos del actual alcalde de la ciudad, Rudolf Giuliani. En la encuesta de 1997 realizada por *USA Today,* Nueva York fue votada como el lugar preferido por los americanos para vivir en EE.UU. Es también el destino preferido del turismo, y la ciudad más mejorada en Norteamérica en 1997, según el ranking de la revista *Fortune.* El puerto de Nueva York es el más grande del país, y recibe aproximadamente el 10% del total de las importaciones de Estados Unidos.

V. ANÁLISIS DE LA OFERTA

5.1 PRODUCCIÓN NACIONAL:

A) Panorámica general

El mercado de Hilados en los EE.UU.

El mercado americano de hilado es el más grande del mundo y está dominado por fabricantes americanos. Aunque, en los últimos años, las importaciones han aumentado significativamente, y los productores extranjeros han pasado a jugar un papel importante en el mercado de los EE.UU.

La producción de hilado en EE.UU ha permanecido relativamente estancada en 1997, aumentando solamente en unos 68.5 millones de libras[1], es decir, en menos de un uno por ciento. El valor total de la producción de hilados en EE.UU se estimó en 12 billones de libras para 1999[2]. Esto representa unos 21-22 mil millones de dólares, valorado a precios de venta del productor.

El incremento de las importaciones ha dado la diferenciación entre la estancada producción del mercado nacional y el incremento en consumo. Como anteriormente comentábamos, el proveedor extranjero ha pasado a jugar un papel importante en el mercado americano. Durante los cuatro últimos años, la producción americana de textiles ha permanecido estable, aunque la producción mundial haya incrementado alrededor del 20%. Entre 1994 y 1997, el volumen de producción americana solo aumentó en un 4.5 %. La principal razón de este relativo declive es el incremento en la importación de ropa. Mientras que la importación de ropa del mercado exterior ha ido cogiendo mayores cuotas de mercado americano, los fabricantes americanos de hilado se han concentrado en reducir puestos de trabajo, eliminar líneas improductivas, y en general buscar la mejoría de sus ganancias a través de un mayor valor añadido en el mercado. Aunque los volúmenes de producción se han estancado, los beneficios han crecido influyendo en ello el traspaso de la fabricación a Méjico aprovechando la mano de obra más barata que existe en ese mercado.(Ver punto E) de este apartado).

Los principales consumidores americanos de lana y productos relacionados con pelo de animal, son los fabricantes de tejidos. Fibras de oveja, cabra, y otros animales son tratados y convertidos en ropa y otros artículos como pueden ser los trajes, suéteres, mantas y alfombras.

B) Configuración del sector textil.

Grandes empresas americanas están optando por fusionarse entre ellas y sino consolidándose; alrededor de 25 empresas cuentan con el 75% de la producción textil americana.

[1] 1 Libra= 0.453 Kg. (Ficha País ICEX.1998)
[2] American Textile Manufacturers Institute, Julio, 1999.

North Carolina, South Carolina y Georgia cuentan con aproximadamente el 75% del total de la producción textil americana. Alabama, Virginia y Tennessee cuentan con el resto.

Producción Textil en EE.UU, por Estados. (en miles de libras)

Estado	1997	1996
Alabama	838114	810233
Georgia	1789033	1858278
North Carolina	2926997	2852576
South Carolina	1461255	1475789
Tennessee	211077	201380
Virginia	236989	204919
All other states	376626	368468
U.S. TOTAL	**7840091**	**7771643**

Fuente: US Dept. of Agriculture. July 1998

Los Estados Unidos producen alrededor de unos 8 mil millones de libras de hilado anualmente. Muchos de los mayores productores de hilado son también grandes productores de fibras, verticalmente integrados, tales como Celanese. Y aunque los EE.UU cuenta con más de 400 empresas fabricantes de hilados, son unas 35 las que dominan la industria y cuentan con alrededor del 85% de la producción americana.

Algunas de las empresas líderes son: Burlington Industries, Milliken, Dixie Group, Avondale Mills, Spartan Mills, Synthetic Industries, Hoechst Celanese, Parkdale Mills, National Spinning Company, Carolina Mills and Glen Raven Mills.

Algunas de estas empresas producen para sus propias operaciones de tejidos y no necesariamente operan en el mercado abierto. La concentración de la industria en manos de unas pocas empresas, combinado con su relativo alto grado de integración vertical con el sector del tejido, alfombras y textil para el hogar, ha reducido las opciones de compra de muchos de los fabricantes nacionales de ropa y ha sido un factor que ha contribuido a que el mercado americano se abra al mercado exterior.

C) Localización geográfica de la producción de tejidos de lana.

La producción de tejidos de lana en los Estados Unidos se encuentra localizada en Nueva Inglaterra, centro-este y los estados del sur-atlántico. Virginia, Georgia y Carolina del Norte explican dos tercios de la producción americana. Nueva York, Massachusetts, Maine, New Hampshire y Pennsylvania tienen la mayor parte del mercado de producción de tejidos de lana. Con un más modesto nivel de producción se encuentran Minnesota, el estado de Washington y Oregón.

D) Usos finales de los hilados de lana: Fábricas de tejidos de lana.

Las fábricas de tejidos de lana es uno de los principales consumidores de lana e hilados de lana en los Estados Unidos. El valor total del cargamento estimado desde este sector industrial en los EE.UU fue aproximadamente de unos 2.3 mil millones de dólares en 1998. El coste total estimado de material adquirido fue de unos 1.35 mil millones de dólares.

La configuración del sector consta de unas 75 empresas, de las cuales apenas unas 50 tienen más de 20 trabajadores.

Las empresas que dominan el sector de la producción lanera son: Burlington Industries; Wellman Inc; Culp.Inc; Bibb Company; Johnston Industries; Reeves Brothers; Forstmann & Company; Joan Fabrics Inc; Woolrich Inc; Guilford of Maine Inc; Beacon manufacturing Company; Asten Group; and Collins and Aikman.

Nota: Este sector es tanto consumidor como productor de hilados de lana.

Consumo de las fábricas de tejidos de lana en los EE.UU (SIC 2231)

Consumo Materia Prima	*Compras de Hilados (de toda clase de fibras)*	*Consumo de Materia Prima (lana, mohair y fibras animales)*
1,35 mil millones/ año	75 millones de libras/año	125 millones de libras / año

Fuente: Modelo Input-Output economia americana.1998

1997 North American Industry Classification System (NAICS) / 1987 US Standard Industry Classification (SIC).

El sistema SIC es la clasificación de los establecimientos según la clase de actividad. Este sistema ha sido utilizado para facilitar la comparación de datos de la economía americana. Abarca todos los campos de la actividad económica definiendo las diferentes industrias de acuerdo con la composición y estructura de la economía.

Durante años, se ha venido revisando periódicamente, reflejando los cambios que se han ido produciendo en la economía y también la composición y organización de la industria.

En los últimos años, el sistema de clasificación SIC ha entrado un poco en crisis debido a su incapacidad de poder afrontar los rápidos cambios que se están produciendo en la economía americana al igual que en la economía mundial. Se ha optado pues por un cambio hacia un sistema capaz de adaptarse a tales variaciones como es el NAICS (Sistema de clasificación de la industria norteamericana.)

El nuevo sistema NAICS ha sido diseñado entre los Estados Unidos, Canadá y Méjico con el fin de obtener un nuevo sistema de comparación de datos estadísticos de la actividad económica en la zona de Norteamérica.

El sistema NAICS será revisado cada cinco años, así que las clasificaciones y la información irán al paso de la actual economía cambiante.

Ventajas del nuevo sistema NAICS:

- Este sistema identifica cientos de nuevas y emergentes tecnologías industriales.
- Reorganiza la industria en muchos más nuevos sectores que están, actualmente, segmentando la economía.
- Aporta datos estadísticos comparables a través de los tres socios del Tratado NAFTA. (Estados Unidos, Canadá y Méjico).
- Principio para la clasificación NAICS: Todo negocio que utilice similares procesos de producción será agrupado conjuntamente.

Correspondencia NAICS/ SIC

NAICS	Clasificación	SIC	Clasificación
313	Fábricas textil		
314	Fábricas producto textil	22	Fábricas producto textil
315	Confección	23	Confección y otros productos textiles

Fuente: American Textile Manufacturers Institute.
The Quarterly Economic Review of the Textile Industry.June, 1999

E) Repercusiones de la crisis asiática.

A pesar de que la devaluación de la moneda en los países asiáticos ha golpeado la industria de la confección en general, las ventas en su conjunto crecieron en 1998. Aunque las ganancias finales sufrieron una caída.

Las fuerzas del mercado están acelerando el flujo de capital textil hacia Méjico con el fin de ayudar a las empresas textiles americanas a enfrentarse al fuerte crecimiento de importaciones asiáticas de bajo coste que se están produciendo en los últimos meses. El "traslado hacia Méjico" hace ver que seis de las mayores empresas textiles y de confección americanas han anunciado planes de inversión en Méjico, un país que ofrece mucho más bajos costes de mano de obra y de producción que los que ofrece Estados Unidos. Estas seis empresas son Burlington Industries, Cone, Dan River, DuPont, Guilford y Terrant.

Mientras que las exportaciones americanas hacia Asia cayeron de 3,9 mil millones de dólares en 1997 hasta 2,8 mil millones de dólares en 1998, las importaciones provenientes de Asia crecieron de 1,3 billones de dólares hasta 24,8 mil millones el pasado año. El problema se compone de unas fuertes caídas en los precios de los tejidos asiáticos, los cuales cayeron un 8% el pasado año.

Los fabricantes americanos de confección han ido mucho más rápidos a trasladar sus operaciones a Méjico que los fabricantes textiles. Estos últimos necesitan estar cerca de sus cliente que son los fabricantes de confección.

Las importaciones americanas de Méjico han crecido dramáticamente en los últimos años. El pasado año crecieron hasta los 7,9 mil millones de dólares de los 2,3 mil millones de dólares importados en 1994 y los 6,4 en 1997.

F) Datos de producción: TEJIDOS.

La siguiente tabla refleja la producción textil por sectores: los usos de la lana, las fibras artificiales y el algodón en la fabricación de tejidos dentro del mercado

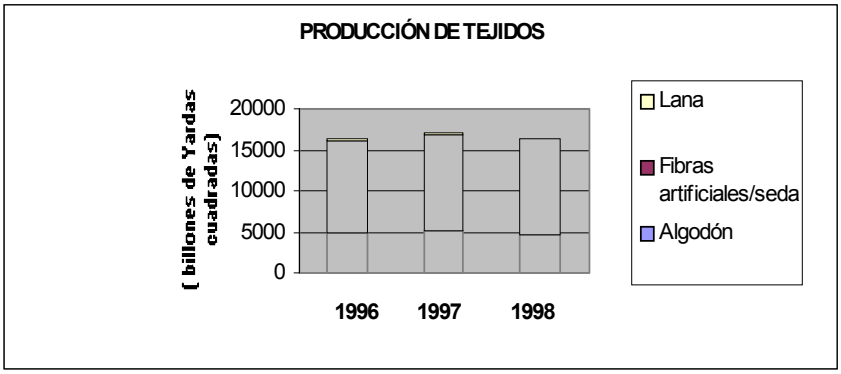
americano. Por supuesto, estas no son las únicas fibras utilizadas (ni los únicos sectores) pero creemos que la comparación de estas tres es lo más conveniente para dar una visión al estudio.

