

✓
1-1538.00

100979
✓

Programa Nacional de Conformación de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal.

ESTRUCTURACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE LA SERICULTURA EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA

**2.60 UN (1) ESTUDIO DE MERCADO DONDE SE
IDENTIFIQUEN LOS NICHOS DE MERCADO ESPECÍFICOS Y
SE CONOZCAN LA DEMANDA, LAS TENDENCIAS DE LA
DEMANDA, LA SITUACIÓN DE COMPETENCIA PRODUCTO Y
ESTRATEGIAS, LA CONFRONTACIÓN OFERTA – DEMANDA
ARTESANAL**



Libertad y Orden



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia s.a.



INTRODUCCION

El presente estudio pretende desarrollar una investigación de la Industria de la Seda en los Estados Unidos, , donde proviene el principal mercado desde donde se alimenta las provincias de Ontario y British Columbia en el Canadá.

Será de gran utilidad para los productores de seda en Colombia, el poder conocer los diferentes tipos de canales de comercialización, tipos de productos, estadísticas, grupos de consumidores, los eventos y agremiaciones, entre otros; los cuales mostrarán claramente una oportunidad para poder arribar a muchos múltiples mercados y clientes, que seguramente - con un estudio juicioso y constante - marcarán un giro positivo en el desarrollo comercial de sus negocios.

Es importante destacar la reciente trayectoria de ésta industria en Norte América que desde su inicio en la última década de los 60's, la manufactura de productos en seda en los Estados Unidos que comenzó y de cierta manera se ha mantenido como una industria conformada por grandes comercializadores y negocios independientes, la mayoría de ellos ubicados en la región noreste del país como New York, California, Florida, Illinois y Texas. Por lo anterior, es evidente que existe una oportunidad para nuestros empresarios de la seda, de conseguir clientes de un tamaño para ellos manejable y con condiciones equitativas de negociación.

Por otra parte, la industria seda y sus productos se ha visto diversificada la calidad de sus productos en los últimos años, gracias a la consolidación del canal de tiendas por departamento y cadenas nacionales que venden vestuario y accesorios diversos. Esto, es debido en parte al desarrollo de los centros comerciales, la competencia que se libra con las tiendas especializadas, las exhibiciones de catálogos y las tele-ventas. Además, debido a que la renta de locales en centros comerciales es de costo elevado, los vendedores al detal buscan reducir sus costos fijos evitando a los intermediarios y comprando su mercancía directamente de los fabricantes. Todos estos aspectos van de la mano del comportamiento de los consumidores de productos considerados de lujo en los Estados Unidos, debido a que tanto hombres como mujeres se comportan de manera diferente juegan un papel importante a la hora de escoger los productos hechos en seda.

Esperamos que la presente investigación sea de su mayor utilidad. No duden en contactarnos si necesitarán ampliaciones acerca de los temas aquí tratados.

CAPITULO I:

EL MERCADO: CLASIFICACION NAICS DEL MERCADO DE LA SEDA

El mercado de las **SEDAS** en los Estados Unidos se clasifica estadísticamente por el sistema NAICS –Sistema Norte Americano de Códigos; éste incluye las siguientes categorías o tipos de producto, de acuerdo con el tipo de eslabón en la cadena de comercialización, como sigue:

TABLA DE CLASIFICACION DE LA SEDA EN NAICS

Nombre de Clasificación	Código NAICS		Título U.S. NAICS
	2002	1997	
Telas de seda, Telas por rollos	313210		Fabricas de telas por rollos
Servicios de diseño en Screen	541430		Servicios de Diseño Gráfico
Screens para fabricantes de telas de Seda	333292		Textile Machinery Manufacturing
Hilados en Seda de fibra comprada	313111		Hilanderias
Fabricantes de hilos de Seda	313113		Fabricas de Hilos
Silk throwing, spooling, twisting, or winding of purchased yarn	313112		Fabricas de hilos texturizados o de varios cabos
Mayoristas de Seda Cruda	424590	422590	Mayoristas de otros productos agrícolas crudos o sin procesar

Definiciones de NAICS 2002

313210 Fábricas de Telas extensas o por rollos

Buscar por	Código 1997 a 2002	De NAICS 2002 a SIC 1997	Censo Económico 1.997	Equivalente entre NAICS y SIC
313210	313210	2221		Silk fabrics, broadwoven, weaving

313111 Fábricas de Hilados o Hilanderías

Esta categoría de la industria americana que producen desde hilados hasta hilos en cáñamo hasta integrar el proceso en cuerdas o maletas.

Buscar por	Código 1997 a 2002	De NAICS 2002 a SIC 1997	Censo Económico 1.997	Equivalente entre NAICS y SIC
313111	313111	2281		Hilados en seda hechos en fibra comprada

313112 Fábricas de hilos Texturizados, de varios cabos y sencillos

Comprende la industria de los Estados Unidos que fabrican hilos hechos a mano o a máquina de todo tipo, naturales y sintéticos. Los sintéticos se clasifican principalmente bajo la siguiente referencia Industry 32522.

Buscar por	Código 1997 a 2002	De NAICS 2002 a SIC 1997	Censo Económico 1.997	Equivalente entre NAICS y SIC
				Fibra de Seda, a uno o varios cabos de Materia prima cruda o sin procesar

Otras categorías tenemos: Acrílicos, Poliéster, Rayón, Fibras Animales, Carretes de holo de todo tipo, entre otros.

313113 Fábricas de Costura, tejido a mano, Crochet, etc.

Esta industria comprende todas las compañías relacionadas primariamente con material de costura, tales como costura, tejido a mano. Crochet, etc. De todas las fibras.

Buscar por	Código 1997 a 2002	De NAICS 2002 a SIC 1997	Censo Económico 1997	Equivalente entre NAICS y SIC
313113	313113	2284		Manufacturas de hilo de Seda

Otras categorías incluidas: Fabricantes de hilo de Algodón, Hilo para bordado, Fabricantes de hilo de Polyester, Fabricantes de hilo de Fibras duras, Fabricantes de hilo de Nylon, entre otros.

424590 Otros productos de Mayoristas provenientes del campo de manera cruda o sin procesar

Esta compilación de productos incluye todos los mayoistas de productos relacionados con el campo, excepto los granos, animales vivos, frutas frescas y vegetales.

Buscar por	Código 1997 a 2002	De NAICS 2002 a SIC 1997	Censo Económico 1997	Equivalente entre NAICS y SIC
424590	422590	5159		Silk, raw, merchant wholesalers

Otras categorías incluidas: Mayoristas de lana cruda, Mayoristas de cabellos animales, Mayoristas de sub-productos de aves, Mayoristas de Algodon crudo, Mayoristas de Plumas de aves, entre otros

3. INDICADORES DE LA INDUSTRIA DE LA SEDA EN USA Y COMERCIO EN OTROS MERCADOS IMPORTANTES

EL COMERCIO DE LA SEDA EN EL MUNDO

La seda es un producto de muy alta calidad y precio, se calcula que el precio en crudo de la seda es 20 veces mayor al del algodón en crudo en los mercados internacionales; así mismo, se calcula que ocupa tan solo el 0.2% del comercio mundial. En China la Corporación de Importación y Exportación de la Seda revela datos que se operación es de US\$ 2.000 a 2.500 millones de dólares por año.

El comercio de la seda como material para elaborar prendas de vestir es milenario, es el caso actual de India, donde se dice que la producción interna no alcanza muchas veces la producción interna, actualmente este país es el mayor importador de seda en el mundo y el segundo productor en el mundo. El mismo fenómeno que sucede en India, tiende a proyectarse en la China y en Vietnam, debido a que se encuentran productos de muy bajos precios.

Italia y Francia – Importadores de seda cruda. Procesadores de alta calidad

Italia tradicionalmente ha sido el importador de seda cruda y exportador de prendas de vestir de Europa. En 1.997 Italia importó 3.200 toneladas de seda cruda y 700 toneladas de hilo de seda, principalmente de china; además, 300 toneladas de blusas – 80% de China. Actualmente, la importación de prendas de seda ha venido descendiendo drásticamente. Son especialistas en terminados, teñidos y estampado de telas. Un producto muy apetecido por el mercado mundial, son las bufandas en seda , que ocupan cerca del 15% del total exportaciones italianas de productos en seda, al igual que los corbatines.

Francia, es también considerado como un país con gran conocimiento en procesos de la seda. Por años, la región de Lyon ha producido telas en seda natural de calidad mundial. Se estima que el consumo francés de telas de seda se dedica a la producción de prendas de vestir; complementariamente a telas para tapizar muebles , forrar paredes y cubrelechos, entre otros. Francia exporta telas en seda de máxima calidad, cuyo precio se estima en US\$ 30 por metro cuadrado.

Alemania Es el mayor Mercado de Europa, cuidadosos con la calidad y receptivos para el Mercado Ecológico

Es de lejos el mayor Mercado en consumo de productos de seda en Europa. Los alemanes sienten especial atracción por las fibras naturales, utilizadas en prendas de vestir, accesorios y productos para la decoración. Las prendas de vestir las importan principalmente de China, Tailandia e India. A Tailandia se le reconce buen éxito en la elaboración de telas para tapicería de muebles. El cliente alemán aprecia la calidad y los terminados, así mismo está preparado para pagar precios por encima del promedio.

Japón País con el más alto consumo de seda

Tradicionalmente, Japón ha sido un país muy importante en el consumo de seda, su producción local ha bajado drásticamente de 20.000 en los años 70 a 2.000 toneladas actualmente. Se abastece por medio de la importación de productos en seda, especialmente de China. Los Kimonos absorben actualmente el 50% del consumo nacional (90% en los años 70's). Los japoneses no son muy asiduos en decorar sus hogares con productos en seda.

Estados Unidos: Telas fáciles de cuidar

El mercado americano es el mas importante del mundo actualmente, incluyendo prendas de vestir, decoración de interiores y accesorios. No cuentan con infraestructura de procesamiento de telas. En 1.997 las importaciones de productos en seda alcanzó los US\$ 2.000 millones, de los cuales el 10% se utilizó para tapicería de muebles. A diferencia de la cultura europea, los americanos no tienen tradición en la utilización de productos en seda. Estados Unidos es pionero en la importación de telas en seda tejidas, inicialmente vestuario térmico y actualmente camisas muy elegantes, camisas en forma de camisetas o buzos con cuello, entre otros. La cultura americana hace que los productos requieran de poco cuidado personal, por lo cual han complementado la seda con otras fibras y está desarrollada tecnología para la producción de telas de seda de alta resistencia.

Hablando particularmente de las telas en fibras naturales, la fabricación nacional cae vehementemente, como se puede apreciar en las siguientes tablas:

313210 Fábricas de Telas extensas o por rollos

NAICS 313210

(Miles de Empleados / MM US\$)

AÑO	Empleos Industria	Empleos Producción	Empleos NO Prod	Inversiones Capital
1997	133	116	17	895
1998	130	114	16	836
1999	121	105	16	753
2000	114	98.8	15,2	500
2001	95.9	82.9	13	437
	-28%	-29%	-24%	-51%

- Se aprecia como todos los indicadores caen en proporción como mínimo en un 24%; tales como: el empleo (De la industria 28% , Producción 29% y no producción (Administración y Comercial) en un 24% y la inversión de capital decrece en US\$ 458 millones (51%) en el período 1997 – 2.001.

- Cuando el empleo baja 1 de cada 3 empleados, quiere decir que la industria de telas por rollos está decreciendo, debido a las importaciones de bienes manufacturados.

313111 Fábricas de Hilados o Hilanderías

SITUACION DE LA INDUSTRIA

NAICS 313111

(Miles de Empleados / MM US\$)

AÑO	Empleos Industria	Empleos Producción	Empleos NO Prod	Inversiones Capital
1997	58.4	52.7	5,7	432
1998	57.2	51.5	5,7	341
1999	51.8	46.4	5,4	344
2000	48.3	43.8	4,5	323
2001	41.2	37.5	3,7	278
Comportamiento	-29,5%	-28,8%	-35,1%	-35,6%

- Se aprecia como todos los indicadores caen en proporción como mínimo en un 29%; tales como: el empleo (De la industria 30% , Producción 29% y no producción (Administración y Comercial) en un 35% y la inversión de capital decrece en US\$ 154 millones (35.6%) en el período 1997 – 2.001.
- Cuando el empleo baja 1 de cada 3 empleados para el área Administrativa y Comercial, quiere decir que la industria de fabricación de hilos, debido a las importaciones de bienes manufacturados

313112 Fábricas de hilos Texturizados, de varios cabos y sencillos

NAICS 313112

(Miles de Empleados / MM US\$)

AÑO	Empleos Industria	Empleos Producción	Empleos NO Prod	Inversiones Capital
1997	20.3	18.0	1,6	86,3
1998	18.8	16.7	2,1	154
1999	20.2	18.1	2,1	118
2000	20.8	18.7	2,1	107
2001	20.1	18.0	2,1	102
	-1,0%	0,0%	31,3%	18,2%

- Está industria , muestra índices de total estabilidad en el empleo generado en la industria y en la producción 1.997 –2.002, se puede concluir que con el mismo número de empleados lograron mantenerse.
- La inversión en capital, maquinaria y tecnología fue importante (18.2%), se presume que se modernizaron en la producción de hilos mas elaborados y con un costo de producción mas bajo, para poder competir contra los países de Oriente, España y algunos del continente americano, principalmente de Brasil, donde se tiene la mayor infraestructura productiva de confecciones y sus proveedores.
- Al un producto mas elaborado, la tendencia de producción del país tiene dos alternativas: (a) El mercado de producción local se orienta a productos de mas alto costo. (b) Estos hilos especializados tienen otros tipos de utilizaciones que se dirigen a otro tipo de industrias.

313113 Fábricas de Costura, tejido a mano, Crochet, etc.

NAICS 313113

(Miles de Empleados / MM US\$)

AÑO	Empleos Industria	Empleos Producción	Empleos NO Prod	Inversiones Capital
1997	3.6	3.2	0,4	18.7
1998	4.0	3.5	0,5	16.0
1999	2.9	2.5	0,4	10.8
2000	3.1	2.7	0,4	8.9
2001	2.5	2.2	0,3	3.3
	-31%	-31%	-25%	-82%

- Podemos apreciar la caída de la industria de los procesos manuales, debido a los altos costos de mano de obra comparativos con países de Asia, donde las diferencias dejan a la industria americana sin competitividad alguna, como también sucede, pero en menor grado, si lo comparamos con los países de América Latina.

- El decrecimiento de la industria americana de la confección en un período de 4 años (97 -01), muestra como reducen el número de empleados en la industria en 31%, gracias a las importaciones con precios mas competitivos. En cuanto a los empleos que decrecen a razón de 1 de cada 4 personas, es debido a la comercialización que se hace por canales de venta masivos, que requieren de menor número de personas, tales como Internet, Ventas por Televisión o Call Centres.

