

Indumentaria



**INDUMENTARIA:
MODA, CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE**

Dentro de la gran diversidad de la economía argentina, el sector de la indumentaria se destaca por su larga tradición industrial, por la calidad, y por su enorme potencial en la innovación y el desarrollo de productos sostenibles.

Argentina produce, vende y exporta una amplia variedad de prendas de vestir. El mercado de la indumentaria es muy amplio: va desde la alta costura hasta los productos elaborados con materiales reciclados. Pero la oferta argentina es tan diversa que logra cubrir todas las opciones y, además, brinda diseños innovadores, experiencia y trayectoria profesional, materias primas producidas localmente, productos tipo commodities para segmentos más bajos, diseños de autor y productos únicos.

UNA MIRADA AL MUNDO DE LA INDUMENTARIA

El sector de la indumentaria tiene algunas características que son comunes a todos los países del mundo.

Fabricantes y talleres

A grandes rasgos, esta industria puede dividirse entre fabricantes y talleres de confección.

Los fabricantes aportan el capital de trabajo, diseñan los productos, organizan la producción –interna o externamente– y desarrollan marcas o canales comerciales.

Los talleres, en cambio, son los espacios físicos en los que se lleva a cabo la actividad confeccionista, la que mayor personal involucra, y consiste en la transformación de las telas en prendas, excepto en el corte (en donde hay economías de escala).

En general, los fabricantes de ropa tercerizan total o parcialmente la producción en talleres y focalizan su negocio en la fase comercial y, en ocasiones, también en el diseño.





Mano de obra

La industria de la confección de prendas de vestir se caracteriza por ser intensiva en el uso de mano de obra. Predominan las pequeñas unidades de producción y se emplean tecnologías maduras y relativamente sencillas. A la vez, este sector cumple un papel muy importante en la generación de empleos de calificación técnica y de carácter doméstico.

Globalización

La globalización en esta industria se relaciona con estrategias empresariales de relocalización de procesos productivos y de división de trabajo, y lo hace concentrando las actividades en las áreas de marca, imagen, diseño, marketing y comercialización, y tercerizando la mayor parte de la producción en talleres fuera de la empresa.

Minoristas

La oferta minorista se organiza en grandes tiendas, comercializadores y fabricantes de marcas que se vinculan con un sistema de producción descentralizado en diversos países en desarrollo que exportan a los mercados centrales.

Cadena textil-confección

La cadena textil-confección está organizada, a nivel mundial, según la especialización y división internacional de las etapas productivas.

Por un lado, está el segmento de fabricación de productos textiles, que comprende la preparación de fibras naturales (vegetales y animales), la fabricación de hilados, tejidos planos y tejidos de punto y su acabado, en su mayoría, todos insumos intermedios para esta industria y otras.

Por el otro, está el segmento de la confección, que abarca prendas de vestir, de niños y bebés, ropa interior, de dormir, de playa, deportiva y ropa de trabajo (uniformes y guardapolvos), como también la fabricación de accesorios de vestir, excepto los de cuero y los servicios para la industria confeccionista.

Los países asiáticos concentran los segmentos intensivos en mano de obra; y los países desarrollados, los segmentos de mayor valor agregado.

Uno de los grandes diferenciales de la producción de indumentaria en Argentina es que está presente en todos los eslabones de la cadena.

EL BUEN VESTIR ARGENTINO

La creatividad, el buen gusto y la preocupación por la satisfacción al cliente son características distintivas de las prendas de diseño argentino. El país ofrece, entre otras atractivas opciones, marcas de vanguardia, productos innovadores y emprendedores inquietos que ponen el foco en la sustentabilidad.

Datos de un sector pujante

Según la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI), el sector de indumentaria está conformado por 11.600 empresas. En 2022, la moda generó 400.000 puestos de trabajo, (250.000 en confección y 150.000 en comercialización).

Predominan las pymes y las empresas familiares nacionales. Aproximadamente el 70% corresponde a microempresas que ocupan el 19% del empleo sectorial, con igual porcentaje de la producción. Por otra parte, el 3% corresponde a empresas más grandes que representan el 37% de la ocupación y la tercera parte de la producción sectorial.



Otro segmento que se destaca en la producción local es el de “diseños de autor”. De acuerdo a un relevamiento realizado por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), en conjunto con la Fundación Pro Tejer, en 2016, había 287 empresas que producían bienes diferenciados con valor agregado dentro del rubro de indumentaria urbana (tanto femenina como masculina).

Este segmento genera una gran creatividad en todas las etapas del proceso productivo.

Actualmente, existen 91 franquicias de empresas en el exterior (Jazmín Chebar, La Martina, Rapsodia, Kosiuko y Mimo & Co., entre otras).

Localización

La localización geográfica de empresas productoras de indumentaria se concentra en CABA, con más del 50%, seguida por el Gran Buenos Aires, con el 20%; y en menor medida, por el resto de la provincia de Buenos Aires, con el 10%. Las provincias de Santa Fe y de Córdoba participan con el 6% y el 5%, respectivamente.