Producción de tejidos en Estados Unidos (1996-1999)

PRODUCCIÓN DE TEJIDOS (en millones de yardas cuadradas*)				
Año	Total Fibras	Algodón	Fibras artificiales/seda	**Lana**
1996	16303	4796	11342	166
1997	17002	5078	11748	175
1998	16409	4753	11524	132
1999 *(1er trim.)*	4199	1116	3008	25

Fuente: U.S. Bureau of the Census, "MQ22T Report". *Agosto1999*

*(1 Yarda cuadrada= 0.8361 metros cuadrados)



Fuente: Elaboración propia. US Bureau of the Census,Publicación "MQ22T"

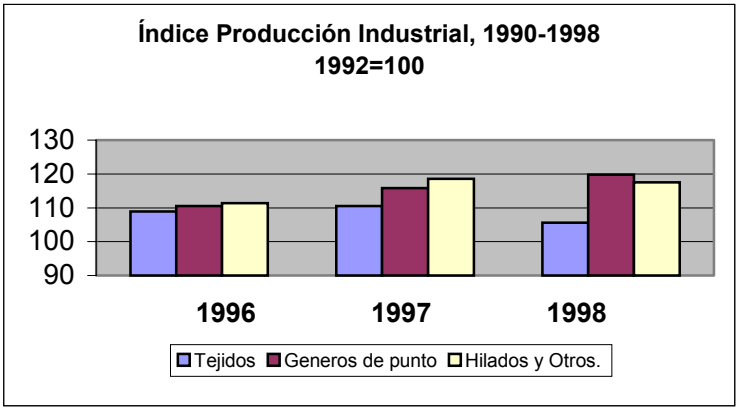
Tal y como se puede apreciar en el cuadro de la producción de tejidos en los Estados Unidos, la lana representa un porcentaje muy bajo dentro de la fabricación de diferentes clases de tejidos. Y según van pasando los años este porcentaje se va reduciendo aún más pasando de representar un 1% en 1996 a un 0.6% en el primer trimestre de 1999 sobre el total de las fibras utilizadas en la fabricación de tejidos en el mercado americano.

Las fibras artificiales siguen siendo las más utilizadas en la fabricación de tejidos en los EE.UU con un 72% sobre el total de las fibras en el primer trimestre de 1999.

Producción industrial y capacidad de utilización
Índice de Producción industrial, 1990-1998
(1992=100)

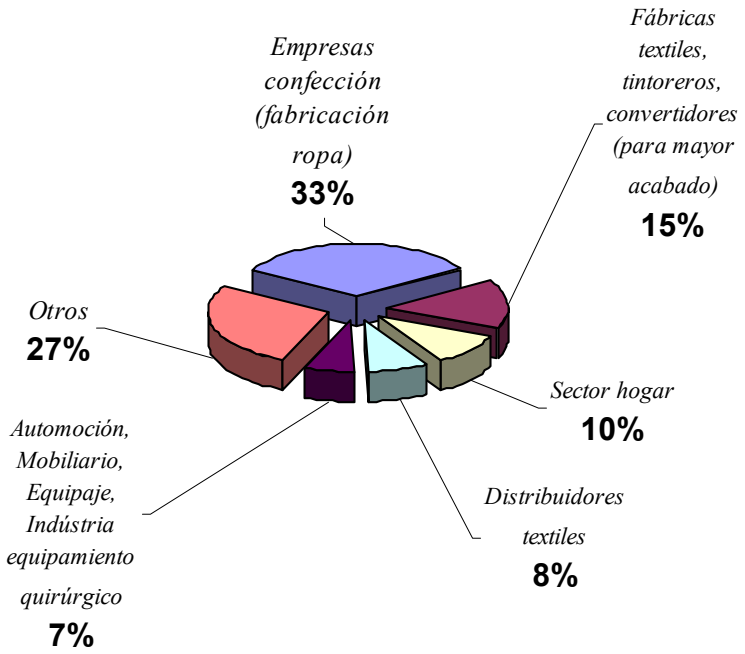
	ÍNDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL, 1992=100 (Ajustado Periódicamente)					Capacidad de Utilización (Ajust. Preiód.)	
Año	Producción en general	Productos textiles	Tejidos	Generos de punto	Hilados y Otros.	Producción en general	Productos textiles
1996	119,5	108,9	108,9	110,5	111,4	82,40%	85,80%
1997	126,7	112,2	110,5	115,8	118,6	82,90%	85,30%
1998	131,4	112,3	105,6	119,8	117,5	81,70%	83,20%
1999							
Ene.	132,3	109,3	92,1	124,2	114	79,50%	80,90%
Febr.	132,5	109,7	92,9	122,8	115,1	79,50%	81,20%
Mar.	133,2	105,6	95,2	119,1	114,1	79,60%	78,10%
Abr.	134	ND	ND	ND	ND	79,80%	80,20%

Fuente: American Textile Manufacturers Institute
The Quarterly Economice Review of the Textile Industry. June 1999



Fuente: American Textile Manufacturers Institute.
The Quarterly Economic Review of the Textile Industry.June, 1999

El siguiente gráfico representa **el reparto de la producción total de los hilados de lana** en los Estados Unidos, siendo las empresas de confección las mayores consumidores de hilados de lana para la fabricación de ropa.

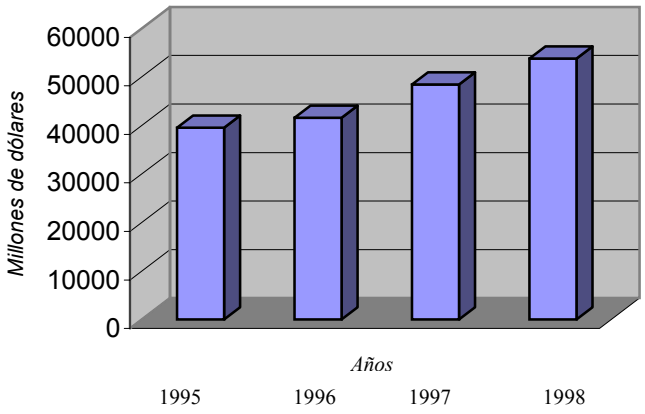


G) Datos de producción: CONFECCIÓN.

La industria de la confección en los Estados Unidos es grande y muy importante. Los estados que cuentan con un mayor número de empresas son California y Nueva York. En los últimos años, las empresas de confección estadounidenses han sufrido una reestructuración. Para poder mantener su rentabilidad en un contexto de baja inflación y alta competencia en precios, se han visto obligadas a llevar a cabo un proceso de concentración. La gran mayoría de estas empresas subcontratan su producción tanto localmente como en el extranjero. Debido a los avances en el transporte y en la

comunicación, así como en los cambios en las políticas comerciales, esta industria se ha convertido en una de las más globalizadas.

Una de las tendencias actuales, además de subcontratar completamente la producción en el exterior, consiste en enviar a terceros países tejidos que han sido fabricados y cortados en los EE.UU., para la posterior elaboración de las prendas. Una serie de nuevas políticas comerciales (conocidas como la "807 Production", equivalente en España al tráfico de Perfeccionamiento Pasivo) benefician estas prácticas, ya que los fabricantes sólo pagan los derechos sobre el valor añadido en el extranjero. Esto se realiza sobre todo en los países caribeños. Las importaciones bajo este régimen han ido aumentando. Estas tendencias están provocando que la producción en EE.UU. cada vez sea menor, mientras que las importaciones van alcanzando mayor cuota de mercado. En el siguiente gráfico se puede observar la evolución al alza de las importaciones de confección americanas.



Fuente: Elaboración propia. US Department of Commerce.

En el siguiente cuadro se observan las **cifras de producción agrupadas por tipo de producto:**

	1997		1998		% variación	98/97
	Miles de unidades	Millones de dólares	Miles de unidades	Millones de dólares	Unidades	Valor
			Confección	***Masculina***		
Trajes	9296	792,5	9050	696,8	-2,60%	-12,10%
Abrigos (1)	69427	2395,6	59057	2005,2	-14,90%	-16,30%
Jerseys (2)	1309466	7435,1	1241536	7380,1	-5,20%	-0,70%
Pantalones (3)	602289	7793,4	540533	6915,5	-10,30%	-11,30%
TOTAL		18416,6		16997,6		
			Confección	***Femenina***		
Vestidos	178702	4341,3	193664	4572,9	8,40%	5,30%
Abrigos (1)	52117	1921,4	46934	1622,3	-9,90%	-15,60%
Jerseys (4)	646815	4845,7	594708	4533,3	-8,10%	-6,40%
Pantalones (3)	602569	6689,2	551209	5989,8	-8,50%	-10,50%
TOTAL		17797,6		16718,3		
TOTAL CONFECCIÓN:		**36214,2**		**33715,9**		

Fuente: US. Bureau of the Census. *Publicación* "MQ23A".

(1) Incluye (además de abrigos) americanas y chalecos.
(2) Incluye jerseys de punto y esport.
(3) Incluye pantalón tejano y pantalón informal (esport)
(4) Incluye jerseys de punto y blusones.

En 1998 el total de la producción alcanzó los 33715 millones de dólares, un 7% menos que el año anterior. Se espera que en los próximos años, hasta el 2001, la tasa media de crecimiento de la producción nacional sea o bien nula o no supere el 1%.

En general, no se han producido grandes cambios en la industria de la confección entre 1996 y 1998. Sin embargo sí se pueden observar ciertos cambios por categorías de productos, así, la producción de pantalones disminuyó en 1998 un 11% (confección masculina) y un 10,5% (confección femenina),disminución en la de jerseys de un 7% (confección masculina) y un 6,4% (confección femenina), al contrario que la categoría de vestidos para mujer que incrementó un 5,3%.

VI. IMPORTACIONES

6.1. SITUACIÓN GENERAL:

Importación de Hilados (visión general): durante los diez primeros meses de 1998, las importaciones de hilados por parte de los Estados Unidos han incrementado, en términos cuantitativos, un 13,49%.

Importación de Hilados de Europa: En conjunto, la importación de hilados proveniente de los 15 países que forman la Unión Europea ha decrecido un 12% pero las que provienen de España han aumentado un 23%.

Hilados de Lana: La importación de hilado de lana por parte de los EE.UU creció un 6,2% en términos cuantitativos en los primeros 10 meses de 1998.

Fuerte demanda de consumo, fortaleza en la moneda, la persistente crisis financiera asiática: todo conduce a obtener fuertes y continuas ganancias por parte de las importaciones de EE.UU de textil y de confección durante el primer trimestre de 1999.

Durante los primeros tres meses de 1999 las importaciones de textil aumentaron un 8% comparándolos con los datos de principios de año. Un 8% que supone unos 3,34 mil millones de metros cuadrados, mientras que las importaciones de confección aumentaron un 12%: unos 3,29 mil millones de metros cuadrados. La combinación total fueron de 6,63 mil millones de m2, casi un 10% por encima de las cantidades importadas en el primer trimestre del año anterior (1998).

IMPORTACIONES DE EE.UU. DE PRODUCTOS TEXTILES
(en millones de metros cuadrados)

Año	Hilados	Tejidos	Confección	Artificiales	Total
1996	1,896	4,244	9,658	3,264	19,063
1997	2,3	5,395	11,349	3,85	22,895
1998	2,576	5,86	12,886	4,624	25,945
1er trim.					
1998	0,61	1,419	2,946	1,072	6,046
1999	0,654	1,504	3,295	1,182	6,634
% Cambio					
99/98	7%	6%	12%	10%	10%

Fuente: US Department of Commerce. Office of Textiles and Apparel. *Junio 1999*

Los Estados Unidos importaron 2,576 millones de metros cuadrados de hilados en 1998.