313111 Fábricas de Hilados o Hilanderías

Yarn Spinning Mills NAICS 313111 (Millones de US\$)

AÑO	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente	Variación	Mercado Total
1997	8143	547	358	8.332		9.048
1998	8132	597	347	8.382	1%	9.076
1999	7909	668	372	8.205	-2%	8.949
2000	7169	760	415	7.514	-8%	8.344
2001	6583	658	409	6.832	-9%	7.650
2002	N.D.	620	423	N.D.	N.D.	N.D.
Porcentaje Categoría						
1997	90,0%	6,0%	4,0%	92,1%		
1998	89,6%	6,6%	3,8%	92,4%		
1999	88,4%	7,5%	4,2%	91,7%		
2000	85,9%	9,1%	5,0%	90,1%		
2001	86,1%	8,6%	5,3%	89,3%		
2002	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.		
Promedio	7587,2	642	387	6.544		8.613
Variación 97 - 02	-1.560	111	51	-1.500		-1.398
	-19%	20%	14%	-18%		-15%

- El consumo aparente del mercado de las Hilanderías cae en el 18% (US\$ 1.500 millones), debido a que esta industria produce bienes intermedios o base de la industria de las confecciones de prendas de vestir. La industria es competitiva en un nicho(s) específicos, debido a que su volumen de exportaciones crece 14%, pero frente a una prenda elaborada, no lo es, debido al bajo valor del hilo frente al costo de una prenda fabricada. La industria de bajo valor agregado decrece en 3.9%; lo cual, repercute en un ascenso de las importaciones en 20% - 2.6% más del mercado aparente.

313113 Fábricas de Costura, tejido a mano, Crochet, etc.

313113
(Millones de US\$)

AÑO	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente	Variación	Mercado Total
1997	703	54	155	602		912
1998	726	51,6	201	576,6	-4,2%	978,6
1999	503	47,1	242	308,1	-46,6%	792,1
2000	544	45,3	315	274,3	-11,0%	904,3
2001	411	42,5	198	255,5	-6,9%	651,5
2002	N.D.	49,9	167	N.D.	N.D.	
Porcentaje Categoría						
1997	77%	5,9%	17,0%	66,0%		
1998	74%	5,3%	20,5%	58,9%		
1999	64%	5,9%	30,6%	38,9%		
2000	60%	5,0%	34,8%	30,3%		
2001	63%	6,5%	30,4%	39,2%		
2002	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.		
Promedio	577,4	48,4	213	336,1		706,4
Variación 97 - 02	-292	4,1	12	-346,5		-260,5
	-42%	8%	8%	-58%		-29%

- La producción nacional y las importaciones caen, por las razones de falta de competencia de la industria americana expresada en anteriores clasificaciones NAICS, EN 42% (US\$ 292 millones) y 8%, (US\$ 4.1) respectivamente.
- Se apreció un mercado aparente muy disminuido (- 58%), como también un mercado total (-29%).

313210 Fábricas de Telas extensas o por rollos

NAICS 313210

AÑO	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente	Variación	Mercado Total
1997	18.269	3.905	2.388	19.786		24562
1998	18.306	3.907	2.425	19.788	0,0%	24638
1999	16.655	3.659	2.683	17.631	-10,9%	22997
2000	15.562	3.896	3.315	16.143	-8,4%	22773
2001	13.295	3.338	3.237	13.396	-17,0%	19870
2002	N.D.	3.559	3.301	N.D.		
Porcentaje Categoría						
1997	74%	16%	10%	81%		
1998	74%	16%	10%	80%		
1999	72%	16%	12%	77%		
2000	68%	17%	15%	71%		
2001	67%	17%	16%	67%		
Promedio	16.417	3.741	2.810	17.349		
Variación 97 - 02	-4.974	-346	913	N.D.		-4.692
	-27%	-9%	38%			-19%

- La producción baja su volumen de producción en un 27% y las importaciones en un 9%, lo cual nos muestra un decrecimiento notorio en la confección nacional de prendas de vestir, mientras que las exportaciones suben un 38%, que ayuda a sostener en menor medida el mercado total, por la cuantía de sus ventas al exterior, comparada con la industria nacional. Las importaciones permanecen porcentualmente constantes su relación al mercado total.
- El mercado aparente cae una tercera parte (32.2%), debido a que esta industria alimenta la cadena de las confecciones, que día a día los estado-unidenses, importan de Asia – principalmente – debido a la competitividad.

CONSUMIDOR – USUARIO

En el análisis del consumidor en los Estados Unidos, el punto de partida es evaluar las generaciones existentes dentro de la población, pues cada una de ellas marca y / o influencia un estilo de vida, hábitos y gustos diferentes.

Las cuatro grandes generaciones son:



ECHO BOOMERS: menores de 26 años. Grupo que suma 72 millones de la población total de los Estados Unidos. Son hijos de la generación BABY BOOMERS.

Principales características:

- o Gran diversidad racial.
- o Sus madres en la mayoría de los casos trabajan fuera de casa.
- o Manejan alta literatura de computadores.
- o Manejo de Internet y aparatos digitales
- o Personas rebeldes, gracias a su situación familiar poco estable.
- o Enfocarán su vida laboral desde sus casas.




GENERACIÓN X

Grupo que suma cerca de 45 millones de la población total de los Estados Unidos.

Principales características:

- o Primer Grupo que experimenta las guarderías y los efectos del divorcio.
- o Crecieron con madres trabajadoras.
- o Visión más equilibrada sobre el papel de cada sexo.
- o Revolución sexual.
- o Reaccionan fuertemente a las influencias.
- o Retrazan el matrimonio y sus carreras.
- o Aceptan la diversidad de culturas.
- o Valoran la calidad de vida personal sobre el trabajo.
- o Han crecido en entornos económicos recesivos, que han hecho que sean más conscientes del gasto.

**GENENACION
BABY BOOMERS
1946 - 1964**



BABY BOOMERS:

Grupo que suma cerca de 78 millones de la población total de los Estados Unidos.

Principales características:

- Los valores de este grupo fueron influenciados por el movimiento cultural de la guerra de Vietnam y el materialismo.
- El comportamiento de los Baby Boomers es frecuentemente difícil de predecir.
- Creativos e independientes.
- Diferentes subgrupos dentro de esta generación.
- Un mercado rico.
- Hoy este grupo representa cerca del 30% de la población pero representa más de la mitad de todo el ingreso personal.
- Buen nivel educativo.
- Capacidad de movilización laboral.

**GENENACION
SENIORS**



GENERACIÓN SENIORS: Población sobre los 65 años.

Representan un 18% de la Población de Los Estados Unidos.

Principales características:

- Poderosa fuerza económica.
- Similares tendencias en la mayoría de naciones.
- Su nivel de ingreso y el índice de propiedad de vivienda es el más alto dentro de todos los grupos.
- Las cabezas de hogar sobre los 55 años controlan las $\frac{3}{4}$ parte de los bienes financieros de los Estados Unidos.

TENDENCIAS POR GENERACION.

GENERACIÓN BABY BOOMERS:

Este grupo comprende a las personas nacidas entre 1946 y 1964. Dependiendo si se está al inicio o al final de la generación su comportamiento puede diferir.

Inicialmente este grupo tenía prendas y accesorios un poco más sofisticados; sin embargo, se ha dado un cambio importante que los ha llevado a crear un **estilo de vida casual** que ha trascendido en una **nueva generación de artículos de uso personal**.

Hoy en día más Baby Boomers están volcando su atención a sí mismos, a su pareja y su familia, por esta razón hacen un mayor énfasis en lograr un mayores vínculos como pareja, en satisfacer su propio ego, poder demostrar en que actividad su desempeñan o a que tipo de organización pertenecen, prendas mas cómodas, diferentes materiales, piedras preciosas o semi preciosas y distintos accesorios a los tradicionales, piedras raras y accesorios poco comunes, los diseños son mas simples y como los llaman los técnicos "mas limpios"; es decir menos trazos y mas delgados los que se dan, van de acuerdo al contorno de su cuerpo y resaltan colores que representen su personalidad.

Los Baby Boomers buscan un estilo de vida mas funcional y casual que se adapten a su estilo de vida. Boomer Casual es la categoría de joyas, prendas de vestir y accesorios que responde a las necesidades de esta generación y sus tendencias, se orienta a un estilo sencillo. Un estilo que se caracteriza por:

- ☛ Diseños sencillos.
- ☛ Materiales naturales.
- ☛ Alta funcionalidad y versatilidad en la manera de vestir y de lucir.

Las joyas y prendas de vestir son cambiadas con mayor facilidad que anteriormente, compran por ocasión, moda y para que tengan una duración media; guardan sus prendas y joyas por períodos de 2 a 3 años normalmente, entre mas alto sea el estrato menor es el período que permanecen sus compras. El consumidor alto compra mas jalonado por la moda, mientras que el consumidor medio quiere que sus compras duren para unos años. En joyería el componente afectivo y de filiación juega un papel importante, donde así no se usen con regularidad, se guardan como recuerdo y para ocasiones especiales. La apariencia personal cada día es mas valorada, por lo tanto, existe una mayor rotación de los productos comprados por el ingrediente de moda y menor inversión en el momento de la compra, aunque la tendencia general es comprar y gastar mas veces al año en la novedad en función de los cambios en los estilos de vida y tendencias personales.

GENERACIÓN X

La generación X es un grupo mucho más pequeño que el de los Baby Boom. Ellos se encuentran en el inicio de su ciclo de vida de compra de prendas de vestir, joyas y accesorios de mayor costo beneficio, son jóvenes parejas sin hijos y con hijos que están en el proceso de compra de su primera casa o familias pequeñas recientemente conformadas.

Este es un momento propicio, para que las diferentes compañías fabricantes y comercializadoras de prendas de vestir, joyería y accesorios, establezcan vínculos sólidos con esta generación, lo cual les representará grandes beneficios en el futuro.

GENERACIÓN ECHO BOOMERS

- Las primeras decisiones de compra, del grupo de mayores de esta generación son: su primer auto, su primera casa, primer vestido formal, sus primeros muebles, joyas y su primer PC.
- Este grupo quiere ser tratado como adulto y tomar sus propias decisiones. Es un grupo consumista por naturaleza de bienes duraderos. Una vez graduados de la Universidad van a querer comprar su propia casa y equiparla.
- El tamaño de lo que se ponen a la hora de vestirse o a la hora de lucir atractivo, deben ser prendas de poco cuidado personal, donde no les toque invertir mucho tiempo en su mantenimiento o cuidados especiales, es de tamaño reducido y ajustado al cuerpo. No les gustan, es mas rechazan, los estilos tradicionales y de ancestro, prefieren indentificarse con lo propio de su edad.
- En el corto plazo, tener en cuenta a los grupos de emigrantes dentro de las tendencias de diseño es importante, pero a mediano y largo este aspecto puede perder relevancia, dadas las políticas de cerrar las puertas a emigrantes extranjeros.

Características comunes para los grupos de compradores jóvenes:

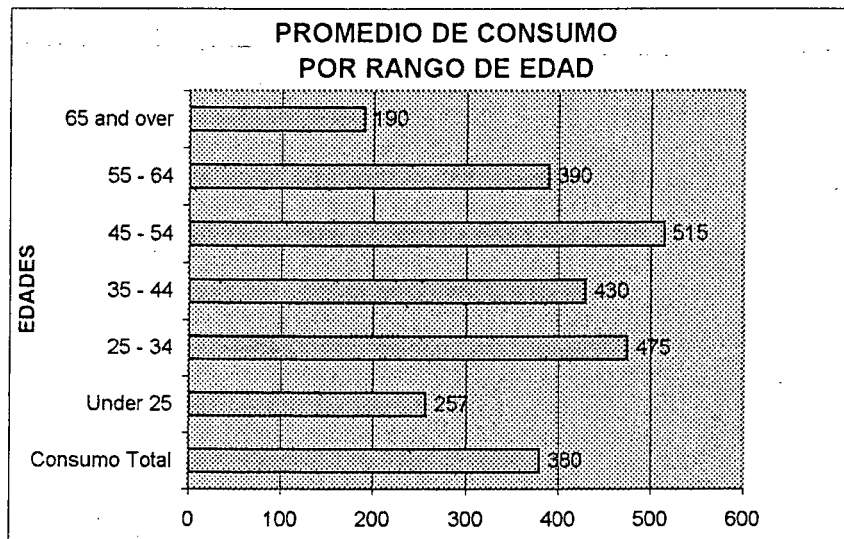
- Estas generaciones no quieren el mismo estilo de joyas o prendas que sus padres tuvieron. Quieren mas comodidad y mas moda, son descomplicados. Visualizan las compras de joyas muy finas a mas largo plazo, debido a la inversión del dinero que están haciendo en productos mas básicos para vivir.
- Ahora se busca cambiar joyas y prendas de vestir, permanentemente en función de las tendencias de la moda. No se piensa en estos como un elemento que permanecerá toda la vida.

- Se buscan colecciones de joyas y prendas complementarias que reflejen un estilo particular, que reflejen la personalidad, estilo de vida, actitudes e intereses del grupo comprador.
- Muchos de los compradores, buscan piezas individuales que ellos puedan combinar con elementos que ya tienen, y que les ayudan a personalizar su estilo de vida; esto les genera gratificación y les seguridad a si mismos por considerarse innovadores.
- En la medida en que se pase más tiempo la persona buscará mayor confort y funcionalidad.

CONSUMO PER CAPITA

Se cuenta con información del valor del gasto por rango de edades para 1999. y se proyecta para el 2002.

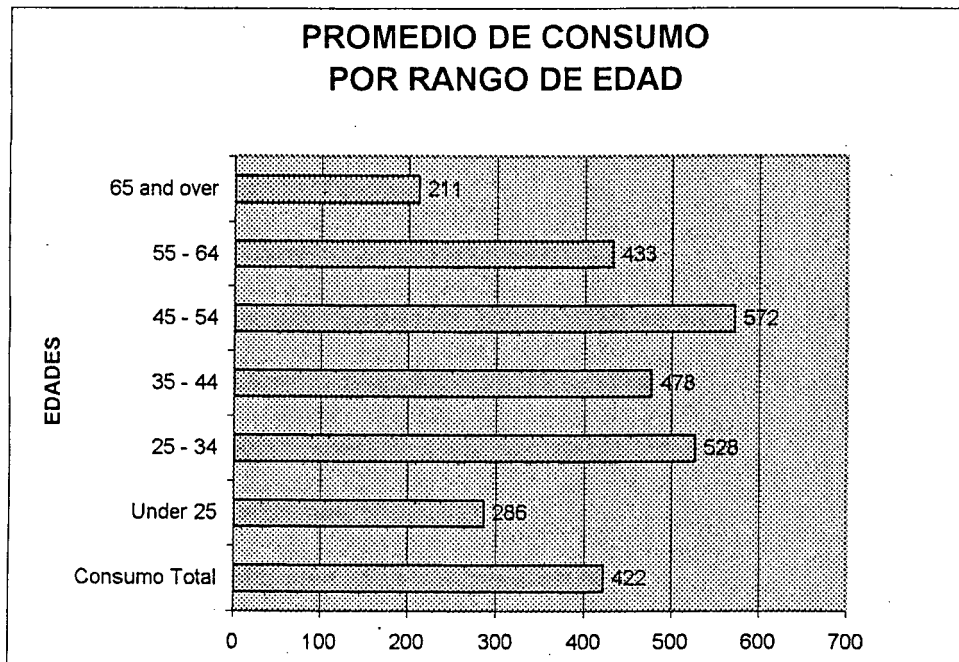
Promedio de gasto 1999



Datos tomados del Censo. Bureau of Labor Statistics

Promedio de gasto proyectado 2002

Tomando como base el nivel de gasto para 1999 y el porcentaje de crecimiento de la Industria para el periodo comprendido entre 1999 y el 2002 se calcula este valor del gasto.



