

Industria textil peruana cerraría en positivo en 2019

La industria textil tiene un peso importante en la economía mundial y es uno de los sectores más influyentes a la hora de definir algún tratado o acuerdo comercial a nivel internacional.

Sin lugar a dudas, la industria textil y confecciones es fundamental para el avance y evolución de cualquier sociedad y de los principales soportes económicos en países en vías de desarrollo. En la actualidad, uno de los factores que le dan gran importancia a esta industria es que todos los materiales son productos de consumo masivo, generando gran cantidad de empleos directos e indirectos en toda la cadena productiva, ayudando así a mejorar y sostener la economía del país y contribuyendo a su vez en mejorar la calidad de vida de la población.

En el caso peruano, la industria textil y de prendas de vestir son los sectores de mayor generación de puestos de trabajo especializado. Asimismo, los productos textiles peruanos son reconocidos a nivel internacional por la alta calidad de sus fibras, como el algodón y la alpaca; lo que le ha valido producir prendas para las marcas más importantes del mundo, tales como **Lacoste**, Polo Ralph Lauren, **Tommy Hilfiger**, Gap, Armani y Nike; entre otros.

Así, estos productos de la industria textil peruana llegan a los mercados de **Estados Unidos**, Europa, Canadá, Chile, Argentina y Ecuador.

Por otro lado, en el mercado interno peruano se han desarrollado cadenas de tiendas con marcas propias como: Exit, Dunkenvolk y Topitop; y marcas de diseñadores textiles independientes con boutiques propias, las cuales vienen creciendo por la demanda, al ritmo de la aparición de nuevos centros comerciales, producto del sostenido crecimiento económico de nuestro país.

En el Perú, las empresas dedicadas a la producción textil están integradas a lo largo del proceso productivo, convirtiéndose en una ventaja competitiva, junto a la calidad de las fibras peruanas que están consideradas entre las mejores del mundo (algodón, lana de alpaca y vicuña) y aprovechando la cercanía de su principal mercado (**EE.UU.**), lo cual resulta ser una ventaja competitiva.

Esto ha permitido a la industria textil y de confecciones presentar una tendencia creciente en su producción, siendo las prendas de vestir uno de los principales productos, cuya importancia radica en el mayor valor agregado que presenta.

Las exportaciones peruanas del subsector confecciones hasta el mes de septiembre del presente año han alcanzado los US\$ 726 millones, lo que representa un crecimiento del 3% con respecto a lo exportado en similar mismo periodo del año pasado. Este comportamiento muestra un escenario alentador para finales de 2019, pues se lograría otro año más de crecimiento en este subsector.

Recordemos que en el año 2018, las exportaciones de este rubro

cerraron con un crecimiento del 10% (US\$ 962 millones) siendo las principales líneas de productos exportados: polos, camisas, ropa para bebé y pantalones.

Es muy importante resaltar que la suma de las exportaciones de estas líneas de productos mencionadas equivale al 87% aproximadamente de las exportaciones totales del subsector confecciones anualmente. Otro dato importante es que Estados Unidos es el principal mercado de destino, concentrando el 65% aproximadamente de los envíos totales anuales de este subsector, seguido de la **Unión Europea** (10%) y **Brasil** (9%).

Así, analizando el comportamiento que está teniendo el Perú en lo que va del año, además del historial del segundo semestre de los años anteriores y teniendo en cuenta la situación política y económica de los principales destinos, el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la **Cámara de Comercio de Lima** ha proyectado que las exportaciones a cierre del 2019 llegarían a crecer en 5%, lo que equivaldría a cerrar el año con un monto aproximado de US\$ 1.011 millones.

En ese sentido, en la Tabla 1 se detalla a cuánto ascendería el crecimiento de las principales líneas de productos.

PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES A CIERRE DE AÑO DEL SUBSECTOR CONFECCIONES POR
LÍNEAS DE PRODUCTO - VALOR FOB (US\$)

TABLA 1:

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019*	NIVEL DE PARTICIPACIÓN
T-SHIRT	313,699,123	327,702,941	350,735,402	394,631,179	413,938,726	41%
CAMISAS	386,775,222	352,816,143	356,009,493	372,890,147	394,039,900	39%
ROPA PARA BEBÉ	31,661,362	32,573,060	34,057,340	37,011,240	40,077,636	4%
PANTALONES	52,697,513	42,701,316	37,140,778	37,373,367	39,074,351	4%
OTROS	114,119,298	90,957,611	97,616,915	120,517,974	124,133,513	12%
TOTAL	898,952,519	846,751,071	875,559,929	962,423,906	1,011,264,126	



(*) Actualizado hasta septiembre

Fuente: SUNAT

Elaboración: IDEXCAM

Proyección de las exportaciones a cierre de este año del subsector confecciones por línea de producto.

Principales líneas de productos

Es importante conocer minuciosamente el comportamiento de las exportaciones de los principales componentes de las líneas de productos:

T-shirt: para este caso se estima un crecimiento del 5% al finalizar el año; siendo los polos de algodón de punto el principal producto exportado. Esto se debe a que **Estados Unidos**, nuestro principal mercado de destino, está teniendo un aumento en las importaciones de polos de algodón del 3% en los últimos dos años. Además, los envíos peruanos han registrado un crecimiento del 7% en los últimos dos años a este destino. Honduras, Nicaragua y **China**, los que tienen más del 70% del mercado estadounidense, son nuestros principales competidores.

Camisas: Para el caso de las exportaciones de camisas, se proyecta un crecimiento del 6% a cierre de 2019, siendo las camisas de algodón de punto el principal producto exportado que impulsarán los envíos. Estados Unidos es nuestro principal destino y si bien las importaciones estadounidenses de camisas, sobre todo las de algodón, han tenido una disminución en los últimos tres años (2% aproximadamente), el Perú en ese periodo ha podido no solo mantenerse como el cuarto proveedor de camisas de algodón, sino que registra cifras continuas de crecimiento restándole participación de mercado a países como Pakistán, Indonesia y Bangladesh. Es importante señalar que en el primer semestre de este año ya ha registrado un crecimiento del 33% de este producto hacia dicho destino.

Cabe resaltar que Vietnam, India y China son nuestros principales competidores con volúmenes de exportación mucho más elevados.

Ropa para bebé: Los envíos de este producto llegarían a crecer en 8% al cierre del año 2019, siendo la ropa para bebe de algodón de punto, el principal producto exportado. Estados Unidos y Argentina son los principales países de destino. El mercado estadounidense ha ido creciendo en las importaciones de esta línea de producto a niveles bajos (1% anual en los últimos cinco años) pero continuos.

Así también, las exportaciones peruanas a este destino han aumentado en 11% en el último año. En tanto, las exportaciones a Argentina han aumentado en un 37% en el 2018. China, Camboya, **India** y Vietnam son nuestros principales competidores.

Pantalones: Su exportación crecería en 5% este año. Dicho resultado se debe al aumento de las importaciones totales de pantalones desde Estados Unidos y Chile, nuestros principales mercados de destino. En el primer caso, las compras estadounidenses crecieron 20% en los últimos dos años, mientras que para Chile la tasa fue del 11%.

Además, las exportaciones peruanas a estos dos destinos han tenido un crecimiento del 1% y 12%, respectivamente en el último año, sumado al buen momento que han tenido las exportaciones en el primer semestre. China es nuestro principal competidor en ambos destinos.

Estados Unidos seguirá siendo nuestro principal mercado de destino de productos confeccionados, dado que tiene el 65% de los envíos de este subsector. Por ello, el **Perú** el debe de manejar y mantener las buenas negociaciones que ya tiene con este país.

Finalmente, cabe recordar que la nueva política económica que ha adaptado **EE.UU.** para fortalecer su industria en general, ocasionó la disminución de las importaciones desde países como **China** y **México**, hecho que momentáneamente ha ayudado al Perú a mantener un crecimiento constante en sus exportaciones disminuyendo la competencia.