Los precios medios de las importaciones de hilados en 1998 sufrieron una caída del 1,8% en términos nominales y un 3,2% en términos reales.

Canadá y Méjico (socios pertenecientes al Tratado NAFTA), registraron ganancias por encima de la media mundial. Importaciones provenientes de Canadá crecieron un 15% más que el año anterior, mientras que Méjico contabilizó un crecimiento del 20%. Dos terceras partes de las ganancias mejicanas han sido atribuidas a importaciones de confección por parte de los Estados Unidos, las cuales crecieron un 25 % por encima de los niveles del primer trimestre del año anterior (1998).

Desde que las tarifas americanas, aplicadas sobre la mayoría de las exportaciones mejicanas a los EE.UU, han alcanzado nivel cero a partir del 1 de Enero de 1999, se esperan que haya fuertes y continuados aumentos de importaciones de confección provenientes de Méjico.

Los cinco primeros países con mayores exportaciones a los EE.UU en los primeros 10 meses de 1998 fueron:

1.-*Canadá*	577.930	millones de m2
2.-*Méjico*	412.857	millones de m2
3.-*Pakistán*	164.088	millones de m2
4.-*Alemania*	141.148	millones de m2
5.-*Tailandia*	108.209	millones de m2

Conjuntamente, a estos 5 países les perteneció en 1998 un 64,68% de cuota de mercado americano de importaciones de hilados, en términos cuantitativos. Los países de la Europa occidental sufrieron cambios en cuanto a los niveles de crecimiento de sus exportaciones a los Estados Unidos en los diez primeros meses de 1998. Mientras que, Alemania e Italia permanecieron entre los diez primeros proveedores de hilados de los EE.UU (posición cuarta y décima), la suma de hilados exportada por ellos a los EE.UU cayó un 16,54% y un 23,52% respectivamente. Por el contrario, la cantidad de hilado exportado a los EE.UU por parte del Reino Unido y Francia (posición duodécima y decimotercera) aumentó en un 10,38% y un 2,57% respectivamente.

En los primeros diez meses de 1998, Alemania exportó 141.148 millones de m2 de hilado a los EE.UU, un 6,93% de cuota de mercado de las importaciones americanas de hilado; Italia exportó 46.112 millones de m2, un 2.20% de cuota; el Reino Unido exportó 39.105 millones de m2, un 1.72% de cuota; Francia exportó 30.506 millones de m2, un 1.36% de cuota.[3]

España, localizada en la posición 23 del ranking de proveedores de hilados de los EE.UU, exportó 11.214 millones de m2,un 0.54% de las importaciones de los EE.UU, representando un crecimiento del 23.67% por encima de los datos pertenecientes a 1997.

Las importaciones provenientes de los países CBI (Caribbean Basin Initiative), las cuales consisten básicamente en importaciones de confección, crecieron solamente un 7% durante el primer trimestre de 1999. Esto supone un ratio de crecimiento por debajo del que estos 24 países del CBI estaban acostumbrados a alcanzar y refleja el hecho de que los precios más baratos causados por la devaluación de la moneda asiática haya hecho que las importaciones americanas se desvíen de los países del CBI hacia las importaciones asiáticas.

Esta abundancia de productos baratos explica también las enormes ganancias que muchos países asiáticos obtuvieron en el primer trimestre de 1999. Importaciones de textil y confección de Taiwan fueron un 24% mayores que el año anterior, las de Corea del Sur crecieron un 32,5%, las provenientes de Filipinas un 20%, Malasia 33% y Macau un 48%. Estos incrementos no podrán sostenerse a lo largo de todo el año porque las exportaciones de estos países a los EE.UU están controladas por cuotas.

IMPORTACIONES DE EE.UU. DE PRODUCTOS TEXTILES DE LANA

	Años			Primer Trimestre		% Cambio
	1996	1997	1998	1998	1999	99/98
Wool						
Hilados	26,7	29,9	30,5	8,4	5,9	-30%
Tejidos	32,4	38,5	39,6	9,7	9,8	1%
Confección	217,6	248,3	260,5	25,9	23	-11%
Artificiales	16,3	19	21,2	4,7	5	6%

[3] Todos los porcentajes de cuotas de mercado están basados en cantidades.

Total	293	335,7	351,8	48,7	43,7	-10%

Fuente: US Department of Commerce. Office of Textiles and Apparel. *Junio 1999*

6.2. CUOTA DE MERCADO ESPAÑOLA EN EL MERCADO AMERICANO DE HILADOS:

En términos cuantitativos, la cuota de mercado española en el conjunto del mercado americano de hilados fue de un 0.54% durante los diez primeros meses de 1998. El conjunto de las exportaciones españolas de hilados a los Estados Unidos creció un 11.8% en 1997 y un 23.77% durante los primeros diez meses de 1998.

España figura en el puesto número 23, en términos cuantitativos, en cuanto a ránking de suministradores de hilados a los EE.UU. Las importaciones de España han estado creciendo más rápido que las del resto de países europeos también suministradores de hilados a este país.

Importaciones de hilados de lana por parte de EE.UU del resto del mundo.

		Millones de dólares (Enero- Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.06	**Hilados de lana cardada**	7.169	9.901	8.226	4.10
51.07	**Hilados de lana peinada**	26.396	28.744	23.372	11.66
55.09	**Hilados de fibras sintéticas básicas**:	51.068	69.076	75.340	12.9
	*>= 85% en peso de fibras acrílicas:				
	55.09.31	8.594	10.252	10.700	14.20
	55.09.32	17.679	21.874	13.889	18.43
	*otros hilados de fibras de poliéster:				
	55.09.52	0.402	0.348	0.808	1.07
	*otros hilados de fibras acrílicas:				
	55.09.61	1.274	1.577	0.819	2.49
	*otros hilados:				
	55.09.91	0.209	0.182	0.100	0.13
55.10	**Hilados de fibras artificiales:**	28.632	21.721	27.045	4.63
	55.10.20	0.106	0.078	0.173	0.64

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

Importaciones de hilados de lana por parte de EE.UU de España.

		Millones de dólares (Enero- Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.06	**Hilados de lana cardada**	0.001	0.004	0.000	0.00
51.07	**Hilados de lana peinada**	0.003	0.012	0.000	0.000
55.09	**Hilados de fibras sintéticas básicas**:	1.098	1.792	2.350	20.22
	*>= 85% en peso de fibras acrílicas:				
	55.09.31	0.923	1.445	0.728	30.98
	55.09.32	0.096	0.138	0.656	27.91
	*otros hilados de fibras de poliéster:				
	55.09.52	*	*	*	*
	*otros hilados de fibras acrílicas:				
	55.09.61	0.015	0.016	0.003	0.13
	*otros hilados:				
	55.09.91	0.001	0.005	0.000	0.00
55.10	**Hilados de fibras artificiales:**	0.211	0.184	2.584	22.25
	55.10.20	0.007	0.000	0.000	0.00

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*
*No hay datos.

Importaciones de tejidos de lana por parte de EE.UU del resto del mundo.

		Millones de dólares (Enero- Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.11	**Tejidos de lana cardada**	26.453	30.095	30.398	15.16
	*>=85% en peso de lana:				
	51.11.11	7.939	7.701	9.651	31.75
	51.11.19	6.183	7.087	7.874	25.90
	51.11.20	0.692	1.178	1.307	4.30
	51.11.30	11.136	13.370	10.359	34.08
	51.11.90	0.503	0.758	1.208	3.97
51.12	**Tejidos de lana peinada**	93.494	94.259	86.714	43.26
	*>=85% en peso de lana:				
	51.12.11	39.104	41.685	41.924	48.35
	51.12.19	44.904	43.426	36.854	42.50
	51.12.20	1.277	1.152	1.253	1.44
	51.12.30	3.954	3.897	3.037	3.50
	51.12.90	4.254	4.099	3.647	4.21
55.15	**Otros tejidos de fibras sintéticas básicas**	48.485	54.562	46.524	7.97
	*de poliéster:				
	55.15.13	10.288	8.937	7.356	15.81
	55.15.22	0.836	0.439	0.174	0.37
	55.15.92	0.253	0.153	0.262	0.56
55.16	**Tejidos de fibras artificiales básicas**	138.476	130.745	128.619	22.03
	*<85% en peso de fibras artificiales				
	mezcladas con lana:				
	55.16.31	0.316	0.286	0.343	0.27
	55.16.32	2.032	2.198	2.123	1.65
	55.16.33	1.533	1.303	0.993	0.77
	55.16.34	0.192	0.293	0.136	0.11

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

Importaciones de tejidos de lana por parte de EE.UU de España.

		Millones de dólares (Enero- Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.11	**Tejidos de lana cardada**	0.038	0.024	0.024	3.42
	*>=85% en peso de lana:				
	51.11.11	0.023	0.016	0.001	3.41
	51.11.19	0.004	0.005	0.001	3.41
	51.11.20	0.009	0.000	0.000	0.00
	51.11.30	0.000	0.002	0.004	18.35
	51.11.90	0.002	0.001	0.001	3.54
51.12	**Tejidos de lana peinada**	0.586	0.706	0.598	86.63
	*>=85% en peso de lana:				
	51.12.11	0.180	0.081	0.161	26.89
	51.12.19	0.308	0.543	0.282	47.21
	51.12.20	0.017	0.028	0.027	4.59
	51.12.30	0.044	0.022	0.003	0.51
	51.12.90	0.037	0.033	0.124	20.80
55.15	**Otros tejidos de fibras sintéticas básicas**	0.417	0.698	1.037	8.93
	*de poliéster:				
	55.15.13	0.000	0.000	0.002	0.17
	55.15.22	0.000	0.006	0.000	0.00
	55.15.92	0.000	0.000	0.001	0.06
55.16	**Tejidos de fibras artificiales básicas**	4.149	3.646	3.659	31.49
	*<85% en peso de fibras artificiales				
	mezcladas con lana:				
	55.16.31	0.000	0.000	0.000	0.00
	55.16.32	0.026	0.011	0.075	2.05
	55.16.33	0.002	0.004	0.022	0.60
	55.16.34	0.068	0.001	0.000	0.00

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

6.3. EE.UU ES BÁSICAMENTE UN IMPORTADOR DE LANA:

El consumo de lana como materia prima en los Estados Unidos ha caído precipitadamente en los últimos años. En 1994, los EE.UU llegó a consumir 150.8 millones de libras de lana como materia prima. En 1997 esta cifra había caído hasta los 122 millones de libras con un declive anual de más del 4.2%. Las importaciones han compensado este declive de la producción nacional.

6.4. HILADOS DE LANA (en general): recientes progresos en importaciones:

Los Estados Unidos importó 7.094.643 kilos de hilados de lana durante los diez primeros meses de 1998. Esto representa un crecimiento de un 6.17% comparado con los datos del mismo periodo del año anterior (1997) .

Los cinco primeros países exportadores de hilados de lana a los EE.UU en los primeros diez meses de 1998 fueron los siguientes:

Posición	País	Representación porcentual del total de importaciones de hilados de lana americanas.
1	*Reino Unido*	21.68%
2	*Nueva Zelanda*	15.91%
3	*Italia*	14.47%
4	*Canadá*	12.22%
5	*Alemania*	9.93%

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

Las importaciones americanas de hilados de lana procedentes de Nueva Zelanda incrementaron significativamente durante los diez primeros meses de 1998 comparado con los datos del mismo periodo en 1997. Los EE.UU importó 693.677 kilos de hilados de lana de Nueva Zelanda durante los diez primeros meses de 1997 comparados con los 1.136.632 kilos en los primeros diez meses de 1998, lo que significa un crecimiento del 63.86%.