HABITOS DE COMPRA

Existen temporadas particulares en donde las compras se incrementan:

- ☉ Navidad.
- ☉ San Valentín.
- ☉ Mes de la madre.
- ☉ Mes del padre.
- ☉ Celebraciones especiales: Fiestas, Grados, compromisos especiales, aniversarios, Nacimientos, etc.

CAPITULO MARGENES DE COMERCIALIZACION

Los márgenes en los canales de distribución, está dirigido a lo que cobran porcentualmente las personas y empresas que trabajan con los productos de la seda.

Lo que se concluye es que en Estados Unidos los sobre precios a los productos importados, en cualquiera de los eslabones de la cadena, son impresionantemente altos, es por ello, que si comparamos el precio en los puntos de venta o tiendas al consumidor con lo los precios a los que se les vende la mercancía para exportación – base CIF o puesto en el puerto de destino, son de 3.5 –5 veces el valor vendido. Además, los costos de intermediación – Transportes, Servicios de Aduana, costos de administración y ventas, etc. – son extremadamente elevados si los comparamos con los costos que se pagan en Colombia.

Esta información se ha desarrollado por medio de entrevistas telefónicas donde por un método de comparación llegamos a los datos encontrados a continuación.

1. Grandes Mayoristas
 - 35- 50% del valor de compra
2. Distribuidores por áreas de Estados:
 - 50% del valor de compra
3. Comerciantes o Traders independientes:
 - 100- 150% del valor de compra
4. Alianzas Estratégicas con empresas que surtan productos complementarios
 - 35- 50% del valor de compra
5. Cadenas de Boutiques especializadas:
 - 200- 250% del valor de compra
6. Tiendas por departamento:
 - Alta calidad, como: Saks, JC Penney o Sears, Saks y Neiman Marcus:
50- 75% del valor de compra
 - Bajo Precio: Walmart, Kmart, Target y Price Costco.
25- 40% del valor de compra
7. Ventas por Catálogo:
 - Especializados en confecciones masculinas, femeninas y accesorios..
 - Misceláneos.

100- 150% del valor de compra

8. Ventas por Internet.

100- 200% del valor de compra

9. Ventas por Televisión.

100- 125% del valor de compra

CAPITULO DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES:

La importancia del presente capítulo radica en conocer el movimiento comercial de las categorías o tipos de telas en seda con diferentes especificaciones con los que se abastece la industria nacional americana; tanto, las materias primas de las fibras, como los productos terminados. Se podrá apreciar como el consumo del mercado es importante para un exportador colombiano; pensando en la capacidad de producción de nuestras empresas, bien sea para el mercado empresarial de fabricación como para el mercado de productos terminados dedicados a la comercialización.

Al final del capítulo, apreciaremos la capacidad exportadora de los Estados Unidos en productos hechos con fibras naturales – la seda ocupa una pequeña parte de estas por su alto costo, bien sea con los productos por ellos manufacturados con telas importadas, lo cual muestra nuevas oportunidades de mercado, como también los bienes terminados que serán sujetos a ser comercializados en el resto del mundo. Más aún, tenemos casos donde los americanos exportan a países de donde importan las fibras como es el caso de China, Taiwán e Italia.

Si se quisiera obtener el ejercicio de las importaciones por productos específicos, tales como prendas de vestir masculinas y femeninas, accesorios de vestuario, línea de viaje, productos para la tapicería de muebles, artículos de uso personal y prendas deportivas, entre otros, sería casi imposible determinar el valor aproximado de los artículos hechos en seda, debido a que las posiciones arancelarias no discriminan el tipo de material con detalle, de manera que se tendrían que hacer suposiciones o hipótesis demasiado al azar. Por otra parte, el alto costo del material y las pequeñas cantidades consumidas dentro del universo de producto contenidos en posiciones arancelarias generales, no hace posible que tengan números específicos de clasificación – a nivel de productos terminados.

A continuación, se mostrará el comportamiento de las telas en seda, con sus diferentes tipos de composiciones, debido a que esta información está disponible, la cual nos da una idea clara del tipo de material que el mercado americano consume, como son las telas con mas de 85% de contenido de seda y los jacquars o telas con un diseño hecho en los telares de fabricación.

**5007.10.3040: TELAS TEJIDAS EN SEDA O DESPERDICIO DE SEDA:
CONTENIDO NO MENOS DE 85% DE SEDA; MENOR A 127 CM DE
ANCHO**

	Dic-02		Año 2,002		Dic-02	Año 2002
	Cantidad M2	valor Lir (000)	Cantidad M2	valor Lir (000)	Valor por M2	Valor por M2
TOTAL						
MUNDO	46305	180	300.702	1.093	3,89	3,63
Belgica	0	0	59	1		
China	4611	12	116432	214	2,60	1,84
Rep.						
Alemania	0	0	206	7		33,98
Francia	77	3	231	13	38,96	56,28
Hong Kong	0	0	457	1		2,19
India	40375	146	150310	628	3,62	4,18
Italia	485	10	45910	85	20,62	1,85
Japon	0	0	11380	42		3,69
Korea del Sur	757	8	15780	98	10,57	6,21
España	0	0	165	2		12,12
Tailandia	0	0	941	1		1,06
United						
Kingdom						
Reino Unido	0	0	150	3		20,00
Totales	92.610	359	642.723	2.188	3,88	3,40

- Los principales suplidores del mercado americanos son la India y la China con US\$ 842.000 el año 2.002, nótese el valor por kilo es muy diferente, se debe a la calidad del material y a sus terminados.
- En referencia al valor por kilo, vemos como Alemania y Francia venden productos que son 18 y 30 veces mas costosos que los productos chinos e italianos, respectivamente.
- El caso mas importante lo presenta la India con altos volúmenes de exportación (29% del total categoría) y un precio 128% superior al de China o Italia.

**5007.10.3040: TELAS TEJIDAS EN SEDA O DESPERDICIO DE SEDA:
CONTENIDO NO MENOS DE 85 PORCIENTO DE SEDA; MAYOR A 127 CM
DE ANCHO**

	Dic-02		Año 2,002		Dic-02		Año 2002	
	Cantidad M2	Valor CIF (000)	Cantidad M2	Valor CIF (000)	Valor por M2	Valor por M2	Valor por M2	Valor por M2
TOTAL MUNDO	46305	180	300.702	1.093	3,89		3,63	
Belgica	0	0	59	1				
China	4611	12	116432	214	2,60		1,84	
Rep. Alemania	0	0	206	7			33,98	
Francia	77	3	231	13	38,96		56,28	
Hong Kong	0	0	457	1			2,19	
India	40375	146	150310	628	3,62		4,18	
Italia	485	10	45910	85	20,62		1,85	
Japon	0	0	11380	42			3,69	
Korea del Sur	757	8	15780	98	10,57		6,21	
España	0	0	165	2			12,12	
Tailandia	0	0	941	1			1,06	
United Kingdom								
Reino Unido	0	0	150	3			20,00	
Totales	92.610	359	642.723	1.095	3,88		1,70	

- Se destaca la labor hecha por India y China con el 77% de la categoría, en segundo lugar tenemos a Corea del Sur e Italia con un 17%, lo cual suma un 94% del total importaciones a USA de la categoría; siendo esta la mas importante de las categoría de telas de seda importadas a los Estados Unidos, representa un 40.14% del total de telas de seda importadas.
- El precio por kilo de los países europeos es excelente (Alemania US\$ 33.98 y Francia US\$ 56.28), comparado con España (US\$ 12.12), India US\$ (4.18) o China (US\$ 1.84). Por lo anterior, podemos apreciar como está estratificado el mercado con productos de calidades, utilizaciones y terminados diferentes.

CAPITULO DE COMPETENCIA:

El primer paso en el análisis de competencia, debemos revisar como se catalogan los productos en el mercado americano, de acuerdo a parámetros existentes para la Seda a nive mundial y aplicados para los Estados Unidos, los cuales son:

- ✓ Niveles de precio.
- ✓ Características de la fibra: Elongación y tamaño
- ✓ Combinación de Colores.
- ✓ Diseño: Unicolor o Jacquard: Diseño de alguna figura en varios colores en el mismo telar
- ✓ Bordados
- ✓ Terminados
- ✓ Maquinaria con la que se elabora la tela y/o la prenda.
- ✓ Condiciones comerciales y logísticas
- ✓ Posicionamiento País.

El mercado americano es suplido a nivel de importaciones por cerca de 20 países proveedores, de todos los continentes. Las mayores operaciones comerciales están a cargo de la India, China, hong kong, Francia e Italia, los cuales pueden llegar a surtir un 80% del mercado; mas tímidamente tenemos a Tailandia, España, Bélgica, Japón, Reino Unido y Suiza. Por último, se aglutinan países que están entrando al mercado de la seda en Norte América, como son Madagascar, Nigeria, Pakistán, Perú, Siria y Uruguay, entre otros.

Segmentos del Mercado:

La combinación de la competitividad de los productos va directamente relacionada con el segmento al cual estén atacando Vs el precio que se ofrece, de manera que un metro de tela puede ser competitivo para su segmento así cueste US\$ 50 kilo, como un producto de China no es competitivo sí se vende US\$ 18 kilo. Como está expresado en el capítulo de importaciones vemos como un kilo de China se importó en el 2.002 en promedio a US\$ 1.85 y para otro segmento totalmente diferente tenemos que de Francia vale US\$ 55 y de Alemania de US\$25 a US\$ 30.

Un ejercicio que se requiere hacer de todas maneras, para comprobar la competitividad de la seda colombiana – en cualquiera de sus presentaciones, es adquirir productos vendidos en los Estados Unidos, para ser analizados e identificar cuales son los que se parecen a las características de nuestros productos, en cuanto a calidades, capacidad técnica y niveles de producción.

En el mercado se pueden visualizar los siguientes segmentos, de acuerdo con su precio:

Alto:

- Alemania.
- Francia.
- España
- Inglaterra

Medio:

- India
- Uruguay
- Perú
- España
- Hong Kong
- Japón
- Pakistán
- China
- Siria

Bajo:

- China
- India

A continuación tienen disponible un listado de empresas competidoras internacionales, donde se puede apreciar en sus páginas de Internet, la competencia internacional a que Colombia se verá enfrentada, en el caso de hacer una penetración al mercado de los Estados Unidos, como siguen:

SEDA – COMPETENCIA INTERNACIONAL

• **Design Studio 'NAVI'**

Productos en seda pintados a mano: Prendas de vestir

URL: <http://www.angelfire.com/ar/navi/index.html>

Bulgaria

Contactar: Rosen Kolarov

E-Mail: navi_studio@angelfire.com

Fourplus Overseas

Tela, Tapicería para muebles, vestidos y prendas de vestir para todos los usos, carteras, etc. Artículos para el Hogar

URL: <http://www.fourpluseverseas.com>

Address: 376 A, IIIrd floor, Sant Nagar, East of Kailash,

New Delhi, Delhi 110065

INDIA

Phone: 00-91-11-6436631 Fax: 00-91-11-6436641

Contactar: Ravindra Nair

E-Mail: fourplus@vsnl.net

• **Fourplus Overseas**

Seda unicolor y pintada, Bordada, Jacquard, etc

URL: <http://www.fourplusoverseas.com>

Address: 376 A, IIIrd floor, Sant Nagar, East of Kailash,

New Delhi, delhi 110065

India

Phone: 6236817 Fax: 91116436641

Contactar: Mukesh Modi

E-Mail: fourplus@vsnl.net

• **Shin Tae Trading Company Ltd.**

Seda satinada, Jacquard, Chiffon, etc. Muchas otras calidades de textiles.

URL: <http://www.shintae.com.hk>

Address: 304 Haiphong Mansion, 53-55 Haiphong Road,

Tsim Sha Tsui, Hong Kong,

China

Phone: 011-852-2312-1967 Fax: 011-852-2312-1955

Contactar: Steward Lau

E-Mail: t_yang@ctimail3.com

PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES CHINOS IMPORTANTES

1. Wujiang Jinlong Air Jet Fabric Co., Ltd.
<http://www.jinlongtex.com>
2. Wujiang Hongsen Spun silk Co., Ltd.
<http://wjhs.texnet.com.cn>
3. Wujiang Shenli Weaving Co., Ltd.
<http://www.shenlicn.com>
4. Wujiang No. 2 silk Scouring Dyeing Company
<http://www.yashidye.com>
5. Wujiang silk Printing Factory
<http://www.wjsilk.com/>

CAPITULO DE COMPETENCIA:

El primer paso en el análisis de competencia, debemos revisar como se catalogan los productos en el mercado americano, de acuerdo a parámetros existentes para la Seda a nive mundial y aplicados para los Estados Unidos, los cuales son:

- ✓ Niveles de precio.
- ✓ Características de la fibra: Elongación y tamaño
- ✓ Combinación de Colores.
- ✓ Diseño: Unicolor o Jacquard: Diseño de alguna figura en varios colores en el mismo telar
- ✓ Bordados
- ✓ Terminados
- ✓ Maquinaria con la que se elabora la tela y/o la prenda.
- ✓ Condiciones comerciales y logísticas
- ✓ Posicionamiento País.

El mercado americano es suplido a nivel de importaciones por cerca de 20 países proveedores, de todos los continentes. Las mayores operaciones comerciales están a cargo de la India, China, hong kong, Francia e Italia, los cuales pueden llegar a surtir un 80% del mercado; mas tímidamente tenemos a Tailandia, España, Bélgica, Japón, Reino Unido y Suiza. Por último, se aglutinan países que están entrando al mercado de la seda en Norte América, como son Madagascar, Nigeria, Pakistán, Perú, Siria y Uruguay, entre otros.

Segmentos del Mercado:

La combinación de la competitividad de los productos va directamente relacionada con el segmento al cual estén atacando Vs el precio que se ofrece, de manera que un metro de tela puede ser competitivo para su segmento así cueste US\$ 50 kilo, como un producto de China no es competitivo sí se vende US\$ 18 kilo. Como está expresado en el capítulo de importaciones vemos como un kilo de China se importó en el 2.002 en promedio a US\$ 1.85 y para otro segmento totalmente diferente tenemos que de Francia vale US\$ 55 y de Alemania de US\$25 a US\$ 30.