Marcas

En el país, coexisten dos tipos de empresas: las que centran su estrategia en la marca y las que no.

En general, las que no tienen marca producen ropa de calidad media a baja, con poco diseño y de más bajo precio.

Las que centran su estrategia en la marca buscan diferenciarse de sus competidores a través del diseño, el marketing y el canal de comercialización. Una parte importante de los fabricantes cuentan al menos con un canal comercial que les permite llegar directamente al consumidor y por medio del cual compiten con otras empresas que se dedican únicamente a la comercialización.

Las marcas premium venden mayormente a un público de ingresos altos y medio altos, y suelen tener locales exclusivos –propios o franquiciados– a la calle o en shoppings. Otro canal de venta es el outlet. Las marcas de gama media apuntan a los que tienen un nivel medio de ingresos y, a menudo, están ubicadas en locales tradicionales y tiendas multimarca, si bien algunas han ingresado en shoppings también. Las de gama baja abastecen al consumidor de ingresos medios y bajos, y sus principales puntos de venta son los locales tradicionales. Por otro lado, algunos hipermercados aprovecharon su plataforma comercial para avanzar en el desarrollo de diseño y marca, siguiendo una lógica inversa a la del sector.



El buen diseño

Argentina distingue con el Sello de Buen Diseño Argentino (SBD) a empresas de la industria nacional que se destacan por su innovación, participación en la producción local sustentable, posicionamiento en el mercado y calidad de diseño.

Dentro de los rubros de esta distinción, podemos encontrar indumentaria de trabajo, deportiva, femenina, masculina e infantil.

SUSTENTABILIDAD

Argentina está experimentando cambios significativos en las formas de producción. Cada vez más, los consumidores eligen productos de calidad elaborados mediante prácticas sustentables y que a la vez sean duraderos y estén bien confeccionados. Además, exigen condiciones laborales dignas para los trabajadores.

En Argentina, existen muchas propuestas innovadoras de emprendimientos sostenibles. Hay marcas que buscan diferenciarse ofreciendo alternativas, en las que la reutilización de materiales de descarte, los tintes naturales y la combinación de materias primas sea parte del estar a la moda, y defienden valores como la toma conciencia sobre el consumo y el comercio justo.



EXPORTANDO CALIDAD

El resto del mundo

A nivel mundial, las exportaciones se dirigen fundamentalmente a los países desarrollados, en tanto que las importaciones suelen ser intrarregionales.

China es el gran proveedor mundial, con una participación que supera el 40% de las exportaciones, seguido en menor medida por Vietnam. El resto de los países relevantes en las ventas externas mundiales son Alemania, Italia y Turquía, entre otros de la Unión Europea.


El principal importador mundial de indumentaria es Estados Unidos. Siguen, en importancia, Alemania, Japón, Francia y el Reino Unido, países destacados en el rol de la moda internacional.

Moda argentina

En Argentina, las exportaciones del sector son impulsadas por un núcleo de empresas pequeñas y medianas. Esto pone en evidencia que la moda y el diseño argentino es un “arma” muy importante para insertarse en el competitivo mercado internacional de hoy.

Son varias las marcas locales que posicionan al país como un referente de la moda y el diseño internacional. La ventaja relativa local está en el diseño, la calidad y la diferenciación de producto. Los diseños originales se han convertido en un elemento que identifica a la indumentaria argentina, y logran satisfacer la demanda desde el producto más básico hasta el de más alta gama.





En la categoría “Confecciones”, EE. UU. fue el principal destino de las exportaciones de 2021, con un 31% del total exportado, seguido por Alemania, con un 24%.

En prendas, el destino principal fue a países de la región, encabezados por Brasil, con un 30%; Chile, con un 26%; y Uruguay, con un 24%.

INSTITUCIONES PRESENTES

El Estado nacional acompaña el desarrollo de este sector a través de los principales actores del sistema científico tecnológico. Entre ellos, se destaca el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), que promueve el desarrollo de la industria federal mediante la innovación y la transferencia tecnológica. El INTI posee un área estratégica especial, denominada INTI Textiles, que promueve el desarrollo de la industria textil e indumentaria, cuero y calzado, a fin de mejorar su competitividad y posicionarse como referente tecnológico en el país.

En el ámbito privado, encontramos la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI) y la Federación Argentina de la Industria de la Indumentaria y Afines (FAIIA), que nuclean a los principales actores del sector.

En Argentina, existen diversos programas orientados a fomentar la industria de indumentaria –de gran importancia para el país– y coordinados por el INTI Textiles, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva y el Ministerio de Desarrollo Social, entre los que se encuentran los Proyectos Asociativos de Diseños y el Apoyo a la Gestión de Diseñadores de Indumentaria y Accesorios.

Agencia Argentina
de Inversiones
y Comercio Internacional



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
Argentina