Las importaciones americanas procedentes de Grecia fueron de 212 kilos en 1997 cuando en 1998 fueron de 153.376 kilos. Y en cuanto a las importaciones procedentes de Alemania se produce una disminución significante del 34.90%, reduciéndose de 889.700 kilos en 1997 a 579.233 kilos en 1998[4].

6.5. IMPORTACIONES DE HILADOS Y TEJIDOS CLASIFICADAS POR PAISES DE ORIGEN DE MAYOR IMPORTANCIA:

En este apartado se han expuesto los países de origen situados en las cinco primeras posiciones del ranking mundial en cuanto a las importaciones que EE.UU ejerce al resto del mundo. Así también se nombra el posicionamiento de España en dicho ranking.

La exposición se ha realizado según partidas arancelarias de hilados y tejidos.

- **HILADOS:**

51.06: Hilados de lana cardada.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Reino Unido*	3.930	3.583	3.918	47.63
2	*Italia*	0.951	2.650	1.533	18.63
3	*Nueva Zelanda*	0.901	1.258	0.998	12.13
4	*Canadá*	0.778	1.231	0.927	11.27
5	*Alemania*	0.497	0.231	0.274	3.33
23	*España*	0.001	0.004	0.000	0.00

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

51.07: Hilados de lana peinada.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	5.659	5.272	5.423	23.20
2	*Italia*	5.551	5.689	5.097	21.81
3	*Nueva Zelanda*	0.840	1.766	4.817	20.61
4	*Reino Unido*	4.010	5.691	2.842	12.16

[4] Los datos referentes a 1997 y 1998 pertenecen a datos a finales de mes de Octubre.(diez primeros meses).

5	*Alemania*	4.876	2.657	2.130	9.11
40	*España*	0.003	0.012	0.000	0.00

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.09: Hilados de fibras sintéticas básicas.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	18.907	28.780	35.347	46.92
2	*Méjico*	12.805	14.395	11.598	15.39
3	*Filipinas*	0.135	1.273	3.977	5.28
4	*Turquía*	0.135	1.665	2.758	3.66
5	*Italia*	0.837	1.583	2.621	3.48
6	*España*	1.098	1.792	2.350	3.12

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.10: Hilados de fibras artificiales.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Tailandia*	2.834	4.190	5.819	21.52
2	*Austria*	12.758	6.954	5.044	18.65
3	*Filipinas*	0.147	0.578	4.188	15.48
4	*España*	0.211	0.184	2.584	9.56
5	*Canadá*	4.192	3.676	2.413	8.92

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

- **TEJIDOS:**

51.11:Tejidos de lana cardada.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Méjico*	2.188	4.796	8.375	27.55
2	*Canadá*	7.554	9.232	7.186	23.64
3	*Italia*	7.556	5.551	6.535	21.50
4	*Reino Unido*	4.472	3.811	2.835	9.33
5	*Israel*	0.995	2.221	1.399	4.60
20	*España*	0.038	0.024	0.024	0.08

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

51.12: Tejidos de lana peinada.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Italia*	34.355	36.431	33.414	38.53
2	*Reino Unido*	8.417	7.987	7.526	8.68
3	*Méjico*	5.971	6.120	6.251	7.21
4	*Israel*	4.117	4.619	5.028	5.80
5	*Canadá*	5.857	4.573	4.304	4.96
19	*España*	0.586	0.706	0.598	0.69

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.15: Otros tejidos de fibras sintéticas básicas.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*China*	9.536	13.228	9.968	21.43
2	*Canadá*	6.224	7.329	7.703	16.56
3	*Italia*	9.000	8.942	6.026	12.95
4	*Taiwan*	5.951	2.639	4.900	10.53
5	*Turquía*	0.574	0.914	2.896	6.22
10	*España*	0.417	0.698	1.037	2.23

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.16: Tejidos de fibras artificiales básicas.

		Millones de dólares (Enero – Junio)			
Posición	País de origen	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Taiwan*	16.420	9.740	23.416	18.21
2	*Italia*	18.426	19.204	17.966	13.97
3	*Turquía*	20.856	20.458	13.821	10.75
4	*Bélgica*	10.652	11.730	11.704	9.10
5	*Canadá*	11.346	12.577	10.395	8.08
11	*España*	4.149	3.646	3.659	2.84

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

6.6. ANÁLISIS DE LA COMPETÉNCIA:

Análisis de los principales competidores de los fabricantes españoles:

Se analizan en este apartado los principales competidores de las empresas españolas fabricantes y exportadoras de hilados y tejidos de lana a los EE.UU. Se considera de especial importancia los exportadores italianos.

- **Competidores Italianos:**

FILATURA DI GRIGNASCO es un fabricante de hilados de lana, italiano centrado en el eslabón más alto de la cadena de producción del mercado americano de hilados de lana.

La visión de la compañía es que los fabricantes americanos tienden a ser competitivos solamente en los eslabones más bajos e intermedios del mercado americano de hilados de lana, y que el eslabón más alto puede ser dominado por el producto europeo. La empresa se especializa en alta calidad de hilados de lana peinada y subraya el mercado de determinadas marcas privadas que existe en EE.UU. Los grandes almacenes en el mercado americano intentan diferenciarse de las marcas nacionales y están a menudo dispuestos a pagar más por lana de alta calidad.

La empresa funciona con una doble estrategia de marketing. Ofrece una amplia serie de colores y aproxima al detallista y al fabricante de hilado. La empresa ofrece 900 colores en 1.300 estilos diferentes de hilado. La mayoría de hilados se fabrican para el posterior pedido de las empresas de marca privada. La empresa gasta 750.000 dólares al año solamente en cartas de colores y la compañía posee un representante americano en los EE.UU: Yarn Sales Corp.

Mucha empresa italianas han desarrollado los catálogos de hilados en CD-ROM. Las sucesivas investigaciones demuestran que los fabricantes de tejidos tienden a conservar mucho más los catálogos en formato CD-ROM que los catálogos imprimidos sobre papel. Y puesto que la mayoría de los ordenadores están equipados con CD-ROM, este formato es mucho más fácil de examinar. Además, muchos diseñadores están familiarizados con el CD-ROM y lo usan extensamente. Zegn Baruffa y

Lanerossi ambos poseen catálogos en CD-ROM. Internet también está teniendo creciente importancia en la industria textil americana.

Para ver los esfuerzos que se están llevando a cabo en el mercado textil americano por parte de empresas de este país y de los países extranjeros, es recomendable visitar la siguiente página web: WWW.TEXTILEWEB.COM . Esta página contiene enlaces con miles de otras páginas webs de fabricantes americanos de hilados y tejidos al igual que de distribuidores industriales. Es una excelente herramienta de investigación y venta.[5]

Puesto que Italia es el país extranjero proveedor dominante situado en el último eslabón o nivel superior del mercado de tejido y confección americano, muchos fabricantes americanos tienden a desplazarse a los eventos de comercio textil italiano que se dan a lo largo del año para comprar hilados y tejidos. Algunos fabricantes de hilados europeos han mencionado a la prensa comercial que entre un 15% y un 20% de sus ventas totales producidas en Pitti-Filatti, feria de gran importancia de comercio textil italiano, han sido para compradores americanos.

Las ferias importantes para los fabricantes de hilado europeos que están vendiendo en el mercado americano son*: The International Fashion Fabric Eshibition* (IFFE) *y the European Textile Selection* (ETS).

Un artículo aparecido en la revista americana DNR[6], discute la efectividad de varias ferias americanas para los vendedores de hilados de lana del Reino Unido. En el artículo, Peter Ackroyd, director del Consejo Exportador de Tejido de Lana Británico (British Wool Textile Export Board), observa que "Es una muy buena combinación para nosotros el ir primero a Pitti Filati en Julio y seguidamente ir a la Feria de Hilados de Nueva York en Agosto. Hemos evolucionado de cuatro fabricantes en Pitti Filati a diez el pasado año, y esperamos obtener catorce para el próximo año."

Competitividad en el mercado americano de los textiles producidos en países con altos costes de mano de obra:

Como regla general, los fabricantes de países con altos costes de mano de obra han tendido ha moverse agresivamente hacia los mercados americanos de confección con

[5] Esta web contiene un listado de direcciones, números de fax y enlaces directos vía e-mail,

grandes valores añadidos; mercados distinguidos por mezclas innovadoras de hilados y creativas técnicas de tinte y de grabado. Además, muchos han ido desarrollando nuevos materiales y fibras, mientras que otros han invertido directamente en facilidades de producción americanas o intentado servir directamente a los fabricantes americanos en las economías emergentes del sector textil en Honduras, Méjico y la República Dominicana. Estos países han sustituido a China como principal plataforma fabricante en el extranjero para la industria textil americana. Sin embargo, muchos de ellos no poseen una base de capital material suficiente para desarrollar la necesaria y efectiva industria de hilados y tejidos, y por lo tanto deben importar el hilado y tejido, creando así, oportunidades para otros suministradores externos.

Los fabricantes italianos de hilados y tejidos en el mercado americano subrayan la necesidad de poder ofrecer tintes y mezclas de hilados innovadores con el fin de crear una sensación de exclusividad en sus productos. Algunos de los más importantes fabricantes textiles italianos han sido capaces de crear una percepción de marca en el consumidor, para algunos de sus productos textiles, aunque solamente algunos de ellos, normalmente en el caso de hilados sintéticos como el nylon, son capaces de afrontar los altos costes que ello supone.

En los últimos dos años, los fabricantes de hilados italianos parecen tener gran interés en las nuevas técnicas de tinte y grabado de tejidos como método para diferenciarse de la competencia asiática, según ellos, barata y primaria.

Por ejemplo, las fábricas textiles italianas han desarrollado combinaciones ocasionalmente extrañas pero vendibles en seda y poliéster, y métodos para alterar la superficie de los tejidos produciendo tejidos ligeros pero con aspecto voluminoso. Todo ello ha dado empuje a los fabricantes italianos de hilados y tejidos en el mercado americano.[7]

Las técnicas de acabado, tales como el uso del revestimiento con poliuretano para producir un efecto "resbaladizo" y "brillante", han sido particularmente utilizadas por los italianos. También son muy aficionados a técnicas de bañado en enzima para producir ante, tejidos elásticos, plastificados, deslustrados, brillantes y otros efectos que

---

[6] Revista americana DNR. *Publicación del 7 de Septiembre de 1998.*
[7] Revista americana DNR. Publicación del

dan a los tejidos exclusividad. Algunas de las estrategias están diseñadas para imitar acabados naturales como el brillo de la madera o hasta del el césped.

Otra técnica muy popular ha sido el añadido de pequeñas cantidades de sintéticos a los tejidos naturales. Los italianos parecen haber entendido que en el mercado americano, en el cuál muchas empresas textiles prefieren producir grandes cantidades de productos estandarizados, la exclusividad, incluso la excentricidad, son elementos esenciales para el éxito.

Nuevas utilidades o simplemente nuevas formas de tinte y grabado han ayudado a la industria italiana en el mercado americano. Una vez más, en Estados Unidos, muy pocas empresas textiles se adaptan rápidamente a las nuevas tecnologías orientadas hacia el mercado de la confección. Y muchas de estas nuevas tecnologías han sido introducidas por primera vez por firmas europeas y más tardes copiadas por pequeñas empresas americanas.