Un ejercicio que se requiere hacer de todas maneras, para comprobar la competitividad de la seda colombiana – en cualquiera de sus presentaciones, es adquirir productos vendidos en los Estados Unidos, para ser analizados e identificar cuales son los que se parecen a las características de nuestros productos, en cuanto a calidades, capacidad técnica y niveles de producción.

En el mercado se pueden visualizar los siguientes segmentos, de acuerdo con su precio:

Alto:

- Alemania.
- Francia.
- España
- Inglaterra

Medio:

- India
- Uruguay
- Perú
- España
- Hong Kong
- Japón
- Pakistán
- China
- Siria

Bajo:

- China
- India

5007.10.3090: TELAS TEJIDAS EN SEDA O DESPERDICIO DE SEDA, EN TEJIDO JACQUARD: CONTENIDO MENOS DE 85 PORCIENTO DE SEDA

	Diciembre 2002		Año 2002		PRICE PER SQUARE Mt US\$	PRICE PER SQUARE Mt US\$
	Cantidad M2	Valor CIF (000)	Cantidad M2	Valor CIF (000)		
TOTAL MUNDO	122.785	91	287.317	1.029,00	0,74	3,58
Belgium	0	0	29	0,00		0,00
Canada	0	0	7	0,00		0,00
China	1.626	7	22.682	125,00	4,31	5,51
Federal Rep. of Germany	44	0	82	2,00	0,00	24,39
France	96	10	1.062	59,00	104,17	55,56
Hong Kong	0	0	1.381	8,00		5,79
India	673	30	73.995	495,00	44,58	6,69
Italy	113.792	35	181.424	223,00	0,31	1,23
Japan	292	2	292	2,00	6,85	6,85
Korea, South	9	0	2.374	21,00	0,00	8,85
Madagascar	0	0	2	0,00		0,00
Nigeria	0	0	121	0,00		0,00
Pakistan	0	0	175	1,00		5,71
Spain	0	0	327	6,00		18,35
Switzerland	24	2	130	5,00	83,33	38,46
Syria	0	0	544	5,00		9,19
Thailand	143	2	680	10,00	13,99	14,71
United Kingdom	29	2	205	64,00	68,97	312,20
	239.513	181	572.829	2.055,00		

- Se denota una categoría de competencia masiva en el mercado de telas en seda, donde tenemos 18 países que vendieron en los Estados Unidos el año 2.002. Se destacan India, Italia y la China con un 82% del total vendido.
- Gracias a su precio por kilo, se nota que es una categoría de venta masiva dentro de las telas hechas en seda.
- Del total de categorías, ésta vendió un 38% de las exportaciones de telas en seda.

5007.10.6020 TELAS TEJIDAS EN SEDA O DESPERDICIO DE SEDA, CON HILOS TODOS DEL MISMO COLOR, SUJETADO POR UNA BASE DE ALGODON RESISTENTE Y DE FIBRAS NATURALES HECHAS MANUALMENTE

	Diciembre 2002		Año 2002		PRICE PER SQUARE Mt US\$	PRICE PER SQUARE Mt US\$
	Cantidad M2	Valor CIF (000)	Cantidad M2	Valor CIF (000)		
TOTAL MUNDO	327	5	797	14	15,29	17,57
Alemania	0	0	338	4		11,83
Francia	255	4	255	4	15,69	15,69
Italia	72	1	188	5	13,89	26,60
Inglaterra	0	0	16	1		62,50
	327	5	797	14		

- Esta categoría está especializada en productos de origen europeo, que tienen características de llegar a un canal de comercialización exclusivo y poco masivo para este tipo de productos.

5007.10.6010 TELAS TEJIDAS EN SEDA O DESPERDICIO DE SEDA, CON HILOS DE DIFERENTES COLORES, SUJETADO POR UNA BASE DE ALGODON RESISTENTE Y DE FIBRAS NATURALES HECHAS MANUALMENTE

	Diciembre 2002		Año 2002		PRICE PER SQUARE M1 US\$	PRICE PER SQUARE M1 US\$
	Cantidad M2	Valor CIF (000)	Cantidad M2	Valor CIF (000)		
TOTAL MUNDO	0	0	101	3		29,70
India	0	0	31	0		0,00
Italy	0	0	70	3		42,86
		0	0	101	3	

- Es una categoría de muy bajas importaciones, donde sus jugadores son India e Italia.

5007.10.6030 TELAS TEJIDAS EN SEDA O DESPERDICIO DE SEDA, SUJETADO POR UNA BASE DE ALGODON RESISTENTE, LANA Y DE FIBRAS NATURALES HECHAS MANUALMENTE, CON MAS DE UN 85% DE CONTENIDO DE SEDA

	Diciembre 2002		Año 2002		PRICE PER SQUARE Mt US\$	PRICE PER SQUARE Mt US\$
	Cantidad M2	Valor CIF (000)	Cantidad M2	Valor CIF (000)		
TOTAL						
MUNDO	220	4	4876	67	18,18	13,74
China	0	0	305	1		3,28
India	0	0	91	3		32,97
Italia	160	4	1705	39	25,00	22,87
Japon	0	0	352	3		8,52
Peru	60	0	909	10	0,00	11,00
Inglaterra	0	0	68	2		29,41
Uruguay	0	0	1446	9		6,22
	220	8	9.752	134		

- Es importante resaltar el bajo volumen de la India, donde se demuestra que no son competitivos y/o especializados en este tipo de productos, mientras que Italia maneja esta categoría con 58.2%. Nótese que dos países sur americanos vendieron US\$ 19.000, donde Colombia puede llegar a tener cabida.

5007.10.6090 TELAS TEJIDAS EN SEDA O DESPERDICIO DE SEDA, SUJETADO POR UNA BASE DE ALGODON RESISTENTE, LANA Y DE FIBRAS NATURALES HECHAS MANUALMENTE, CON MENOS DE UN 85% DE CONTENIDO DE SEDA

	Diciembre 2002		Año 2002		PRICE PER SQUARE Mt US\$	PRICE PER SQUARE Mt US\$
	Cantidad M2	Valor CIF (000)	Cantidad M2	Valor CIF (000)		
TOTAL MUNDO	1101	15	7534	114	13,62	15,13
China	0	0	979	5		5,11
Alemania	0	0	184	4		21,74
Francia	0	0	286	12		41,96
India	1101	15	4515	49	13,62	10,85
Italia	0	0	987	21		21,28
Suiza	0	0	57	4		70,18
Inglaterra	0	0	526	19		36,12
	0	0	526	19		36,12
	1.101	30	7.534	228		

- Son importaciones donde predomina la labor comercial de India – en kilos, pero el resto de los exportadores a los Estados Unidos tienen cantidades que están en el mismo rango, a excepción de Suiza.
- Se aprecia en el precio por kilo que el mismo producto va dirigido a mercados objetivos muy diferentes, comparando a la China que vende US\$ 5.15 por kilo contra Francia US\$ 41.96 o el Reino Unido a US\$ 36.12.

IMPORTACIONES DE PRODUCTOS EN SEDA USA.
 POR PAIS DE ORIGEN
 ENERO - DICIEMBRE 2,002

	103020	103040	103090	106010	106020	106030	106090	Total País	%
Alemania		7	2		14		4	27	0,99%
Belgica		1	0					1	0,04%
Canada	1		0					1	0,04%
China	36	214	125			1	5	381	13,97%
España		2	6					8	0,29%
Francia		13	59		4		12	88	3,23%
Hong Kong		1	8					9	0,33%
India	71	628	495	3		3	49	1.249	45,78%
Italia	271	85	223	0	4	39	21	643	23,57%
Japon		42	2			3		47	1,72%
Korea Sur		98	21					119	4,36%
Madagascar			0					0	0,00%
Nigeria			0					0	0,00%
Pakistan			1					1	0,04%
Peru						10		10	0,37%
Reino Unido	5	3	64		5	2	19	98	3,59%
Siria			5					5	0,18%
Sulza			5				4	9	0,33%
Tailandia	12	1						13	0,48%
Uruguay			10			9		19	0,70%
Total Pdto	396	1.095	1.026	3	27	67	114	2.728	100%
%	14,52%	40,14%	37,61%	0,11%	0,99%	2,46%	4,18%		
Part Ppales									94,50%

- El Comercio de las telas tejidas en Seda por la India, Italia y China (83.32%), seguido por Korea del Sur, Reino Unido y Francia (11.18%), que suman un 95% del total importaciones en el 2.002. Nótese la participación de Perú y Uruguay, donde Colombia tiene oportunidad.
- Las categorías 103040 (40.14%) y 103090 (37.61%) alcanzan el 78% de participación del total categorías. Son telas tejidas en seda con un porcentaje de seda no menor al 85% y las telas de seda con Jacquard.

EXPORTACIONES DE USA HACIA EL MUNDO

PRODUCTOS EN FIBRAS NATURALES

(US\$ 000 / Acualizado a SEP.2003)

PAIS	1999	2000	2001	2002	Participación %
MUNDO	72.085	79.319	61.972	73.369	
REP. DOMINICANA	3.462	6.884	8.182	15.136	20,6%
CANADA	11.878	14.228	11.682	12.089	16,5%
CHINA	688	2.553	3.066	1.685	2,3%
MEXICO	17.597	13.027	7.429	3.301	4,5%
HONG KONG	1.406	1.757	2.461	6.243	8,5%
JAMAICA	480	682	167	3.071	4,2%
GUATMALA	730	325	691	2.568	3,5%
CHINA TAIWAN	734	4.393	2.856	2.675	3,6%
INGLATERRA	1.910	3.452	3.060	1.805	2,5%
BELGICA / LUX	2.407	5.202	3.875	2.922	4,0%
INDIA	140	84	557	3.168	4,3%
EMIRATOS ARABE	254	222	352	1.022	1,4%
ITALIA	766	799	816	1.156	1,6%
FRANCIA	614	1.040	633	600	0,8%
HOLANDA	3.545	938	1.753	1.147	1,6%
OTROS	25.474	23.733	14.392	14.781	20,1%
TOTAL	146.169	160.638	125.945	148.740	100,0%

Source: Foreign Trade Division, U.S. Census Bureau. Presented by: Office of Trade and Economic Analysis (OTEA), International Trade Administration, U.S. Department of Commerce.



CAPITULO: CADENAS DE COMERCIALIZACION

Los canales de distribución o como llega su producto a manos del consumidor final, está dirigido por medio de varios tipos de empresas y / o personas naturales que compran y venden estos productos; los mas importantes se agrupan en los siguientes tipos de negocios de venta de artículos de seda:

1. Grandes Mayoristas
 - Localizados normalmente en los grandes Centros de consumo de confecciones y estados con economías líderes dentro de los Estados Unidos: California, Nueva York, Florida, Illinois y Texas.
2. Distribuidores por áreas de Estados:
 - Cadenas Regionales o de presentes en varios estados. Localizados en diferentes áreas geográficas, normalmente estos distribuidores cubre de 2 a 5 estados, dependiendo de su longitud y tamaño de mercado
3. Comerciantes o Traders independientes: Comerciantes que hacen negocios puntuales y representan a varios clientes.
4. Alianzas Estratégicas con empresas que surtan productos complementarios
5. Cadenas de Boutiques especializadas:
6. Tiendas por departamento:
 - Alta calidad, como: Saks, JC Penney o Sears, Saks y Neiman Marcus
 - Bajo Precio: Walmart, Kmart, Target y Price Costco.
7. Ventas por Catálogo:
 - Especializados en confecciones masculinas, femeninas y accesorios..
 - Misceláneos.
8. Ventas por Internet.
9. Ventas por Televisión.

ANÁLISIS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Uno de los aspectos que han contribuido al crecimiento del mercado del consumo en productos de seda es la mayor disponibilidad de este tipo de artículos en el comercio al detal. Unido al concepto anterior, la influencia que ha tenido el mundo occidental de los países de oriente en los pasados 30 años, donde se ha incrementado el intercambio de productos finos como es el caso de la seda y, gracias a sus excelentes características de suavidad y finura, es un producto aceptado por la mayoría de consumidores a nivel mundial

De acuerdo con un artículo del periódico New York Times (Sept 14 del 2.001), la seda en general se ha convertido en un lujo al alcance del bolsillo de muchos hombres y mujeres que gustan de estar siempre a la moda, así como uno de los regalos favoritos en todos los rangos de precios.

Los almacenes de cadena — para estratos medios y bajos- y los boutiques o tiendas especializadas en la mujer, representan los canales de ventas al detal más importantes para estos artículos en los Estados Unidos, con cerca del 70% del total del mercado.

Los canales de comercialización donde existe una atención personalizada son de mayor efecto a la hora de elegir los consumidores, puesto que el cliente prefiere siempre una asesoría personalizada en este tipo de artículos que todavía, cada vez en menor medida, como artículos de lujo. Para productos del bajo precio los consumidores prefieren hacer sus compras en tiendas por departamentos y almacenes de descuento. El grupo que más compra en almacenes de descuento es el conformado por consumidores jóvenes entre 18 y 34 años.

En este negocio de la Seda y sus sub-productos, en la última década, más y más vendedores al detal se han visto beneficiados por tener artículos en seda de marcas o que tengan el nombre de diseñadores en sus stocks. Por ejemplo, Saks Fifth Avenue, Neiman Marcus y Nordstroms usan toda su capacidad de mercadeo para promover la los artículos de seda hechos por diseñadores a través de catálogos eventos en sus almacenes y excelente servicio al cliente. Si bien esta práctica no es común en las tiendas de cadena o tiendas convencionales tradicionales, la situación podría cambiar en el futuro. Lo anterior, se debe a que día a día el consumidor se da el lujo de preferir artículos de marca, con mejores precios y producidos en inmensos volúmenes; este es el valor agregado que tienen las empresas que logran entrar al mercado con marcas (de punto de venta, diseñadores o canal de comercialización) conocidas por la inmensa minoría.

A continuación se mostrará un listado de clientes internacionales completo, con páginas de internet, correos electrónicos, persona a contactar, para que el lector se sirva revisar las inmensas posibilidades que tiene en el mercado

americano, con productos en seda, con base en el tipo de confección, como sigue:

AGENTES COMERCIALES

• Matrix Apparel Marketing

We specialize in the Sales & Marketing of all categories of Junior Sportswear. Knits, Sweaters & Jeans to Chain Stores & Department Stores nationwide. We also cater to numerous major Private Label buyers throughout the country.

Address: 1407 Broadway Suite 1720,
New York, N.Y. 10018 Country: USA
Phone: 212-764-6500 Fax: 212-764-6698
Contact Name: Jeffrey Jurist
E-Mail: MatrixApparel@aol.com

OFICINAS DE COMPRA

• MARKS APPAREL & FABRICATION MANAFATURERS IN TEXTILE AND APPAREL

Address: 112-H,BLOCK-2,P.E.C.H.S,
KARACHI, 75400 Country: PAKISTAN
Phone: 92214554117 Fax: 92214542882
Contact Name: BILAL
E-Mail: bilal83@hotmail.com

• MARKS APPAREL & FABRICATION MANAFATURERS IN TEXTILE AND APPAREL

Address: 112-H,BLOCK-2,P.E.C.H.S,
KARACHI, 75400 Country: PAKISTAN
Phone: 92214554117 Fax: 92214542882
Contact Name: BILAL
E-Mail: bilal83@hotmail.com

• SKY INTERNATIONAL

ALL KINDS OF GRAMENT, FOR MENS ,
WOVEN , BOYS , GIRLS , INFANTS. ETC ETC.