Los fabricantes de confección americanos creen que los fabricantes de hilados y tejidos italianos ofrecen un más amplio abanico de posibilidades, en cuanto a colores y tonalidades se refiere, que sus competidores. La gran cantidad de alternativas en combinaciones de colores constituye una ventaja competitiva para la industria italiana y la opinión de que los italianos ofrecen una más amplia paleta de colores ayuda a la industria italiana en los círculos de la moda.

Teñidos y estampados: Factor de ventaja comparativa.

Tonalidades más oscuras, requiriendo mayor cantidad de tinte se ha convertido en una tendencia popular en el mercado americano en los últimos años. Y el coste del teñido apropiado se ha transformado en barrera de entrada para muchos países en vías de desarrollo en el mercado de hilados. Países tales como Pakistán deberían de ser capaces de producir grandes cantidades de hilados pero tienen poca experiencia en técnicas de teñido y son menos capaces de afrontar los tintes, especialmente en cuanto a tonalidades más oscuras se refiere.

Los fabricantes de tinte se han empezado a ajustar a esta división del mercado en el mundo de la industria textil, fabricando tintes más caros en Europa y más baratos en

Asia. Y mientras que la tecnología de grabado con inyección de tina va tomando gradualmente una posición más importante en el mundo de la industria textil, se espera que Europa se apropie de una cuota de mercado muy por encima de los fabricantes de tejido asiáticos en cuanto a operaciones de grabado se refiere, y así restablezca su competitividad en el mercado americano. La lógica aquí es que Europa tiene el capital y el know-how en cuanto a técnicas de grabado. Asia carece de ambos. Y América se adaptará muy lentamente a las nuevas tecnologías de grabado mediante inyección de tinta ya que esta es más utilizada en "short production runs".

Posibilidades de colocación en el mercado americano de la empresa española.

Muchos de los mayores fabricantes americanos de textil han empezado ha irse del mercado de la confección, ya que esta siendo afectada por las importaciones de manera progresiva, y se están trasladando hacia otros mercados textiles como el de la automoción, decoración del hogar, construcción, industrial y de las aplicaciones médicas. Estos mercados son percibidos como más resistentes al impacto de las importaciones que el mercado de la confección dentro del sector textil.La migración de los fabricantes textiles americanos del mercado de la confección ha abierto oportunidades para las empresas textiles europeas. Aunque el total del stock de capital textil americano en equipos de producción ha caído, equipos de mayor productividad son favorecidos, llevando a muchas empresas textiles americanas a evitar la "short production runs", a menudo favorecida en la industria de la confección.

El significado para los exportadores al mercado americano es que los fabricantes americanos de hilados se están centrando en altos volúmenes de producción estandarizados. Esto crea oportunidades para muchos exportadores europeos de hilados y tejidos al mercado americano, especialmente para aquellos dispuestos a centrarse en los mercados de confección y vender lotes de pequeñas cantidades.

VII. EXPORTACIONES

Exportaciones de hilados de lana por parte de EE.UU al resto del mundo.

		Millions of US Dollars (Enero- Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.06	**Hilados de lana cardada**	0.630	0.273	0.331	0.5
51.07	**Hilados de lana peinada**	2.738	3.254	1.554	2.36
55.09	**Hilados de fibras sintéticas básicas**:	50.185	46.100	46.671	6.81
	*>= 85% en peso de fibras acrílicas:				
	55.09.31	1.071	2.664	3.338	7.15
	55.09.32	2.052	2.216	0.920	1.97
	*otros hilados de fibras de poliéster:				
	55.09.52	0.233	0.791	0.170	0.36
	*otros hilados de fibras acrílicas:				
	55.09.61	0.078	0.070	0.014	0.03
	*otros hilados:				
	55.09.91	0.070	0.046	0.000	0.00
55.10	**Hilados de fibras artificiales:**	5.856	4.242	4.219	0.62
	55.10.20	0.011	0.023	0.006	0.14

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

Exportaciones de hilados de lana por parte de EE.UU a España.

		Millions of US Dollars (Enero - Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.06	**Hilados de lana cardada**	0.000	0.000	0.023	7.40
51.07	**Hilados de lana peinada**	0.000	0.000	0.000	0.00
55.09	**Hilados de fibras sintéticas básicas**:	0.269	0.032	0.035	0.78
	*>= 85% en peso de fibras acrílicas:				
	55.09.31	0.000	0.011	0.000	0.00
	55.09.32	0.000	0.000	0.016	44.94
	*otros hilados de fibras de poliéster:				
	55.09.52	*	*	*	*
	*otros hilados de fibras acrílicas:				
	55.09.61	*	*	*	*
	*otros hilados:				
	55.09.91	*	*	*	*
55.10	**Hilados de fibras artificiales:**	*	*	*	*

	55.10.20	*	*	*	*

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

Exportaciones de tejidos de lana por parte de EE.UU al resto del mundo.

		Millions of US Dollars (Enero - Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.11	**Tejidos de lana cardada**	12.890	17.693	13.349	20.31
	*>=85% en peso de lana:				
	51.11.11	3.619	4.064	3.334	24.97
	51.11.19	6.734	10.032	6.748	50.55
	51.11.20	0.670	1.121	0.865	6.48
	51.11.30	1.064	1.127	0.563	4.22
	51.11.90	0.803	1.349	1.840	13.79
51.12	**Tejidos de lana peinada**	23.113	27.511	26.255	39.95
	*>=85% en peso de lana:				
	51.12.11	2.821	4.663	5.474	20.85
	51.12.19	16.217	18.799	18.079	68.86
	51.12.20	1.287	1.621	1.098	4.18
	51.12.30	1.472	1.360	0.987	3.76
	51.12.90	1.316	1.069	0.617	2,35
55.15	**Otros tejidos de fibras sintéticas básicas**	40.030	37.589	41.059	5.99
	*de poliéster:				
	55.15.13	1.607	2.916	2.512	6.12
	55.15.22	0.793	1.110	0.923	2.25
	55.15.92	0.148	0.080	0.016	0.04
55.16	**Tejidos de fibras artificiales básicas**	27.541	21.929	22.164	3.23
	*<85% en peso de fibras artificiales				
	mezcladas con lana:				
	55.16.31	1.305	0.264	0.017	0.08
	55.16.32	0.141	0.325	0.062	0.28
	55.16.33	0.146	0.254	0.127	0.57
	55.16.34	0.068	0.159	0.046	0.21

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

Exportaciones de tejidos de lana por parte de EE.UU a España.

		Millions of US Dollars (Enero - Junio)			
	Partidas arancelarias	**1997**	**1998**	**1999**	**% Cuota de mercado 1999**
51.11	**Tejidos de lana cardada**	0.005	0.000	0.076	24.29
	*>=85% en peso de lana:				
	51.11.11	0.000	0.000	0.003	4.00
	51.11.19	0.000	0.000	0.000	0.00
	51.11.20	0.000	0.000	0.000	0.00
	51.11.30	*	*	*	*
	51.11.90	0.005	0.000	0.073	96.00
51.12	**Tejidos de lana peinada**	0.017	0.032	0.187	60.01
	*>=85% en peso de lana:				
	51.12.11	0.000	0.016	0.154	82.54
	51.12.19	0.017	0.000	0.033	17.46
	51.12.20	0.000	0.011	0.000	0.00
	51.12.30	0.000	0.000	0.000	0.00
	51.12.90	0.000	0.005	0.000	0.00
55.15	**Otros tejidos de fibras sintéticas básicas**	0.345	0.018	0.000	0.00
	*de poliéster:				
	55.15.13	0.000	0.000	0.000	0.00
	55.15.22	0.000	0.003	0.000	0.00
	55.15.92	*	*	*	*
55.16	**Tejidos de fibras artificiales básicas**	0.023	0.088	0.000	0.00
	*<85% en peso de fibras artificiales				
	mezcladas con lana:				
	55.16.31	*	*	*	*
	55.16.32	*	*	*	*
	55.16.33	*	*	*	*
	55.16.34	*	*	*	*

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

Durante el primer trimestre de 1999, las exportaciones de textil a mercados externos continua cayendo, reflejando los actuales altos tipos de cambio existentes y la debilidad de la economía mundial. Las únicas excepciones son Méjico y los países del CBI (Caribbean Basin Initiative).

Para prácticamente todos los demás países las noticias no son muy buenas. Las exportaciones a la Unión Europea cayeron un 21% durante el primer trimestre; en Japón cayeron un 19%, en Hong Kong resbalaron hasta un 27% y en Brasil un 46%.Incluso

las exportaciones a Canadá cayeron un poco: hasta un 3%. Los países del Caribe parecen haberse recuperado de su caída sufrida en el tercer y cuarto trimestre de 1998. Méjico continuó su buena racha. Las exportaciones de hilados y tejidos registraron un crecimiento del 34% durante el primer trimestre, mientras que las exportaciones de piezas cortadas crecieron un 4 %. Las exportaciones totales de textil alcanzaron al menos los 1,2 billones de dólares por trimestre con un crecimiento general del 16%. Méjico cuenta ahora con el 27% de las exportaciones americanas de textiles y confección situándose en la cifra del 16% justamente hace tres años.

7.1. EXPORTACIONES DE HILADOS Y TEJIDOS CLASIFICADAS POR PAÍSES DE DESTINO DE MAYOR IMPORTANCIA:

Se da a conocer en este apartado las exportaciones de EE.UU, clasificadas por países de destino, situados en los cinco primeros puestos. Así también se nombra en que posición se encuentra España.

La exposición se ha realizado según partidas arancelarias de hilados y tejidos.

- **HILADOS:**

51.06: Hilados de lana cardada.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Méjico*	0.005	0.013	0.154	46,42
2	*Canadá*	0.336	0.092	0.094	28.36
3	*España*	0.000	0.000	0.023	6.96
4	*Reino Unido*	0.000	0.013	0.017	4.99
5	*Rep. Corea*	0.000	0.000	0.012	3.49

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

51.07: Hilados de lana peinada.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	2.178	3.083	1.158	74.52
2	*Tailandia*	0.085	0.000	0.126	8.13
3	*Méjico*	0.077	0.038	0.106	6.84
4	*Italia*	0.045	0.000	0.060	3.87

5	*Filipinas*	0.082	0.000	0.042	2.72
29	*España*	0.000	0.000	0.000	0.00

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.09: Hilados de fibras sintéticas básicas.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	14.727	15.852	18.888	40.47
2	*Méjico*	6.021	9.760	6.684	14.32
3	*Reino Unido*	4.234	3.754	4.850	10.39
4	*Brasil*	0.421	1.468	3.535	7.57
5	*Rep. Dominic.*	1.750	0.969	1.860	3.99
39	*España*	0.269	0.032	0.035	0.08

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.10: Hilados de fibras artificiales.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	0.628	0.739	0.760	18.01
2	*Filipinas*	0.000	0.000	0.736	17.45
3	*Costa Rica*	0.787	0.621	0.616	14.61
4	*Venezuela*	0.762	1.484	0.527	12.49
5	*Reino Unido*	0.902	0.247	0.456	10.80
*	*España*	*	*	*	*

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*
* No existe comercio con España

- **TEJIDOS:**

51.11: Tejidos de lana cardada.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	3.051	3.795	3.566	26.71
2	*Rep. Dominic.*	0.466	0.759	2.395	17.94
3	*El Salvador*	0.733	0.865	1.685	12.62
4	*Méjico*	0.982	1.393	1.160	8.69
5	*Hong Kong*	1.411	2.281	1.156	8.66
18	*España*	0.005	0.000	0.076	0.57

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

51.12: Tejidos de lana peinada.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	11.366	11.618	9.506	36.21
2	*Méjico*	1.908	5.307	6.561	24.99
3	*Rep. Corea*	0.953	0.947	2.802	10.67
4	*Turquía*	1.114	0.985	1.934	7.37
5	*Bélgica*	0.448	0.970	1.202	4.58
11	*España*	0.017	0.032	0.187	0.71

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.15: Otros tejidos de fibras sintéticas básicas.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Méjico*	6.674	8.997	20.239	49.29
2	*Canadá*	10.191	14.161	10.548	25.69
3	*Francia*	1.193	1.063	1.371	3.34
4	*Reino Unido*	1.336	1.477	1.119	2.72
5	*Hong Kong*	3.614	1.318	1.015	2.47
73	*España*	0.345	0.018	0.000	0.00

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

55.16: Tejidos de fibras artificiales básicas.

		Millones de dólares			
Posición	País de destino	1997	1998	1999	% Cuota de mercado 1999
1	*Canadá*	14.767	12.540	12.956	58.45
2	*Méjico*	3.972	3.577	4.140	18.68
3	*Costa Rica*	0.134	0.000	1.067	4.81
4	*Reino Unido*	0.946	0.618	0.579	2.61
5	*China*	0.003	0.072	0.355	1.60
86	*España*	0.023	0.088	0.000	0.00

Fuente: U.S. Dept. of Comerce, Bureau of the Census. *World Trade Atlas.1999*

IX. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

9.1. CONSUMO APARENTE.

Nos fijaremos en la cifra de *consumo aparente* para poder valorar la dimensión del mercado de los productos textiles, y especialmente el mercado de productos textiles de lana.

Definiremos **"consumo aparente"** como el resultado de deducir las exportaciones de la suma de importaciones y la producción nacional.

CONSUMO APARENTE = (IMPORTACIONES + PRODUCCIÓN NACIONAL) - EXPORTACIONES

Dentro del mercado textil, el consumo está repartido entre los distintos tipos de tejidos (algodón, lana, fibras artificiales, etc.) de forma no homogénea. Es decir, se debe valorar el consumo aparente para cada uno de los tipos de tejidos.

CONSUMO APARENTE: TEJIDOS
Primer Trimestre 1999.
Cantidades en miles de metros cuadrados
Valor en miles de dólares

Descripción del producto:	Producción nacional (en cantidades)(1)	Importaciones (2)		Exportaciones (4)		**Consumo Aparente.** (en cantidades)(5)
		Cantidad	Valor (3)	Cantidad	Valor	
Tejidos de algodón	974658	354522	372203	93913	212761	1235267
Tejidos de lana	20986	8044	74015	3561	19532	25469
Tejidos de fibras artificiales	2509059	271810	303778	103809	226084	2677060
Tejidos de seda	*	6968	64549	455	3607	*

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de el Departamento de Comercio. Oficina del Censo.

(1) Representa producción del tejido en crudo; los datos de importaciones y exportaciones representan tejidos en crudo así como tejidos acabados.
(2) Fuente: Oficina del Censo. Publicación IM145. US Imports for Consumption.
(3) Valor en dólares que representa el valor CIF (Coste, Seguro y Flete) en el primer puerto de entrada a los Estados Unidos, más el importe de impuestos de aduana.
(4) Fuente: Oficina del Censo. Publicación EM545. US Exports.

(5) Consumo Aparente= Producción nacional+Importaciones-Exportaciones.
* No datos.

El consumo de **tejidos de lana** en los Estados Unidos es pequeño cuando se compara con otras clases de tejidos como pueden ser los de algodón o los de fibras artificiales.

Las cifras aquí analizadas pueden no coincidir con los datos de importaciones y exportaciones extraídos de la clasificación arancelaria armonizada (HTSUS en EE.UU). Ello es debido a que los EE.UU cuantifican su industria doméstica (producción, etc.) conforme a unos códigos propios que difieren de la clasificación arancelaria armonizada.

Consumo de fibras por parte de las fabricas de hilados en los EE.UU
(en millones de libras[8])

Período	Consumo total hilanderías	% cambio Período Anterior	Algodón	% cambio período anterior	Fibras artificiales	% cambio período anterior	Lana	% cambio período anterior
1996	16078	**2%**	5226,8	**1%**	10709,4	**2%**	141,8	**0%**
1997	16888,2	**5%**	5441,3	**4%**	11302,8	**6%**	144	**2%**
1998	16717,5	**-1%**	5234,2	**-4%**	11368,5	**1%**	114,8	**-20%**
Junio 1999	4119,3	**-3%**	1270,2	**-7%**	2826,8	**0%**	22,3	**-33%**

Fuente: Elaboración propia.
US. Department of Agriculture, Economice Research Service
Junio 1999

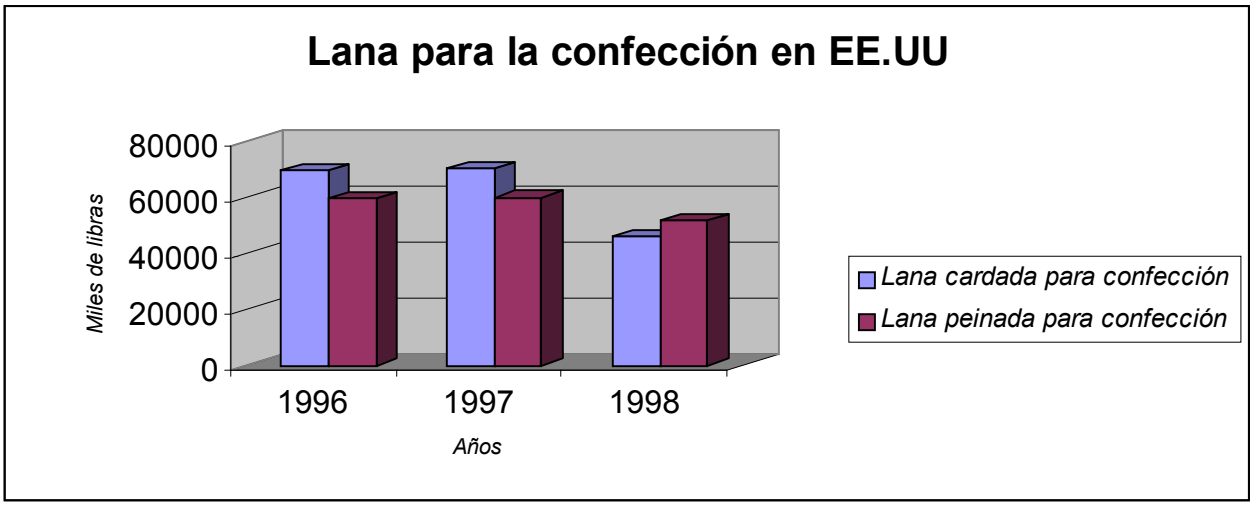
Del consumo de fibras total por parte de las hilanderías americanas, la lana únicamente representó en 1998 un 0.7%. Fueron las fibras artificiales las que ocuparon el primer lugar con un 68%. Aún representando un porcentaje tan bajo, el consumo de lana ha ido sufriendo continuas disminuciones, siendo la última del 33% a finales de Junio del 1999[9]

[8] 1 libra= 0.453 Kg.
[9] Disminución del 33% respecto al mismo período pero del año anterior.

Consumo de LANA en el sistema de lana peinada y lana cardada (Woolen and Worsted System) de los EE.UU.
(en miles de libras) 1999.

Período	LANA PARA CONFECCIÓN			TOTAL FIBRA DE LANA COMO MATERIA PRIMA	TOTAL FIBRAS EN GENERAL
	Total lana cardada para confección	*Total lana peinada para confección*	*Total lana para confección*		
1996	69716	59809	129525	141836	912195
1997	70341	60045	130386	143962	904777
1998	46337	52036	98373	114704	833437
1er. Trim. 1999	8198	9569	17767	22305	195368

Fuente: Elaboración propia.
US Bureau of the Census. Publicación MQ22D
Junio 1999



Fuente: Elaboración propia.
US Bureau of the Census. Publicación MQ22D
Junio 1999

Para finales de 1998 el consumo de lana cardada representó el 47,1% del total de la lana destinada a la confección. La lana peinada representó el 52.9% del total. En el primer trimestre de 1999 sigue siendo mayor el consumo de lana peinada respecto al consumo de lana cardada para tales fines.

9.2. TENDENCIAS GENERALES

La utilización de lana en los Estados Unidos ha incrementado considerablemente a principios de los años noventa. El crecimiento más fuerte ha sido en la confección de ropa de mujer. La utilización de lana en géneros de punto y ropa para hombre está aún en los niveles en que se encontraba en 1985.

En general, el mercado ha abandonado la mentalidad de "todo lana" que abundaba en los años ochenta y actualmente tiende hacia la utilización de las mezclas de lana. Mezclas de lana con sedas, lycra, tactel, etc. Aunque muchas de las lanas sean de un calibre de alta calidad, existe también una tendencia hacia la utilización de lanas más corrientes.

Según la opinión general en la última feria Yarn Fair International[10], el nuevo milenio empieza con ligeras y coloreadas notas. Para la temporada de Otoño/ Invierno 2000/01, los fabricantes de hilados hacen hincapié en la fabricación de tejidos de apariencia gruesa, densa y pesada pero que en realidad es ligera y suave. Coexisten los hilados elegantes y de alta calidad con los toscos. Y en cuanto a colores, aumenta el interés por los colores vivos dejando atrás el dominio del beige.

Las nuevas mezclas, especialmente las microfibras y las texturas elásticas (stretch) juegan un papel importante.

Usos finales de la lana

La lana representa el 10% de los materiales usados en el mercado americano de la confección. Su cuota de mercado ha incrementado drásticamente en los últimos años, aunque su fuerte crecimiento se ha debilitado a mediados de 1999.

La principal utilización de la lana en los EE.UU es para trajes de hombre, pantalones, ropa y chaquetas esport.

---

[10] *Yarn Fair International (Nueva York.Agosto 1999)*: Feria de hilado, fibras, fuentes de moda y tecnología para la fabricación de ropa, textiles y diseño interior.

En cuanto a trajes se refiere, la utilización de mezclas de lana no es tan usual como lo es la lana pura, y ambas (lana y mezclas de lana) cuentan con aproximadamente el 20% del total de la demanda en hilados, siendo la proporción de utilización de *lana pura* frente a *lana con mezclas* de 4:1.

Con la excepción de los pantalones y algunos trajes de corte, la lana es relativamente inusual en la ropa para mujer, aunque su utilización está en aumento.

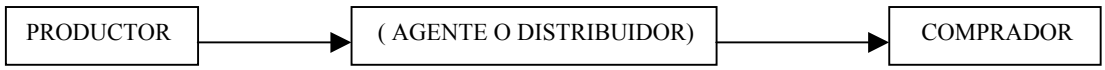
El concepto de lana "fácilmente lavable" ha sido un estímulo para las ventas así como la comodidad en la utilización de lanas con mezclas, especialmente lana con lycra y lana con poliester.

X. FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN

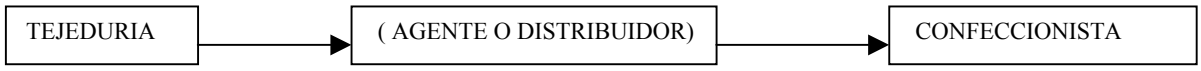
10.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

ESTRUCTURA:

La siguiente estructura corresponde a la de los canales de distribución de tejidos para confección en los Estados Unidos:



Que corresponde a:



Es la industria de la confección la que normalmente consume los tejidos para prendas de vestir, por lo que sus canales no son extensos. El número de compradores y vendedores nacional es limitado, y mayoritariamente centralizado en ciudades clave como Nueva York o Los Angeles. Por ello la estructura de distribución normal de las tejedurías americanas, es directa de la tejeduría al confeccionista, a través del equipo de ventas de la propia empresa.

10.2. AGENTES Y REPRESENTANTES

La forma más utilizada de venta y distribución de tejidos por parte de las tejedurías no americanas es la utilización de **agentes o distribuidores.**

Los agentes son normalmente profesionales con muchos años de experiencia en el sector textil, que conocen muy bien el mercado, y que tienen muchos contactos.

Por ejemplo, los agentes que trabajan en la Costa Este de los EE.UU. acostumbran a tener sus oficinas en Nueva York, pues la mayoría del sector (oferta y demanda) se concentra en esta ciudad.

Funciones del agente:

Ventas
Control de la recepción de la mercancía a la entera satisfacción del comprador. Intervención en caso de problema. Solución de dicho problema.
Realización trámites administrativos necesarios.
Información a la tejeduría de la recepción de su producto en el mercado, y sobre el estado y evolución del mercado en sí.
Algunos agentes realizan la promoción del producto, a través de ferias y exhibiciones. Normalmente sólo las agencias de mayores dimensiones pueden permitirse tener un stand en una feria.
Algunos agentes son también diseñadores, y colaboran con la tejeduría y el confeccionista en la creación del tejido.

SELECCIÓN DE AGENTE O REPRESENTANTE

Seleccionar un agente que represente los productos de una tejeduría en el mercado americano es un proceso al que se debe prestar mucha atención, pues el agente escogido va a ser un socio en este mercado. Una elección correcta puede reportar muchas ganancias, mientras que una selección incorrecta significará perder mucho tiempo y dinero.

Es fundamental tener en cuenta que va a ser necesario invertir tiempo y dinero en la investigación y elección.

Factores a considerar

Experiencia y contactos del agente en el tipo de tejidos que usted produce
Compatibilidad entre su producto y las líneas que actualmente representa el agente. *Si son compatibles, sus productos se beneficiarán de la calidad y competitividad de las otras líneas (en el supuesto de que sean competitivas y de calidad), mientras que si están en competencia sus productos van a recibir una atención compartida, y por tanto menor.*
Comprobar si es un agente agresivo en ventas y planes de crecimiento.

Asegurarse que el futuro agente vaya a dedicar el tiempo necesario a los productos. Buenos indicadores de ello son el número de agentes de ventas disponibles y el número de líneas que actualmente representan.
Ver si tiene el producto potencial para atraer la atención del agente. La competitividad y capacidad de demanda de sus tejidos debe ser suficiente para motivar al agente, aunque otras motivaciones se añadan a ello.El nivel de diseño, calidad y precio de sus tejidos se lo indicará. También es importante preguntar al agente su parecer sobre sus productos y observar su reacción.
Es interesante observar indicios de la estabilidad financiera del agente.
Conocer cuál es la reputación y profesionalidad del agente. Si son honestos y fiables. Su propia impresión tras mantener una entrevista, más las opiniones de otros profesionales del sector se lo indicarán.
Saber qué territorio o mercados cubre el agente. Y si tiene suficientes vendedores para cubrirlo con efectividad.

Por último, hay que tener en cuenta que la relación con el agente es una relación de cooperación y no de subordinación. Tener un agente productivo implica colaborar con él, comunicarse a menudo, y no ejercer sobre él el mismo control que se ejerce sobre el propio personal.

VENTAS DIRECTAS

Otra posibilidad es la de realizar las ventas directas al confeccionista americano. Esta posibilidad es la escogida por algunas tejedurías españolas.

Ventajas de la venta directa

Ahorro de la comisión del agente o distribuidor.
Control directo sobre la distribución del producto.
Conocimiento directo del cliente, sus necesidades y particularidades. Posibilidad de cooperar en el diseño de la tela, etc.

Para realizar ventas directas es muy importante mantener un contacto estrecho con el cliente, estar siempre localizable para solventar cualquier problema que pueda surgir, y, en resumen, eliminar la distancia que le separa de él. Los compradores americanos consideran como un factor importante el que la tejeduría tenga algún tipo de presencia física en el país, y a veces prefieren no comprar a arriesgarse a tener problemas derivados de la distancia.

Hay que tener en cuenta que es posible eliminar la figura del agente, aunque no es posible eliminar su función. Por ello todas las funciones que realiza el agente deberán

ser suplidas por personal del Departamento de Exportación (venta, contacto con el cliente, trabajo administrativo, promoción, vigilancia del transporte y distribución de la mercancía, etc.)

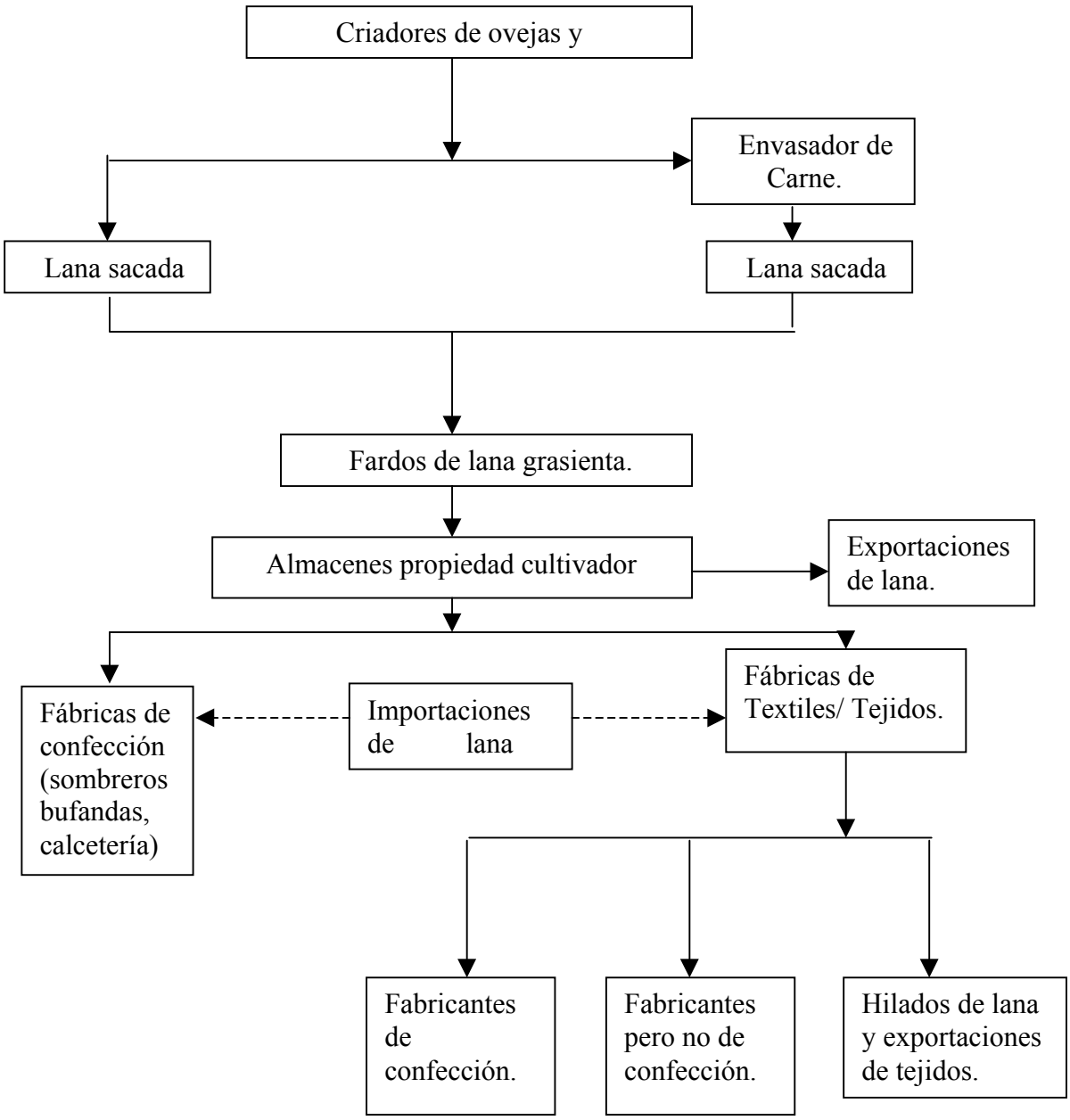
Inconvenientes de la venta directa
Es imprescindible estar constantemente en contacto con el cliente, y es aconsejable tener algún tipo de presencia física permanentemente en el país, o visitarlo muy a menudo.
Es necesario conocer muy bien el mercado, los clientes, los usos comunes, etc. Es difícil sustituir la experiencia y contactos de los agentes.
El comprador se siente muy alejado de la tejeduría, y se siente incómodo al tener que llamar fuera del país. Es muy importante poner todos los medios al alcance para minimizar este sentimiento de lejanía.

MERCADO MINORISTA

Existe un mercado de venta de tejidos al por menor, que algunos agentes cubren. Es un mercado estable, aunque pequeño, con la demanda fragmentada (pequeñas partidas). La mejor solución para abarcar este mercado es coger un agente que lo cubra.

ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA LANERA EN LOS ESTADOS UNIDOS.

Fuente: Industry and Trade Summary. Lana y cualquier pelo de animal relacionado.*United States International Trade Commission. USITC* Publicación 3145. Diciembre 1998.



10.3.TRANSPORTE

ANTECEDENTES.

Los incrementos en las tarifas de transporte provenientes de Europa y Estados Unidos en los últimos años son debidos a la decisión de las empresas de transporte, miembros del Acuerdo Trans-Atlántico (TACA), de incrementar tarifas al unísono. Las empresas de transporte marítimo miembros de TACA, cartel que controla un 60% del transporte comercial entre Europa y Estados Unidos, fija los precios y minimiza la competencia entre los miembros.

TACA ha sido objeto de ataque por parte de la Unión Europea y de la Comisión Federal Marítima Americana con el fin de acabar con ella.

OPCIONES DE TRANSPORTE TRANSATLÁNTICO.

Rodríguez & Associates[11] es un despacho de abogados situado en Washington D.C. que representa al pequeño y mediano importador y exportador. El Sr. Ashley Craig que trabaja con la empresa, propone varios caminos por los cuales las pequeñas empresas españolas fabricantes de hilados podrían reducir costes en el transporte transatlántico. Las mejores opciones, explica, serian los "Freight Forwarders" y los pactos colectivos a través de asociaciones comerciales.

Los Freight Forwarders (FF) combinan envíos de distintas empresas. De esa forma los envíos son mayores y el FF tiene mucha más influencia al negociar precios y puertos de salida con las compañías de transporte marítimo. El Sr. Craig afirma que los FF son una entidad dominante dentro del comercio internacional.

La otra opción seria la de asociarse con otros exportadores bajo los auspicios de una asociación comercial. Juntos pueden dirigirse a los buques de transporte colectivamente. Los beneficios de hacer esto son similares a los de la utilización de los

[11] Rodríguez & Associates.
Rhode Island Ave, NW/10th Floor.
Washington DC 20036
Telefono: (202) 293 3300 E-mail: acraig@transportlaw.net

FF. Con mayores envíos, las empresas ganarían en influencia en la negociación de los precios y puertos de salida.