Address: W/S-13, BLOCK # 7, F.B AREA,
KARACHI, SINDH 75950 Country: PAKISTAN
Phone: 9221-6311817 Fax: 9221-6376658
Contact Name: IMRAN
E-Mail: skyintl@super.net.pk

• Star Investment & Trading LLC

Mens, womens, and childrens apparel; Home Textiles;
Kitchen Textiles; Institutional Uniforms, Workwear;
woven or knit fabrics, laces, schiffli embroidered fabrics.
URL: <http://www.star-usa.com>

Address: 9909 West Roosevelt Road, Suite 204-A,
Westchester, IL 60154 Country: USA
Phone: 708-345-6234 Fax: 708-345-6498
Contact Name: Aamir Bandukda
E-Mail: starusa@att.net

Artesanías de Colombia

Centro de Documentación CENDAR

• **Tradex Pell Aencies (P) Limited**
LEATHER AND LEATHER PRODUCTS
URL: <http://www.tradexpell.com>
Address: 10/29, M.V.Badran Street, Periamet,
MADRAS, TN 600003 Country: INDIA
Phone: 91-44-5367240 Fax: 91-44-5367240
Contact Name: Aejaz
E-Mail: tradex@vsnl.com

AGENTES DE COMPRA INDEPENDIENTES

• **Matrix Apparel Marketing**
We represent all categories of Junior Sportswear, sweaters,
knit tops, dresses, related, and activewear.
Address: 1407 Broadway Suite 1720,
New York, New York 10018 Country: USA
Phone: 212-764-6500 Fax: 212-764-6698
Contact Name: Jeffrey Jurist
E-Mail: MatrixApparel@aol.com

• **Nutty Clothing Sales**
Fader, GoldenGirl, Hands Up, Mikeñ
Address: 1466 Broadway, Suite1100,
New York, NY 10036 Country: U S A
Phone: 212-354-9392 Fax: 212-354-9870
Contact Name: Jonathan Satin, Kim Boerner
E-Mail: nuttytodd@aol.com

• **BARI MILLS**
KNIT POLO SHIRT FOR S / S '2003
URL: <http://XXXXXX>
Address: D-107, TEXTILE AVENUE, S.I.T.E., KARACHI, SINDH 75700 Country:
PAKISTAN
Phone: 92212576171-72 Fax: 92212576637
Contact Name: SHAAHID MAHMUD E-Mail: mymybari@khi.compol.com &
bari@khi.compol.com

WEB DE COMPRADORES Y VENDEDORES POR INTERNET EN SEDA

Esta es la página de Internet mas importante para hacer negocios de seda en los Estados Unidos, allí los compradores y vendedores ponen sus ofertas públicas, para que productores o comerciantes de todo el mundo en Seda, hagan sus ofertas a través de la red. Los datos y ejemplos a continuación:

<http://silk.importer.alibaba.com/>

1. Buy Silk [India]

Post Date: September 22, 2003 Expiry date: November 20, 2003

We want to visit china regarding our business. Actually we want to buy silk from china& want to meet chinese silk companies. Who can supply us. In this connection we want help to meet our sellers. Would you(alibaba-personals)help us.

Reuirement

12101-40000mtr

12103-5000mtr

10101-20000mtr

10103-5000mtr

10151-15000mtr

Specifications: 12101 cdc

Price Terms: as per company

Quantity: 85000 mtr

Packaging: as per company

2. Buy #13255 [South Korea]

Post Date: November 13, 2003 Expiry date: November 16, 2003

I am a silk fabrics buyer from seoul korea.

If you can supply doupioni silk fabrics, especially #13255 item, contack with me please.

Manufacturer will be welcome.

Quantity:50,000m per one month

Payment: T/t or l/c

Price: Meter/CIF/busan

Price Terms: T/T or L/C

Quantity: 50,000m

Packaging: export standard.

3. Buy Fabrics For Neckties [Bulgaria]

Post Date: May 18, 2003 Expiry date: November 12, 2003

We are looking for suppliers of silk and polyester fabrics for neckties. We need big variety and small quantity per design/color - regular orders.

4. Buy Silk [Ethiopia]

Post Date: November 14, 2003 Expiry date: March 17, 2004

Interested in purchasing silk, raw silk, silk yarn, dupioni silk.

Please email with your inventory and availability.

Specifications: High Quality

Price Terms: To be discussed

Quantity: 1000 kilo

Packaging: Intl Standard

5. Buy Textiles And Silks [Malaysia]

Post Date: July 26, 2003 Expiry date: January 21, 2004

Jan Clapper is a Malaysian trading house, we are now sourcing textiles and silks (of various kinds) in Chinese market.

Serious sellers can contact us with basic information of your company and products. If more detailed info or samples are requested, we will contact you...

Price Terms: FOB china ports

Quantity: Large

Packaging: standard export packing

6. Buy Silk And Satin Handbags From China [United States]

Post Date: August 26, 2003 Expiry date: February 21, 2004

Want to buy silk and satin handbags from china, new styles, and good prices!

Specifications: good

Price Terms: low

Quantity: many

Packaging: good

**CLIENTES POR CATEGORÍAS:
VESTIDOS DE NOVIA**

• **BRIDES INTERNATIONAL**

Bridal Gowns Eveningwear Special-Occasion Flower Girl Dresses Girls children
Large Missy Women

Address: 3038 Vail Ave., Commerce, CA 90040 Country: USA

Phone: 323-869-9336 Fax: 323-869-9398

Contact Name: Ivor Hodis E-Mail: info@bridesinternational.com

• **Gaslight Gowns**

Custom designed wedding dresses, ball gowns, costumes and garments for
other special occasions

URL: <http://www.gaslightgowns.com>

Address: 3704 14th. Street North, Suite 1, Arlington, VA 22201 Country: USA

Phone: 703-351-0263 Fax:

Contact Name: Victoria Blakeway E-Mail: victoria@gaslightgowns.com

• **Darius Cordell Gown Designs**

Bridal Gowns Wedding Dresses Evening Gowns Pageant Gowns Special
Occasion Dresses

URL: <http://www.dariuscordell.com>

Address: P.O. Box 2366, Frisco, Texas 75034 Country: USA

Phone: 9723776674 Fax: 9723773440

Contact Name: David Raisey E-Mail: sales@dariuscordell.com

• **Evening Art**

Evening Art By Tom Kidwell Evening Art Bridal

URL: <http://www.eveningart.net>

Address: 610 S. Central Expressway #5223, Dallas, Texas 75201 Country:
USA

Phone: 214-747-2043 Fax: 305-402-7634

Contact Name: Sales E-Mail: info@eveningart.net

CONTEMPORANEO

• **ALIZA'S OUTERWEAR INC.**

Coats Jackets Jeans Leatherwear Outerwear Pants Contemporary

Address: 110 E. 9th St. #A878, Los Angeles, CA 90079 Country: USA

Phone: 213-488-1334 Fax: 213-488-5163

Contact Name: Ali Haider Zaidi E-Mail: aliza@earthlink.net

• **ALLEN ALLEN USA**

Sportswear Sweaters Swimwear Contemporary Missy

Address: 3201 W. 131st St., Hawthorne, CA 90250 Country: USA

Phone: 310-263-2444 Fax: 310-263-2445

Contact Name: John Capino E-Mail: aausa@pacbell.net

• **BAGUDA WEAR INC.**

Coats Jackets Pants Skirts Vests Women

Address: 890 Cowan Rd. #J, Burlingame, CA 94010 Country: USA

Phone: 650-552-9456 Fax: 650-552-9457

Contact Name: Jack Thompson, President E-Mail: jack@baguda.com

• **BASEMENT CLOTHING CO.**

Bottoms Dresses REady-to-Wear Related-Separates Sportswear Tops One Size
Apparel Contemporary Missy Women

Address: 1200 S. Hope St., Los Angeles, CA 90015 Country: USA

Phone: 213-748-4890 Fax: 213-748-8807

Contact Name: Aziz Khalili E-Mail: laurenkha@compuserve.com

• **BOUNCY WEAR**

Activewear Bottoms Dresses Resortwear Shorts Skirts Sweaters Tops
Contemporary Street/Club

Address: P.O. Box 572, Fairfax, CA 94978 Country: USA

Phone: 415-482-8171 Fax:

Contact Name: E-Mail: bouncywear@hotmail.com

Artesanías de Colombia

Centro de Documentación CENDAR

• **JAVA LAVA**

Dresses RElated-Separates Resortwear Shirts Shorts Sarongs Casual Wear
Contemporary Junior UNisex Women

Address: 6353 Corte del Abeto #106, Carlsbad, CA 92009 Country: USA

Phone: 760-438-8880 Fax: 760-438-8488

Contact Name: David Idas E-Mail: javalava@americandesignstudio.com

• **PORCH DRESSES**

Eveningwear Dresses Suits Career Apparel Contemporary Women

Address: 114 Pepperwood Ct., Danville, CA 94506 Country: USA

Phone: 925-736-3629 Fax: 925-736-2414

Contact Name: Lisa Solwold E-Mail: ljsolwold@aol.com

• **TIMELY TRENDS INC.**

Blazers Blouses Bottoms Eveningwear Dresses Jackets Outerwear Ready-to-Wear
Related-Separates Shorts Skirts Spportwear Tops Vests Contemporary Junior
Large Maternity Missy Petite Women

Address: 5500 Bandini Blvd., Bell, CA 90201 Country: USA

Phone: 323-881-6400 Fax: 323-881-6420

Contact Name: Gary Briskman,President E-Mail: timelytrnd@aol.com

• **Krystal K. International Inc.**

Contemporary & Misses Sportswear & dresses, activewear/bodywear

Address: 18138 Rowland Street, City of Industry, CA 91748 Country: U S

Phone: 800-255-0542 Fax: 626-810-7668

Contact Name: Maria Jannati E-Mail: krystal.k@worldnet.att.net

• **METAMORPHOSIS**

Dresses Related-Separates Sportswear Tops Contemporary Missy

Address: 18138 Rowland St., City of Industry, CA 91748 Country: USA

Phone: 626-810-3398 Fax: 626-810-7668

Contact Name: Krystal Ku E-Mail: krystalk@worldnet.att.net

• **MICHAEL STARS**

Activewear Sportswear Sweaters T-shirts Street Wear Contemporary Women

Address: 14208 S. Western Ave., Gardena, CA 90249 Country: USA

Phone: 310-768-8901 Fax: 310-768-2078

Contact Name: Michael Cohen E-Mail: mstartstees@aol.com

• **NILS INC.**

Activewear Skiwear Sweaters Contemporary Women

Address: 11185 Condor Ave., Fountain Valley, CA 92708 Country: USA

Phone: 714-241-8105 Fax: 714-662-4426

Contact Name: Richard Leffler E-Mail: heidi@nilskiwear.com

• **PAPIKE WEAR CORP.**

Activewear Blouses Bodywear Bottoms RElated-Separates Sportswear Tops
Contemporary Missy

Address: 204 Greenfield Dr. #F, El Cajon, CA 92020 Country: USA

Phone: 619-440-0477 Fax: 619-440-4152

Contact Name: Doreen Sladavic E-Mail: papikewear@k-online.com

• **THE LEARSI COLLECTION**

T-SHIRTS

URL: <http://WWW.THELEARSICOLLECTION.COM>

Address: 7250 NW 8 ST BAY #1, MIAMI, FLORIDA 33126 Country: USA

Phone: 305-261-2548 Fax: 305-261-1271

Contact Name: ELIZABETH TORRES E-Mail: LEARSI@TELOCITY.COM

CUTTING EDGE

• Easlick Design LLC - Hickee™ brand

Hickee™ a hip new urban scarf with the street smarts of New York.

URL: <http://www.hickee.com>

Address: 41 River Terrace #2702, New York, NY 10282 Country: USA

Phone: 212-227-8181 Fax: 212-227-8181

Contact Name: Jacki Easlick E-Mail: easlick@iserv.net

INFORMAL

• ARTWEAR INC.

Activewear Dresses Shirts Sportswear T-Shirts Vests Westernwear Children
Unisex Children

Address: 13621 S. Main St., Los Angeles, CA 90061 Country: USA

Phone: 310-217-1393 Fax: 310-217-1443

Contact Name: Ora Ketuphongsesuda E-Mail: artwearno1@earthlink.net

• **BLUE WILLI'S USA INC.**

Pants Related-Separates Resortwear Shirts Shorts Skirts Tops Casual Wear
Missy Unisex Women

Address: 6681 Sierra Ln. #D, Dublin, CA 94568 Country: USA

Phone: 800-787-9650 Fax: 800-787-9649

Contact Name: Troels Engholm E-Mail: bwmartin@earthlink.net

• **GORDON & JAMES**

Shorts Skirts Tops Westernwear Cotton Rayon Denim Missy Women

Address: 5237 Rocky Mountain Pl., Alta Loma, CA 91737 Country: USA

Phone: 909-980-3407 Fax: 909-989-7082

Contact Name: Bob Wasmer, Sales E-Mail: vinreddy@aol.com

• **MS. Planet**

Missy Tops, Dresses, Sets, Bottoms

Address: 15948 Downey Ave., Paramount, CA 90723 Country: USA

Phone: 562-630-1997 Fax: 562-630-4356

Contact Name: Julia Crutcher E-Mail: Rromyo@aol.com

• **NOMADIC TRADERS**

Activewear Bottoms Dresses P{ants Shirts T-shirts Tops Large Women

Address: 1385 9th St., Berekeley, CA 94710 Country: USA

Phone: 510-525-5854 Fax: 510-525-1478

Contact Name: Len Shemin E-Mail: ntco@nomadictraders.com

• **A.M. PLAYER**

Activewear Golfwear Hats/Caps Jackets Outerwear Pants Shirts Shorts
Sportswear Sweaters Sweats Vests Knit Shirts Parkas Women

Address: 2322 Travers Ave., Commerce, CA 90040 Country: USA

Phone: 323-888-2668 Fax: 323-888-1133

Contact Name: Oliver Ou E-Mail: info@amplayer.com

• **ALTAI INC.**

Blouses Dresses Pants Shorts Sportswear T-shirts Missy Women

Address: 1100 S. Wall St. #106, Los Angeles, CA 90015 Country: USA

Phone: 213-745-7966 Fax: 213-745-7029

Contact Name: Jonathan Cha E-Mail: altaiinc@aol.com

• **BECKY'S ARTWEAR INC.**

Bottoms Dresses Shorts Sweaters T-shirts Tops Vests Missy Women

Address: 1633 Staunton Ave., Los Angeles, CA 90021 Country: USA

Phone: 213-749-1538 Fax: 213-749-1540

Contact Name: Steven Fitzgerald E-Mail: beckyart@1633.net

• **BIG FRONT MFG. INC.**

Pants Suits Uniforms Vests Cruise Liner Coats Restaurant Uniforms Missy Unisex
Women

Address: 4535 Huntington Dr. S., Los Angeles, CA 90032 Country: USA **Artesanías de Colombia**

Phone: 323-227-4222 Fax: 323-227-4111

Centro de Documentación CENDAR

Contact Name: Sonia Pope E-Mail: bigfront@earthlink.net

• **F. & C., INC.**

Pants Sweaters Scarves Women

Address: 1191 Chess Dr. #205, Foster City, CA 94404 Country: USA

Phone: 650-349-0798 Fax: 650-349-1988

Contact Name: John Zhang E-Mail: fctrade@att.net

• **NATTY INC.**

Activewear Blouses Bottoms GolfwearJackets Outerwear Related-Separates
Resortwear Shorts Skirts Sportwear Sweaters T-shirts Tops Vests Tennis
Apparel Novelty T-shirts Women

Address: 25111Normandie Ave., Harbor City, CA 90710 Country: USA

Phone: 310-530-0222 Fax: 310-530-3400

Contact Name: Lynn Doran E-Mail: nattycomp@aol.com

• **TOM TOM**

Dresses Pants Skirts Sportswear T-shirts Contemporary Missy Unisex Women

Address: 1716 B 4th St., Berkeley, CA 94710 Country: USA

Phone: 510-559-7030 Fax: 510-559-7034

Contact Name: Gordon Kelsey, President E-Mail: tomtomca@aol.com

• **TWO STAR DOG**

Blouses Dresses Jackets Sportswear Vests Contemporary Unisex Women

Address: 1370 10th St., Berkeley, CA 94710 Country: USA

Phone: 510-525-1100 Fax: 510-525-8602

Contact Name: Steven Boutrous, President E-Mail: info@twostardog.com

• **U.R.U.**

Bottoms Dresses Related-Separates Tops Women

Address: 622 Aero Way, Escondido, CA 92029 Country: USA

Phone: 760-745-1800 Fax: 760-745-1980

Contact Name: Ken Brown E-Mail: uruincl@aol.com

NOVELTY – ROPA FINA

• **Mississippi Moon**

Handmade patchwork clothing.