Otra opción seria la de enviar los productos a los mayores puertos Europeos de donde las mayores empresas de transporte transatlántico hacen envíos con mucha mayor frecuencia y a precios más razonables. Según el Sr. Craig, Rotterdam es uno de los puertos más activos de Europa. La mayor consideración al enviar los productos a otros puertos europeos es el coste adicional de hacerlo. A menos que el exportador este transportando grandes volúmenes, esta opción no es viable.

El Acta de Transporte marítimo (Ocean Shipping Act, 1 de Mayo del 1999) beneficia a las empresas españolas en la exportación a los EE.UU. Antes del 1 de Mayo, los transportistas eran requeridos a presentar todos los contratos a la Comisión Marítima Federal Americana (Federal Maritime Commission). La información contenida en ellos estaba públicamente disponible en 24 horas. El Acta de Transporte Marítimo ofrece la posibilidad de firmar contratos privados. El resultado es que los precios de transporte, los cuales antes estaban más o menos fijados, serán mucho más negociables. El Acta de Transporte Marítimo reintroducirá la competencia en la industria del transporte marítimo.

IMPLICACIONES PARA LOS EXPORTADORES DE TEXTIL ESPAÑOLES A LOS EE.UU.

En los últimos años, algunos transportistas marítimos se han retirado del TACA. Estos transportistas no se ven ahora obligados a estar bajo un régimen de tarifas tan alto estipulado por el TACA. Estos transportistas ofrecen tarifas más bajas y mayor flexibilidad en los plazos. Algunos de los transportistas que se han retirado del TACA son: Cho Yang, Hanjin, Neptune Orient Lines.

En respuesta a las altas tarifas de transporte, algunos transportistas nuevos han entrado en el mercado atlántico. Estos transportistas no son miembros del cartel TACA, y su decisión de entrar en el mercado debe haber sido influenciado por los altos precios que ofrece TACA. Estos nuevos transportistas son: APL, Mitsui, China Ocean Shipping Co y“K” Line. Estos representan ya entre el 10%-20% del mercado del transporte marítimo entre Europa y los Estados Unidos teniendo en cuenta que entraron hace dos

años. Su entrada ha representado reducciones del 10% en las tarifas en la parte este del comercio ente EE.UU y Europa, la cual parece ser más rentable que la parte oeste.

La entrada en el mercado de estos nuevos transportistas que no pertenecen al TACA, ha hecho caer los precios un 1%-2% por mes desde mediados de agosto del 1998.

Según se dice, la gran compañía American President Lines (APL) se está preparando para entrar en el mercado y cuando esto ocurra, representará un aumento de la capacidad. Ello hará caer los precios.

El volumen de comercio de España a los EE.UU y Canadá es de los más bajos entre los países europeos más fuertes en este sentido. Consecuentemente, España tiene más posibilidades de ser víctima del cártel porque a los transportistas no pertenecientes al cartel, no les interesa el poco volumen que exporta España. Lo que las empresas españolas deben hace es enviar primero los productos a los países del norte europeos donde se encuentran los transportistas alternativos.

10.4.ETIQUETADO

Los productos textiles están regulados por la "Textile Fiber Products Act" de 3 de Marzo de 1960. Según esta ley, no requerirán etiqueta los tejidos que no vayan a ser directamente vendidos o distribuidos al consumidor final, sino que vayan a ser utilizados en la producción de otro producto textil sometido al requisito de etiquetaje. Sin embargo, la información necesaria sobre el producto (enumerada a continuación) deberá establecerse en la factura de venta, o en cualquier otro documento utilizado en la venta de ese producto (contrato de venta, confirmación de venta, etc.).

Información sobre el producto según la "Textile Fiber Products Identification Act".

Nombre del fabricante, detallista, o número de registro (proporcionado por la Federal Trade Commission a la persona física o jurídica de nacionalidad americana que lo importe o comercialice).

País de origen, de fabricación.

Nombre genérico de las fibras utilizadas y su porcentaje. Se confeccionará una lista donde se establezca claramente el nombre genérico de las fibras utilizadas en la composición del tejido, y su porcentaje, ordenadas de mayor a menor. Las fibras que estén en un porcentaje menor al 5% se clasificarán bajo "other fiber" o "other fibers" ("otra/s fibra/s"), y no por su nombre genérico, excepto cuando estas fibras tengan un importante significado funcional. Por ejemplo: "96% acetate, 4% Spandex for elasticity".

Los **tejidos que contengan lana,** pieles de animales o plumas están sujetos a unos requisitos específicos para estos productos, regulados en la "Wool Products Labeling Act" (VER ANEXO), y en la "Fur Products Labeling Act".

Cualquier producto que no cumpla los anteriores requisitos legalmente establecidos será retenido en las aduanas de EE.UU.

PROPOSICIÓN DE ESTANDARIZACIÓN

La reconocida necesidad de armonización de etiquetado para facilitar el comercio textil mundial es otro asunto importante a conseguir. Una propuesta desarrollada por el ATMI (American Textiles Manufacturers Institute) y presentada al ISO Comité de Política de Consumo (COPOLCO) sobre una regulación internacional estándar de etiquetado para el producto textil y la confección, fue recientemente aceptada en la regulación ISO/TC 38. En muchos países el consumidor recibe la información sobre el producto textil o de confección en etiquetas en el punto de venta o detallista. En otros países esta información no es requerida o puede ser incorrecta. La proposición del ATMI es de desarrollar unos estándares de etiquetado internacional para el producto textil y de confección que incluiría el país de origen, contenido en fibras, identificación del fabricante y las instrucciones para el cuidado. Para los textiles y la confección es información muy importante para cualquier tipo de consumidor del mercado mundial.

Por lo tanto, una etiqueta armonizada daría como resultado una reducción de costes de inventario para el fabricante, la información necesaria para el consumidor y facilitaría el comercio internacional eliminando los distintos tipos de requerimientos existentes entre países.

10.5. PRECIOS

Es muy improbable que se produzca algún crecimiento significante de los precios de los hilados en los EE.UU en el próximo año. Las principales razones son:

- La difícil competencia en precios proveniente de Asia, especialmente de Pakistán. La crisis existente en los países asiáticos conduce a estos países a vender a precios muy bajos con la intención de reconstruir su volumen de reservas de divisas. Muchos países asiáticos pobres se encuentran con la imposibilidad de importar factores de producción esenciales, tales como equipos para la producción textil, sin primero demostrar a sus gobiernos que son productores netos de divisa. A partir de que los fabricantes que son productores netos de divisa reciben trato preferencial en muchas áreas, tiene sentido para los fabricantes de hilados de estos países vender en la actualidad por debajo de los costes de fabricación.
- Las instalaciones de fabricación textil americanas están operando a solo el 83% de sus capacidades y pueden aún así pueden encontrar una demanda creciente sin tener que aumentar sus precios.
- La fabricación de confección continuará emigrando a países en desarrollo, especialmente a Latinoamérica.
- El Acuerdo Multi-Fibras debería conducir a incrementar las importaciones de confección a los EE.UU.

PRECIO DE LAS FIBRAS
(los precios reflejan el coste de una libra de fibra)

FIBRAS		***PRECIOS***	
	a 24/9/99*	a 27/8/99*	a 25/9/98*
Algodón	56,10 centavos	54,96 centavos	77,04 centavos
Lana	**$1,66**	**$1,60**	**$1,45**
Poliester Staple(1)	52 centavos	53 centavos	61 centavos
Poliester Filamentos	70 centavos	71 centavos	80 centavos

Fuente: Revista WWD. Martes, 28 de Septiembre del 1999.Pág.16.

*El precio corriente del *algodón* es la media existente en agosto del 1999, de las fibras entregadas a las fábricas de la parte Sur-este, según el Agricultural Marketing Services/USDA. El precio de la *lana* está basado en la media de 13 micras a fecha de 24 de septiembre según Woolmark Co. Para las *fibras artificiales* son medias basadas en varias fuentes industriales.

(1) Staple: clasificación según la longitud de las fibras.

Los **precios de la lana** como fibra, cayeron dramáticamente en 1998. En septiembre de 1997, una libra de lana (fibra), costaba 2.38 dólares, mientras que en octubre de 1998 el precio había caído hasta 1.39 dólares la libra.

Los precios del fabricante de hilados, en los Estados Unidos, han caído un 3%, en términos nominales, y un 4,5% en términos reales, en 1998, lo que ayuda al fabricante nacional a competir con los bajos precios de las importaciones. Muchos observadores predicen que una presión al alza de los precios solo volverá cuando las monedas asiáticas se aprecien significativamente. Esperan que esto ocurra durante el año 2000, según suposiciones dentro de la industria.

TENDENCIAS

En la última feria YARN FAIR INTERNATIONAL realizada en Nueva York en el pasado mes de Agosto de 1999, los fabricantes de hilados comentaban que sus clientes continúan interesados en hilados con precios más bajos.

Se comentó que los clientes expresaron entusiasmo en las mezclas de hilados, presentados por una firma italiana , que contenían 30% de cashmere mezclado con lana y viscosa, dando una sensación de fibra de calidad **a precios mas bajos** que los de los hilados puros: de 34 dólares a 35 dólares el kilo, comparado con alrededor de unos 120 dólares por el cashmere puro.

El deseo de obtener precios mas bajos por los hilados está además haciendo aumentar la demanda por las mezclas de acrílicos.

Bibliografía.

- America`s Textiles International. Revista profesional. Varios números.1999.
- *Business Statistics of the United States.* Bureau of Economice Analysis.
- *Consumption on the Woolen System and Worsted Combing.* US Bureau of the Census. Publicación MQ-22D.
- Davison`s Textile BlueBook. Davison Publishing Co., Inc.
- *DNR.* Revista profesional. Varios números 1999.
- *International Textile Bulletin: Yarn and Fabric Forming Edition.* Revista profesional.Varios números 1999.
- *Industry Trade and Technology Review*. Office of Industries. Publicación 3153.
- *Industry and Trade Summary*. *Wool and Related Animal Hair.* USITC Publicación 3145. Office of Industries. US International Trade Commission. Diciembre 1999.
- *Manufacturing Profiles*. US Census Bureau.
- *Textile Terms and Definitions.* Martin Tubbs and Paul Daniels. Editors (Textile Institute Staff). Published by the Textile Institute (UK).
- *Textile Hilights*: *The Quarterly Economice Review of the Textile Industry.* American Textile Manufacturers Institute. June 1999.
- *WWD.* Revista profesional. Varios números 1999.

Fuentes.

- Bureau of Labor Statistics
- Bureau of the Census. Oficina del Censo. United States Department of Commerce.
- American Textile Manufacturers Institute.
- American Apparel Manufacturers Association.
- World Trade Atlas.
- Harmonized Tariff Schedule of the United States.
- Fashion Institute of Technology.
- US Census of Manufacturers.
- Current Industrial Reports on Apparel.
- Revistas especializadas del Sector.

Direcciones Internet consultadas.

www.atmi.org	American Textile Manufacturers Institute
www.americanapparel.org	American Apparel Manufacturer`s Association
www.textile.org	Multimedia for textile and clothing
www.onlinetextilenews.com	Online Textile News
www.aimagazine.com	Apparel Industry Magazine
www.ifj.com	International Fiber Journal.
www.euratex.org	The European Textile and Apparel Organisation (EURATEX)
www.fitnyc.suny.edu	FIT (Fashion Institute of Technology)