URL: <http://www.mississippimoon.com>

Address: P.O.Box 1377, Alton, IL 62002 Country: US

Phone: 618-576-2418 Fax:

Contact Name: Melissa Colley E-Mail:

• **givintree**

handmade patchwork clothing, beaded jewelry, and organic herbal blends

URL: <http://www.givintree.com> Country: USA Fax:

Contact Name: E-Mail: givintree@msn.com

• **ZAZOU**

Hats Caps Scarves Women

URL: <http://>

Address: 2249 5th St., Berkeley, CA 94107 Country: USA

Phone: 800-274-1868 Fax: 510-848-6135

Contact Name: Claudia Koch E-Mail: zazous@aol.com

*Artisan
Gift & L...
MAR*

OCASIONES ESPECIALES

• Middleton Fashions

Women Suits

Address: 3031 Ratel Drive, Beaufort, SC 29906 Country: US

Phone: 843-521-0050 Fax: 843-726-7981

Contact Name: Patricia H. Middleton E-Mail: PatM@scdnr.state.sc.us

• STILETTO LTD.

Dresses Special-Occasion Sportswear Vintage Clothing Embroidered Apparel
Contemporary Women

Address: 3312 Villa Grove Dr., Altadena, CA 91001 Country: USA

Phone: 626-794-9986 Fax: 626-794-4344

Contact Name: Adele Kaufmann, Sales E-Mail: stiletto@earthlink.net

CAPITULO DE FERIAS Y EVENTOS EN LOS ESTADOS UNIDOS Y OTROS PAISES

A continuación se mencionarán las ferias mas importantes de

FERIAS DEL SECTOR TEXTIL PARA TELAS

Selection: Sector 80 (Textiles, incl. Fabrics and Home Textiles), 2004, North America

Enero 2004

Place not yet determined (USA)

PHF - Pacific Home Fashion Fair and Western Paint & Decorating Show

Marzo 26 - 29

New York (USA)

New York Home Textiles Show

Marzo 30 - Abril 01

Atlanta (USA)

Techtextil North America - International Trade Fair for Technical Textiles and Nonwovens

Abril 2004

New York (USA)

IFFE - International Fashion Fabrics Exhibition

Agosto 2004

New York (USA)

Yarn Fair International/CAD Expo/KAE International

Octubre 2004

New York (USA)

New York Home Textiles Show

Place not yet determined (USA)

IFAI Expo - Industrial Fabric & Equipment Exposition

FERIA INTERTEXTIL DE BEIJING

En el 2.002, los chinos produjeron cerca de 20.000 millones de piezas de vestir para el mundo (4 piezas para cada persona que habita en la tierra). La industria de producción de vestuario chino, se alimenta en gran medida de las importaciones de tela de otras naciones, en el año 2.002 China importó US\$ 13.000 millones en textiles, con un incremento del 4.6% con relación al 2.001. Actualmente, China importa el 85% del total telas terminadas, las cuales serán procesadas y convertidas en prendas de vestir.

Un punto importante, es que China lucha diariamente por que se le rebajen sus derechos de entrada a los grandes mercados mundiales – Europa y USA, donde los derechos de importación actualmente están en un 25% y pretenden bajarlo a 11%.

Fecha

31 Marzo – 2 April 2004

Lugar

Beijing Exhibition Centre, Beijing, China

Organizadores

Messe Frankfurt (HK) Ltd.

The Sub-Council of Textile Industry, CCPIT

China Textile Information Centre (China
Textiles Development Centre)

Information

Messe Frankfurt (HK) Ltd.

Ms Lily Li, Tel (852) 2238 9921

Ms Shirley Yan, Tel (852) 2238 9932

Fax (852) 2598 8771

textile@hongkong.messefrankfurt.com www.messefrankfurt.com.hk

CAPITULO: ASOCIACIONES Y PUBLICACIONES

A continuación se hará una reseña de las principales organizaciones, asociaciones y publicaciones que enfocan la industria de la seda en los Estados Unidos y en el mundo, debido a que esta industria es focalizada desde varias naciones. Además, es un documento de consulta permanente y actualizado mediante la utilización de las páginas de internet.

**American Apparel Manufacturers
Association (AAFA)**
1601 N. Kent Street
Suite 1200
Arlington, VA 22209

<http://www.americanapparel.org>
President and CEO
Kevin M. Burke
mrust@apparelandfootwear.org
Teléfono 703.797.9037

Executive Administrator
Marti Rust
mrust@apparelandfootwear.org
Teléfono 703.797.9037

Economic Information
Nate Herman
nherman@apparelandfootwear.org
Teléfono 703.797.9062

• **AMERICAN FIBER
MANUFACTURERS ASSOC.**

www.fibersource.com <http://www.fibersource.com>

Address: 1150-17th St N.W. Suite 310,
Washington, WA 20036 Country: USA

Phone: 202-296-6508 Fax: 202-296-3052

**Contactar: W. Donald Johnson E-
Mail: oday@afma.org**

International Silk Association(ISA)
http://www.tradeforum.org/news/fullstory.php/aid/133/International_Silk_Association.html

• **AMERICAN PRINTED FABRICS
COUNCIL**

Textile Organization

Address: 45 W. 36th St., New York, NY
10018

Country: USA

Phone: 212-695-2254

• **ASSOC. OF KNITTED FABRICS
MFRS.**

Textile Organization

Address: 100 E. 42 Street, New York, NY
10017 Country: USA

Phone: 212-867-5720

Contactar: Donald Dorfman

• **TEXTILE ASSOC. OF LOS
ANGELES INC.**

Textile Organization

URL: www.textileassociation.org

Address: 110 E. 9th Room C765, Los
Angeles, CA 90079 Country: USA

Phone: 213-627-6173 Fax:

Contactar: Leonard Horowitz

textileassoc@earthlink.net

**AGENCIAS ESTATALES DE
GOBIERNO**

US Textile Suppliers Phone Directory
<http://www.rtwear.com>

**Association of Suppliers to the
British Clothing Industry Association**

Unit525SquareRoadHalifaxHX11QG

Tel:01422 354666

Fax:01422 354666

Email:info@asbci.co.uk

Web: www.asbci.co.uk

• **ALABAMA TEXTILE
MANUFACTURERS ASSOC.**

Textile Organization

Address: 462 South Union St.,
Montgomery, AL 36104 Country: USA

Phone: 334-834-1250

Contactar: B.J. "Jim" Green
atma1901@mindspring.com

• **ALLIED UNDERWEAR ASSOC.**

Textile Organization

Address: 100 E. 42 Street, New York, NY
10017 Country: USA

Phone: 212-867-5720 Fax:

Contactar: Sidney Orenstein

• **AMALGAMATED CLOTHING &
TEXTILE WORKERS UNION**

Textile Organization

Address: 15 Union Square, New York, NY
10003 Country: USA

Phone: 212-242-0700 Fax:

Contactar: Jack Sheinkman

• AMERICAN COTTON LINTER
ASSOCIATION

Textile Organization

Address: 1721 Maiden Cove, Germantown,
TN 38139 Country: USA

Phone: 901-755-3830 Fax:

Contactar: Laurel Rohloff

• AMERICAN COTTON SHIPPERS
ASSOC.

Textile Organization

URL: www.acsa-ctton.org

Address: 88 Union Ave. Suite 1204 P.O.
Box 3366, Memphis, TN 38173 Country:
USA

Phone: 901-525-2275 Fax: 901-527-
8303

Contact Name: Thomas F. Malone Jr.
E-Mail: acsagillen@aol.com

• AMERICAN FLOCK
ASSOCIATION

Textile Organization

URL: www.flocking.com

Address: 230 Congress St., Boston, MA
02110 Country: USA

Phone: 617-542-8220 Fax: 617-542-
2199

Contactar: David Trumbull E-Mail:
amerflock@aol.com

• AMERICAN SOCIETY OF
KNITTING TECHNOLOGISTS

URL: www.asktmag.com

Address: 307 Seventh Ave. Suite 1601,
New York, NY 10001 Country: USA

Phone: 212-366-9008 Fax: 212-366-
4166

Contactar: Lou Herzog
askted@pop.interport.net

• AMERICAN TEXTILE
MACHINERY ASSOC.

Textile Organization

URL: www.webmasters.net/atmahttp

Address: 111 Park Place, Falls Church, VA
22046 Country: USA

Phone: 703-538-1789 Fax: 703-241-
5603

Contactar: Richard K. Craig E-Mail:
atmahq@aol.com

• AMERICAN TEXTILE
MANUFACTURERS INSTITUTE

Textile Organization

URL: www.atmi.org

Address: 1130 Connecticut Ave. NW Suite
1200, Washington, WA 20036 Country:
USA

Phone: 202-862-0500

Contactar: W. Douglas Ellis Jr.

• **AMERICAN YARN SPINNERS
ASSOCIATION**

Textile Organization

Address: 2500 Lowell Rd., Ranlo, NC
28054 Country: USA

Phone: 704-824-3522 Fax: 704-824-
0630

Contactar: Mark B. Kent

• **ASTM**

Textile Organization

URL: www.astm.com

Address: 100 Barr Harbor Dr., West
Conshohocken, PA 19428 Country: USA

Phone: 610-832-9500 Fax: 610-832-
9555

Contact Name: James A. Thomas
service@astm.org

• **CAL-WOOL MARKETING
ASSOCIATION**

Textile Organization

URL: <http://>

Address: P.O. Box 1108, Stockton, CA
95201 Country: USA

Phone: 209-466-6866 Fax:

Contactar: m. Pearson

• **CAMARA NACIONAL DE LA
INDUSTRIA TEXTIL**

Textile Organization

URL: <http://>

Address: Plino No. 220 Col. Polanca,
Mexico City, Mexico City 11510

Country: **Mexico**

Phone: 202-25-67

• **CAMARA TEXTILE DE
OCCIDENTE**

Textile Organization

Address: Mexicaltzingo No. 2208 Col
Modena, , Guadalajara 44150

Country: **Mexico**

Phone: 3-616-44-83 Fax: 3-616-00-99

• **CANADIAN TEXTILE INSTITUTE**

Textile Organization

URL: <http://>

Address: 66 Slater St. Ste 1720, , Ottawa
K1P 5H1

Country: **Canada**

Phone: 613-232-7195 Fax: 613-232-
8722

Contactar Eric L. Barry

• **CAROLINA YARN ASSOCIATION**

Address: P.O. Box Q, Belmont, NC 28012
Country: USA

Phone: 704-435-3325 Fax:

Contactar: Frank P. Barrie

• **CRAFT YARN COUNCIL OF AMERICA**

Textile Organization

URL: www.craftyarncouncil.com

Address: 2500 Lowell Rd. P.O. Box 9,
Gastonia, NC 28053 Country: USA

Phone: 704-824-7838 Fax: 704-824-
0630

Contactar: David Blumenthal

• **EMBROIDERY COUNCIL OF AMERICA**

Textile Organization

URL: www.schiffiusa.com

Address: 596 Anderson Ave. Suite 203,
Cliffside Park, NJ 07010 Country: USA

Phone: 201-943-7730 Fax: 201-943-
7793

Contactar: Kenny Ryan

• **GEORGIA TEXTILE MFRS. ASSOC. INC.**

Textile Organization

URL: <http://>

Address: 50 Hurt Plaza Suite 985, Atlanta,
GA 30303 Country: USA

Phone: 404-688-0555 Fax: 404-584-
0720

Contactar: W. Gardner Wright Jr.

• **INDA, ASSOC. OF NONWOVEN FABRICS INDUSTRY**

Textile Organization

URL: www.inda.org

Address: 1300 Crescent Green 135 27511-
P.O. Box 1288, Cary, NC 27512

Country: USA

Phone: 919-233-1210 Fax: 919-233-
1282

Contact Name: Ted Writz E-Mail:
sloltz@inda.org

• **INDUSTRIAL FABRICS ASSOC. INT'L.**

Textile Organization

URL: www.ifai.com

Address: 1801 Country Rd. B.W.,
Minnesota, MN 55113 Country: USA

Phone: 800-225-4324 Fax: 651-631-
9334

Contactar: Stephen M. Warner E-Mail:
generalinfo@ifai.com

• **INTERNATIONAL SOCIETY OF INDUSTRIAL FABRIC MANUFACTURERS ISIFM)**

Address: 1337 Garden Circle Dr.,
Newberry, SC 21908 Country: USA

Phone: 803-276-2684 Fax:

Contactar Name: Fred Potts

• **KNITTED TEXTILE ASSOCIATION**

Textile Organization

URL: www.kta-usa.org

Address: 386 Park Ave. So., New York,
NY 10016 Country: USA

Phone: 212-689-3807 Fax: 212-889-
6160

Contactar: Marvin Moster E-Mail:
KTA386@aol.com

• **MOHAIR COUNCIL OF AMERICA**

Textile Organization

URL: www.mohairusa.com

Address: 36 W. Beauregard P.O. Box
5337, Texas, TX 76903 Country: USA

Phone: 915-655-3161 Fax: 915-655-
4761

Contact Name: Lanny Leinweber

• **N.N.EXPORT INTERATIONAL
(PVT.) LTD.**

Address: 3/625 ST.NO. 2 PARIS ROAD,
SIALKOT, PUNJAB 51310 Country:

PAKISTAN

Phone: 92432592211 Fax: 92432587200

Contactar: NASIR E-Mail:
nnei@gjr.paknet.com.pk

• **NARROW FABRICS INSTITUTE OF
THE INDUSTRIAL FABRICS ASSOC.
INT'L.**

Textile Organization

URL: www.ifai.com

Address: 1801 County Rd. B.W.,
Minnesota, MN 55113 Country: USA

Phone: 651-222-2508 Fax: 651-631-
9334

Contact Name: Steve Warner E-Mail:
generalinfo@ifai.com

• **NATIONAL KNITWEAR &
SPORTSWEAR ASSOC.**

Textile Organization

www.asktmag.com

Address: 386 Park Ave. South, New York,
NY 10016 Country: USA

Phone: 212-683-7520 Fax: 212-532-
0766

Contactar: Peter Woodsworth

• **NECKWEAR ASSOCIATION OF
AMERICA, IN**

Textile Organization

URL: <http://>

Address: 151 Lexington Ave. 2F, New
York, NY 10016 Country: USA

Phone: 212-683-8454 Fax:

Contactar: Milton Bogart

• **NORTHERN TEXTILE ASSOC.**

Textile Organization

URL: www.textilenta.org

Address: 230 Congress St. rd Floor,
Boston, MA 02110 Country: USA

Phone: 617-542-8220 Fax: 617-542-
2199

Contactar: Joseph L. Gorga E-Mail:
textilenta@aol.com

• **SOUTHERN APPAREL MFRGS.
ASSOC.**

Textile Organization

Address: 1900 Broad River Rd., Columbia,
SC 29201 Country: USA

Phone: 803-772-5861 Fax: 803-731-
7709

Contactar: Harvey Helman

• **TEXTILE BAG MANUFACTURERS
ASSOC.**

Textile Organization

Address: P.O. Box 386, Harrison, OH
45030 Country: USA

Phone: 812-637-0445

Contactar: Don Katz kingbag@one.net

• **TEXTILE CONVERTERS ASSOC.**

Textile Organization

www.vhttp.com

Address: 100 E. 42 Street, New York, NY
10017 Country: USA

Phone: 212-867-5720 Fax:

Contactar: Milton Adelman

• **TEXTILE DISTRIBUTORS ASSOC.,**

Address: 1040 W. 40th St. 18th Floor, New
York, NY 10018 Country: USA

Phone: 212-869-6300 Fax: 212-869-
2346

Contactar: Martin Tandler

Silk Association of India

<http://www.silkassociation.com>

• **TEXTILE FIBERS & BY-PRODUCTS
ASSOC.**

Textile Organization

www.ttpba.org

Address: 3109 Maple Dr. Suite 304 P.O.
Box 550326, Atlanta, GA 30355

Country: USA

Phone: 404-262-2477

Contactar: John R. Coleman E-Mail:

info@ttbpa.org

• **THE CANADIAN MFRS. ASSOC.**

Address: 75 International Blvd., , Toronto
M9W 6L9

Country: Canada

Phone: 416-363-7261 Fax:

Contactar: R. C. Ron-Morrison

• **TEXTILE SOCIETY OF AMERICA**

<http://textilesociety.org>

• **THE SILK & RAYON PRINTERS &
DYERS ASSOCIATION OF AMERICA**

www.srpda.com

Address: 1301 Charles St., Point Pleasant,
NJ 08742 Country: USA

Phone: 908-892-6076

• **AMERICAN TEXTILE
MANUFACTURERS INSTITUTE**

www.atmi.org

Address: 1130 Connecticut Ave. NW Suite
1200, Washington, WA 20036

Country: USA

Phone: 202-862-0500

Contactar W. Douglas Ellis Jr.

ARANCELES PARA LOS PRODUCTOS DE SEDA EN LOS ESTADOS UNIDOS

Item Arancelario	Descripción	Valor DERECHO LEGAL (LEGAL/AUTÓNOMO)	Naturaleza DERECHO LEGAL (LEGAL/AUTÓNOMO)	Preferencias
50010000	Gusanos de seda para cultivo	0	Ad Valorem	
50020000	Seda cruda sin hilatura	0	Ad Valorem	
50031000	Desperdicios o sobrantes de seda o seda de segunda categoría, sin incluir tipo cardado o peinado	0	Ad Valorem	
50039000	Desperdicios o sobrantes de seda o seda de segunda categoría, sin incluir tipo cardado o peinado	2.5	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>
50040000	Hilos de seda (diferentes a los excedentes o sobrantes) y no considerados para ser vendidos al comercio al detal.	1	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>
50050000	Otros hilos de seda de desperdicio que no van a ser vendidos al comercio al detal	1	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>
50060010	Hilados de seda con un contenido mayor al 85% de seda en su peso, para ser vendidos al comercio al detal	1	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>
50060090	Hilados de seda con un contenido menor al 85% de seda en su peso, para ser vendidos al comercio al detal	1	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>

<u>50071030</u>	Telas de seda NOIL que contengan un porcentaje mayor en seda o seda de desperdicio al 85%	1.60000002384186	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>
<u>50071060</u>	Telas de seda NOIL que contengan un porcentaje menor en seda o seda de desperdicio al 85%	4.69999980926514	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>
<u>50072000</u>	Telas de seda diferente a NOIL que contengan un porcentaje mayor en seda o seda de desperdicio al 85%		0 Ad Valorem	
<u>50079030</u>	Otras telas de seda que contengan un porcentaje mayor en seda o seda de desperdicio al 85% de su peso, NESOI	1.60000002384186	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>
<u>50079060</u>	Otras telas de seda que contengan un porcentaje menor en seda o seda de desperdicio al 85% de su peso, NESOI	4.69999980926514	Ad Valorem	<u>Preferencias</u>

LOGISTICA DE EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS

4.1 DESCRIPCION GENERAL

La logística implica trasladar una carga, cualquiera que sea esta, desde el lugar de producción y/o despacho hasta el punto de destino.

En la logística tenemos varios tipos de empresas involucradas, tales como son los medios de transporte (Marítimo, Aéreo, Terrestre y fluvial), los Agentes de Aduana, las empresas aseguradoras, las certificadoras internacionales, el servicio de bodegaje, zonas francas y/o aduaneras, la vigilancia, los puertos y los operadores logísticos.

A continuación se mencionarán los principales actores, como son los medios de transporte, las Sociedades de Intermediación Aduanera, las Aseguradoras y costo de exportación para la pulpa de fruta congelada y demás derivados de la piña.

4.2 MODELO DE COSTEO PARA UNA EXPORTACIÓN

A continuación se muestra un modelo de costeo para exportar mercancía a Estados Unidos desde la puerta de la fábrica hasta la fábrica del comprador (Incoterm EXW), teniendo en cuenta primero los costos que implican llevar un producto hasta el puerto de origen colombiano (Incoterm FOB ó FAS) y luego los costos que implican llevar la mercancía al puerto de destino del importador o comprador (Incoterm C.I.F., C&F, D.D.U. O D.D).

MODELO DE CÓMO CALCULAR LOS COSTOS DE UNA EXPORTACION
Costos Promedio de Exportación
- Origen Bogotá D.C. -

Artesanía
Centro de Documentación

ICONTERM EX FABRICA	RUBRO	TARIFA	MONEDA
+	1A Transporte Interno hasta el aeropuerto	50.000 pesos	
+	2A Seguro del transporte Interno hasta el aeropuerto	15.000 pesos	
	1B Transporte Interno hasta el aeropuerto	\$ 800 - \$ 1',200.00	pesos
	2B Seguro del transporte Interno hasta el puerto y Vigilancia de la Mercancía hasta el puerto	\$ 450 - \$ 600,000 pesos	
+	3 Sociedad de Intermediación Aduanera o SIA	3 a 4 por mil del valor FOB	dólares
	Valor mínimo a pagar en Bogotá	100.000 pesos	
	Valor mínimo a pagar en otros Puertos	150.000 pesos	
	4 Uso de Instalaciones de Aeropuerto	Va incluido en la guía aérea	
	Uso de Instalaciones de Puerto marítimo		
	Contenedor de 20 pies	150.000	
	Contenedor de 40 pies	220.000	
	En caso de marítimo: Contenedor de 20'	150.000 pesos	
	Contenedor de 40'	220.000 pesos	
+	5 Formularios	23.000 pesos	
+	6 Gastos Varios Fotocopias, Trámites y otros	30.000 pesos	
+	7 Inspección Ejemplo para 10 cajas con zuncho	150.000	
= F.O.B. (Embarcado en el aeropuerto de Bogotá o puerto colombiano)			
+ 8A	Flete Marítimo o Aéreo		dólares
= Costo y Flete (Puerto de Destino)			
ó 8B	Flete Aéreo o Marítimo		dólares
	Seguro Internacional de la Carga		dólares
= C.I.F. Costo, Seguro y Flete (Puerto de Destino)			

Sociedades de Intermediación Aduanera:

Estas empresas son las encargadas de representar a la empresa importadora y exportadora, por medio de hacer todos los trámites requeridos en el comercio exterior, facilitarle al exportador la conexión con empresas que prestan servicios.

Las tarifas de las S.I.A.s fluctúan entre un valor del 3.5 al 4 por mil del valor F.O.B. de las exportaciones y este mismo valor porcentual para las importaciones. Se cobra una tarifa mínima que oscila entre \$ 80.000 y \$ 100.000, para garantizar que el manejo de una operación de un cliente pague sus costos mínimos de operación.

Dentro de las S.I.A.s que tiene sede en la ciudad de Bogotá, se ha hecho una selección de 30 compañías serias y bien reputadas, tanto en el medio como con los clientes, para tener una serie de alternativas de contratación de los

servicios de intermediación aduanera en el momento que se necesite. Ver anexo 4.1

4.3 MEDIOS DE TRANSPORTE PARA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS A ESTADOS UNIDOS.

4.3.1 Transporte Marítimo

Es el medio comúnmente utilizado para transportar mercancías hacia este mercado, sobre todo si son productos que se envían en volúmenes intermedios y grandes, cargas que no tenga un valor por unidad demasiado alto y que por cuestiones de peso y/o volumen no sea factible llevarlas por vía aérea.

Este es un mercado de libre oferta y demanda, y los costos mencionados a continuación dan unos parámetros generales, para conocimiento general de tarifas, pero pueden ser mejorados en virtud a unos niveles de carga enviados regularmente.

1. **Tarifa Básica:** Costo específico de transporte para un producto.
2. **Recargos:** Que fluctúan constantemente, y su aplicación por parte de las navieras, de algunos de ellos, dependerá de los puertos de destino.
 - a. **BAF:** Factor de Ajuste en los Precios del Combustible (Bunker Adjustment Factor.)
 - b. **CUC:** Uso de Chasis Utilizados para la Movilización de Contenedores (Chasis Usage Charge).
 - c. **THC:** Costo de Manipulación en el Terminal de Contenedores Terminal Handling Charge).

En el mercado naviero existen los siguientes tipos de fletes:

- Todo Incluido: No cubren el costo del Conocimiento de Embarque.
- Los fletes para carga suelta cubren generalmente los Costos de consolidación de la carga y costos portuarios

Elección del puerto de origen con base en el destino:

En la selección del puerto colombiano para exportar a los Estados Unidos, se debe tener en cuenta que para las mercancías cuyo destino es la Costa Este de los Estados Unidos (Nueva York, Nueva Jersey, Baltimore, Jacksonville, Savannah, Filadelfia, etc.), preferiblemente se debe enviar de puertos colombianos ubicados en la costa norte colombiana, especialmente Cartagena, debido a que este cuenta con una infraestructura bien desarrollada en su terminal. Cuando el puerto cuenta con mayor infraestructura, redundando en menores tiempos de operación y, por consiguiente, menor riesgo de saqueo o daño de la mercancía, menores costos de utilización portuaria y menor tiempo de tránsito de la exportación, es decir, mayor satisfacción del cliente.

Así mismo, si el destino de las exportaciones se hace a los puertos del golfo de México (New Orleans, Houston, Norfolk, etc.), aplica el mismo origen.

Si las exportaciones tienen como destino la Costa Oeste de los Estados Unidos (Los Angeles, Long Beach, Portland), preferiblemente se debe embarcar por nuestro puerto de Buenaventura.

Según la disponibilidad de tiempo de tránsito y frecuencia de las diferentes empresas navieras, se observa en todos los casos, una abundante disponibilidad de opciones para llegar a los Estados Unidos, con tiempos de tránsito cortos y existencia de contenedores de 40 pies refrigerados, para carga consolidada o contenedores llenos. Si la carga llega a puerto colombiano, puede ser despachada en varios buques, lo cual implica una demora reducida en puerto colombiano.

Para la piña y sus derivados, debido a que uno de sus principales mercados objetivos sería Nueva York, se considera la posibilidad de exportar por medio la compañía Sudamericana de Vapores o por American President Lines (APL)¹ debido a que manejan tiempos de tránsito menores al igual que la frecuencia y a que el flete puede ser al cobro en caso de exportar bajo el incoterm (FOB).

Las tarifas promedio a las que se puede tener acceso normalmente por vía marítima, en contenedor 40 pies y desde puerto colombiano a los Estados Unidos fluctúan entre US\$ 2.500 y US\$ 3.200, todo incluido.

- Para el puerto de Miami US\$ 2.500
- Para el puerto de Nueva York US\$ 2.800
- Para el puerto de Los Angeles US\$ 3.200
- El transporte en contenedores de 20' refrigerados en Colombia es muy escaso.

4.3.2 Transporte Aéreo

Es un medio de transporte comúnmente utilizado para transportar mercancías cuyo valor unitario es muy elevado, que necesitan unas condiciones preferenciales de trato, que por su tamaño pequeño requieren que se les tenga en cuenta, típico de productos con una perecibilidad alta, como es el caso de las flores o las frutas frescas. Este es el mejor medio de transporte en cuanto a la inmediatez de su arribo, condiciones de trato de la carga y seguridad de la misma.

La disponibilidad en el mercado de transporte aéreo en Colombia hacia Estados Unidos es buena, pues existen vuelos con una frecuencia diaria para llevar mercancía, bien sea con la combinación pasajeros-carga, como también en aviones destinados al transporte de carga únicamente. Las tarifas se miden por kilogramo o volumen. Existen escalas para determinar el valor del kilogramo, debido a que a mayor peso o volumen, lógicamente el valor unitario de cada kilo será inferior.

En la carga aérea de exportación a los Estados Unidos, existe una variación de los precios que depende de sí se coincide con las temporadas de compra de flores, debido a que la mayoría del volumen exportado procede del sector de la floricultura. La relación en precios de una temporada alta Vs una temporada baja es de 20 a 30% más el costo pagado por kilogramo bruto.

Las temporadas de compra de las flores son las siguientes:

¹ Ver Anexo 4.3: Links con empresas Navieras y puertos importantes

- Día de los Enamorados o San Valentín: Febrero
- Día de la Madre: Mayo.
- Navidad: Segunda y Tercera semana de Diciembre.

Las escalas y los precios estimados por kilo, para temporada de bajo precio, son los siguientes:

COSTO POR KILO FLETES U.S.A. - REFRIGERADO

Tarifa por peso kilos	Descuento %	Miami U.S.\$	Nueva York U.S.\$	Los Angeles U.S.\$
Mayor 100	100,00%	1,00	1,35	1,56
Mayor 300	82,35%	0,85	1,20	1,41
Mayor 500	75,00%	0,80	1,05	1,26

4.3.3 Transporte Terrestre a Puertos Colombianos

En Colombia existe conexión terrestre con todos los principales puertos de nuestro país. El transporte de carga contribuye en llevar las mercancías, en contenedores o como carga suelta, hacia los puertos ubicados en las costas Atlántica (Cartagena, Barranquilla y Santa Marta) y la costa Pacífica (Buenaventura). La distancia entre Bogotá D.C. y la costa norte es de aproximadamente 1.000 Km. y hasta la costa pacífica es de 650 Km. aproximadamente.

El precio cobrado por llevar un contenedor de 40 pies, cuesta \$1'400.000 a \$1'600.000. Si el puerto de origen colombiano es Buenaventura, \$ 850.000 a \$ 1'000.000 para 20 pies y \$1'200.000 a \$ 1'300.000 para 40 pies.

Dentro de los factores que ayudan al servicio de transporte interno en el país hacia los litorales, esta la existencia de empresas competitivas y tecnificadas en la prestación del servicio, con puestos de control dentro de los trayectos y ágiles sistemas de comunicación, para lograr una operación bien manejada.

En cuanto a los aspectos negativos del transporte terrestre; en Colombia se tiene un alto costo por tonelada transportada, debido a varios aspectos tales como la situación social y de seguridad, el estado de las vías en tramos específicos y la topografía colombiana que requiere de escalar tres cordilleras en los viajes mencionados; por lo tanto, el gasto de combustibles, frenos y demás insumos de los automotores hace que sea costoso comparado con otros países.

CONCLUSIONES:

- Existe una importante oportunidad para los productores de seda colombianos, aprovechar el mercado americano, con sus inmesas posibilidades; dirigir sus productos hacia los estratos medios y altos, debido a que actualmente son importados de Uruguay, Perú, Francia e Italia, entre otros, a costos elevados y con nuevos diseños de dibujos hechos a mano se puede penetrar el mercado del hogar americano. Los diseños básicos y muy utilizados no compiten, por ser suplidos por Oriente, especialmente de India y China, a precios muy bajos.
- Gracias a los altos costos de mano de obra en los Estados Unidos, la industria americana de fabricación de sedas y telas en general se ha convertido en ensamblador de partes y pintura – prendas precortadas, donde los fabricantes colombianos tienen una oportunidad para llegarle a los fabricantes dirigidos a los estratos altos de la población, con pequeñas cantidades y trabajo más manual y exclusivo para pequeñas ventas, que igual para nosotros tienen muy buena facturación.
- Colombia al estar exenta de arancel en muchas posiciones arancelarias, así como la mayoría de los países no presenta una ventaja sobre los demás, pero debe aprovechar su cercanía geográfica. El estilo debe ser diferente de la seda colombiana con valor agregado en su trabajo manual, quienes tienen un tratamiento especial en sus costos y operación logística.
- Se le recomienda visitar 2 o 3 ferias internacionales en el primer año, especialmente la que se realiza en el estado de Carolina de Nueva York y California, lugar desde donde se maneja la mayoría de la industria de confecciones en los Estados Unidos.
- Se recomienda trabajar a nivel de alianza estratégica entre uno o varios productores de productos complementarios en confecciones o con un comercializador pequeño de las zonas referidas en el estudio, tales como los estados de Pensilvania, Nueva York, Texas o California, debido a la capacidad de producción y el gusto por los artículos finos en seda.
- Las Boutiques para el hogar exclusivas para mujeres son el canal de comercialización más importante al momento de entrar, de manera que debemos apuntar nuestros esfuerzos a vender, o por lo menos exhibir en un principio, en este canal, para lograr el posicionamiento de la seda colombiana y tener efecto demostrativo en las ventas a otros canales. Los americanos compran en buena parte si se tienen clientes que representen status.
- Se deben revisar los precios frente a los que se están vendiendo en los Estados Unidos, para ver su competitividad, sabiendo los márgenes de comercialización.
- La generación que tiene mayor apetencia y nivel de ingreso para comprar los productos hechos en seda, se encuentra entre las personas mayores de 25, quienes valoran la calidad, siguen la tendencia mundial de nuevos productos, se diferencian de los demás y tienen los medios para pagarla.

TRABAJO DE LA SEDA EN USA

12. ANEXOS

DISEÑADORES DE TEXTILES EN USA

• **CTD STUDIO**

Address: 32 UnionSquare East Suite,
New York, NY 10003 Country: USA
Phone: 212-254-7551 Fax: 212-254-7434
Contact Name: Libby Kowalski
E-Mail: kowalskil@ctdstudio.com

• **DESIGN UP, INC.**

Address: 302 S. Third Ave.P.O. Box646,
North Carolina, NC 27344 Country: USA
Phone: 919-742-2598 Fax: 919-742-2598
Contact Name: Amy Rose Bloomfield
E-Mail: designup@yahoo.com

• **DOCEY LEWIS DESIGNS**

Address: 160 Wykeham Rd. P.O. Box 1048,
Connecticut, WA 06793 Country: USA
Phone: 860-868-9932 Fax: 860-868-9965
E-Mail: doceydlid@aol.com

• **DA DESIGNS, DEBORAH DENMAN FLEMING**

Address: 433 Ruffledge Dr.,
Herdersonville, NC 28739 Country: USA
Phone: 828-697-2355

• **DJC DESIGN STUDIO, INC.**

URL: www.djcdesign.com
www.djcdesign.com
Address: 227 Sheep Davis Rd.,
Concord, NH 03301 Country: USA
Phone: 603-228-0488 Fax: 603-228-6818
Contact Name: Diane Jackson Cole E-Mail: djc@djcdesign.com

• **DOHERTY & DOHERTY CREATIVE SERVICES**

www.kathryndoherty.com
www.kathryndoherty.com
Address: 75 Valleywood Rd.,
Cos Cob, CT 06807 Country: USA
Phone: 203-629-2600 Fax: 203-629-8490
Contact Name: Kathryn Doherty E-Mail: kathryn@kathryndoherty.com

• **DYNAMIC DESIGN INTERNATIONAL**

Address: 9121 Hunting Pines Place,
Fairfax, VA 22032 Country: USA
Phone: 703-425-7468 Fax: 703-795-6018
Contact Name: Joel Hanh

• **ELLEN SIEGEL DESIGNS**

Address: P.O. Box 9326,
Fort Lauderdale, FL 33310 Country: USA Fax: 954-563-7099

• **ETINCELLE INC.**

Address: 4623 Dwight Evens Rd.,
Charlotte, NC 28217 Country: USA
Phone: 704-522-6488 Fax: 704-522-1544
Contact Name: Marcelo Warat E-Mail: ETICELLE1@aol.com

• **FLORENCE CLEARY DESIGNS**

Address: 1430 Broadway Way Room 1511,
New York, NY 10018 Country: USA
Phone: 212-302-3532

• **HICHORY MOUNTAIN WEAVERY**

www.chatham.net/hmntbp
www.chatham.net/hmntbp
Address: 10435 US Hwy 64 E.,
North Carolina, NC 27355 Country: USA
Phone: 919-742-3325 Fax: 919-742-3325
Contact Name: Jean Vollrath
E-Mail: twinbirch@chatham.net

• **IRMA KATHERINE DESIGNS, LTD.**

Address: 452 W. 57th St., 3-W,
New York, NY 10019 Country: USA
Phone: 212-977-5813 Fax:
Contact Name: Irma Bustos

• **JACQUELINE WHEELAGHAN MEHRING**

Address: 139 Hillside Dr.,
Burlington, NC 27215 Country: USA
Phone: 336-227-5181 Fax: 336-227-5896
Contact Name: E-Mail: jac13wmh@netpath.net.

• **JANE-ALBERT STUDIO, INC.**

Address: 16 E. 23rd St.,
New York, NY 10010 Country: USA
Phone: 212-674-5013
Contact Name: John Sacks

• **JERRY VALENTA & SONS, INC.**

www.mars.superlink.net/~valjac.com
www.mars.superlink.net/~valjac.com
Address: 1083 Goffle Road,
Hawthorne, NJ 07506 Country: USA
Phone: 973-423-2220 Fax: 973-423-9590
E-Mail: valjac@superlink.net

• **KALAF DESIGN STUDIO, INC.**
Address: 26 Central Square P.O. Box 368,
Bristol, NH 03222 Country: USA
Phone: 603-744-2900 Fax:
Contact Name: Amin Kalaf

• **LEO ART STUDIO**
Address: 376 Fifth Ave. Suite 610,
New York, NY 10001 Country: USA
Phone: 212-685-3175 Fax: 212-685-3170
Contact Name: Leopold Schein
E-Mail: leoart2765@aol.com

• **LINDA J. EDWARDS DESIGNS**
Address: 173 Vine Rock St.,
Dedham, MA 02026 Country: USA
Phone: 781-326-9137 Fax: 781-326-9851
Contact Name: Linda J. Edwards

• **NINA LEWIN, INC.**
Address: 50 Riverside Dr.,
New York, NY 10024 Country: USA
Phone: 212-877-5912 Fax:
Contact Name: Fred A. Meyer

• **ORIGIN INC.**
URL: <http://www.FASHIONTEXTILELINKS.com>
Address: 117-14 UNION TRNPK SUITE CD2,
Kew Gardens, New York 11415 Country: USA
Phone: 7185442754 Fax:
Contact Name: FREDERICK
E-Mail: DESIGN@ORIGININC.COM

• **ORIGIN INC.**

URL: <http://www.origininc.com>

Address: 117-14 UNION TRNPK SUITE CD2, Kew Gardens, New York 11415
Country: USA
Phone: 7185442754 Fax:
Contact Name: FREDERICK
E-Mail: DESIGN@ORIGININC.COM

• **P & B TEXTILES**

www.pbtex.com
Address: 1580 Gilbreth Rd.,
Burlingame, CA 94010 Country: USA
Phone: 650-692-0422 Fax: 650-692-4908
Contact Name: Irwin Bear

• **PHYLLIS & HOWARD KRAMER**

Address: 79 Peckham Rd.,
Little Compton, RI 02837 Country: USA
Phone: 401-635-8404 Fax: 401-635-8405

• **RANOCAS FABRICS SCHOTT DESIGN, INC.**

Address: 100 Lippincott Lane P.O. Box 490,
Mount Holly, NJ 08060 Country: USA
Phone: 609-265-0447 Fax: 609-265-8794
Contact Name: Constance I. Schott

• **RICHARD DESIGN ASSOCIATES**

Address: 2807 Wilkshire Dr.,
North Carolina, NC 28150 Country: USA
Phone: 704-484-8265 Fax: 704-484-8265
Contact Name: Jamie Richard

• **ROSHELLA DESIGN STUDIO, INC.**

Address: 432 Henderson Rd.,
Greenville, SC 29607 Country: USA
Phone: 864-288-0839 Fax: 864-213-9410
Contact Name: Joy Roschella:

• **SAWTELLE TEXTILES LTD.**

Address: 920 Highland Ave.,
Westheld, NJ 07090 Country: USA
Phone: 908-654-7947 Fax: 908-654-7947
Contact Name: Donald J. Sawtelle

• **SIDNEY J. GLUCK D/B/A ROYAL STUDIOS**

Address: 18 East 16th Suite 3C,
New York, NY 10003 Country: USA
Phone: 212-929-9850 Fax: 212-929-9851
Contact Name: Sidney J. Gluck

• **SOMIKA DESIGN**

Address: 1680 Montevista Dr. P.O. Box 1136,
North Carolina, NC 28150 Country: USA
Phone: 704-482-7892 Fax: 704-482-7992
Contact Name: Indu Patel

• **STICHMASTER, INC.**

Address: 4190 Piedmont Parkway Suite 102,
Gastonia, NC 27410 Country: USA
Phone: 336-855-6931 Fax: 336-852-6448
Contact Name: Chris Williams

• **TEXTILE DESIGN & DEV. INC.**

Address: 1244 Adams Ave.,
Pennsylvania, PA 19124 Country: USA
Phone: 215-533-6611 Fax: 215-533-4904
Contact Name: Melvin Miller

• **THE BAXTER CORPORATION**

Address: 517 Commerce St. P.O. Box 645,
Franklin Lakes, NJ 07417 Country: USA
Phone: 201-337-1212 Fax: 201-337-6316
Contact Name: George A. Bowen

PUBLICACIONES

• ACCESSOR-EYES FORECASTING PUBLICATION

Address: 385 Fifth Ave., Penthouse, New York, NY 10016

Country: USA

Phone: 212-686-7572 Fax: 212-686-7584

Contact Name: Lisa Bruno E-Mail: acceyes@aol.com

• APPAREL TECHNICAL SERVICES INC. PUBLICATION

URL: <http://>

Address: P.O. Box 798, Catitan, NM 88316 Country: USA

Phone: 505-354-3344 Fax: 505-354-3233

Contactar Kathleen Fasanella pattnmakr@aol.com

• BGA

<http://www.reportwest.com>

Address: 7551 W. Sunset Blvd., Suite 203, L.A., CA 90046

Country: USA

Phone: 323-882-6057 Fax: 323-882-6712

Contactar: Bill Glazer bga@snapfashun.com

• Fashion Live SA

Webmagazine about fashion. Coverage and video (actwalk) in real time

<http://www.fashionlive.com/va/home.html>

Address: 82, rue beaubourg, Paris, France 75003 Country: Paris

Phone: 1144542780

Contactar: Marie-Pierre Bouly E-Mail:

mpbouly@fashionlive.com

• Kids Attitude Magazine

Kids Magazine

URL: <http://www.kidsattitude.com>

Address: 102 Ryan St., Montreal, H9A3C7, Quebec Country: Canada

Phone: 514-620-0025 Fax: 514-620-0028

Contact Name: E-Mail:

• THE FASHION MANUSCRIPT PUBLICATION

<http://www.mannonline.com>

Address: 1440 Broadway 2254, New York, NY 10018 Country: USA

Phone: 212-840-1549 Fax: 212-840-1954

Contact Name: E-Mail:

• BOBBIN MAGAZINE TRADE PUBLICATION

Address: 1500 Hampton St., Columbia, SC 29201 Country: USA

Phone: 803-771-7500 Fax: 803-799-1461

Contactar: Jackie Ellen jellen@mfi.com