

Textiles peruanos en Estados Unidos: retos y oportunidades

Las recientes medidas en materia arancelaria anunciadas por el presidente de Estados Unidos, **Donald Trump**, han generado incertidumbre en el comercio exterior, afectando sectores estratégicos como la industria Textil y de Confecciones en el Perú. A pesar de ello, el país mantiene vigente un Acuerdo de Promoción Comercial desde el 2009, instrumento que contempla los mecanismos para cualquier cambio o modificación de este, por lo que los anuncios de la imposición de aranceles recíprocos no debiesen ser de preocupación para nuestros exportadores.

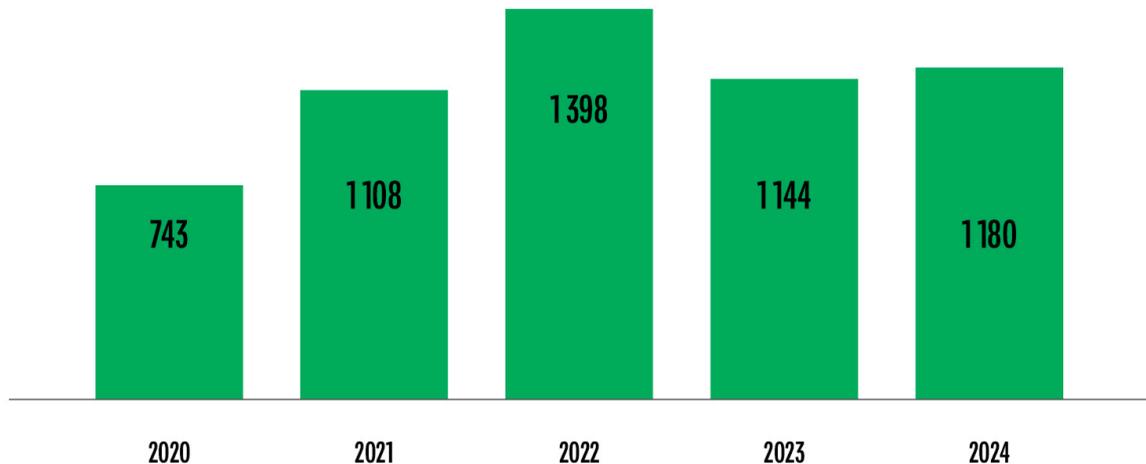
En este contexto, resulta clave analizar el comportamiento de las exportaciones peruanas de prendas de vestir. En el 2023, el sector experimentó una caída en sus ventas al exterior, seguida de una recuperación en el 2024. Este repunte refleja la volatilidad del sector y la necesidad de estrategias para mantener su posicionamiento en mercados claves como el estadounidense.

Gráfico 1: Exportaciones peruanas del sub sector prendas de vestir en los años 2020-2024. Valores expresados en millones de dólares



EXPORTACIONES PERUANAS DEL SUBSECTOR PRENDAS DE VESTIR (2020-2024)

(Valores expresados en millones de dólares)



Fuente: SUNAT

Elaboración: IDEXCAM

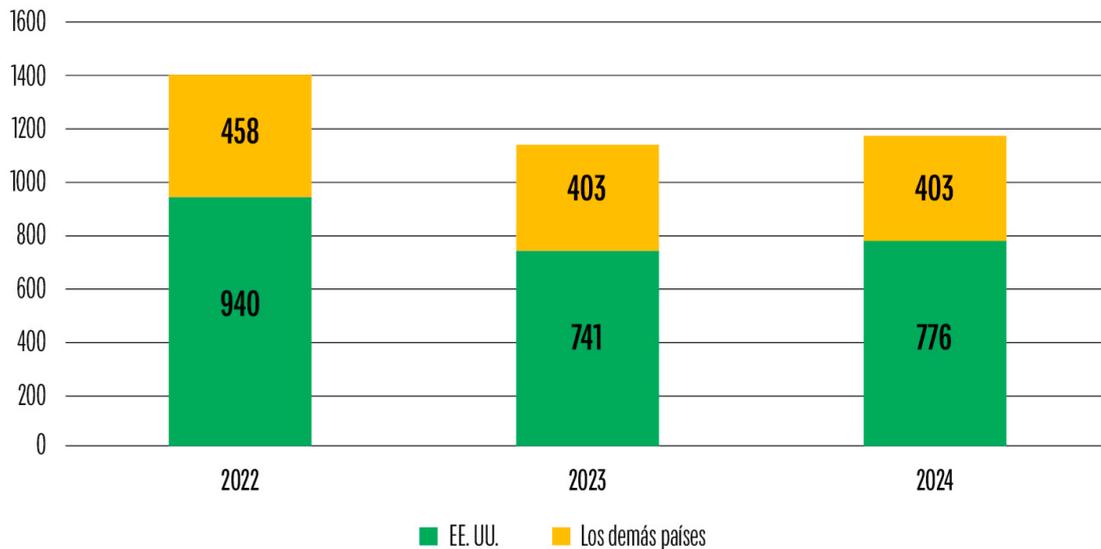
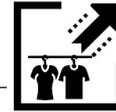
Este análisis examina el estado actual de las exportaciones peruanas de las principales prendas de vestir: polos, camisas, blusas, pantalones y shorts hacia Estados Unidos, mercado al cual se destina un 66 % de las ventas al exterior de estas prendas en los últimos tres años; asimismo se presentan las estrategias que se podrían adoptar para mitigar riesgos y mantener su presencia en el mercado.

Gráfico 2: Exportaciones peruanas del sub sector prendas de vestir por destino. Periodo 2020 – 2024. Valores expresados en millones de dólares.



EXPORTACIONES PERUANAS DEL SUBSECTOR PRENDAS DE VESTIR POR DESTINO

(Valores expresados en millones de dólares)



Fuente: SUNAT

Elaboración: IDEXCAM

Exportaciones de las principales prendas de vestir peruanas

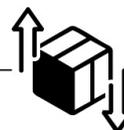
Estados Unidos es el destino principal de las exportaciones peruanas de prendas de vestir, absorbiendo el 66 % de los envíos en los últimos tres años. En el 2024, las exportaciones de polos, camisas, blusas, pantalones y shorts hacia crecieron un 21,27 % en valor y un 24,63 % en cantidad, alcanzando un total de US\$ 882 444 907 y 106 028 915 unidades.

Tabla 1: Exportación de las principales prendas de vestir. Periodo 2023-2024



EXPORTACIÓN DE LAS PRINCIPALES PRENDAS DE VESTIR

(2023-2024)



Producto	2023		2024		Variación 2024-2023	
	FOB (US\$)	Cantidad (U)	FOB (US\$)	Cantidad (U)	FOB US\$	UNIDADES
Polos 	500 798 974	67 354 267	651 357 182	87 061 477	30,06 %	29,26 %
Camisas 	146 568 804	9 937 780	157 433 693	11 171 859	7,41 %	12,42 %
Blusas 	30 421 518	3 454 743	23 919 761	3 345 092	-21,37 %	-3,17 %
Pantalones 	36 185 625	2 726 171	37 642 017	2 970 039	4,02 %	8,95 %
Shorts 	13 681 421	1 600 554	12 092 254	1 480 448	-11,62 %	-7,50 %
Total	727 656 342	85 073 515	882 444 907	106 028 915	21,27 %	24,63 %

Fuente: SUNAT

Elaboración: IDEXCAM

— Polos

Los polos lideraron las exportaciones peruanas de ropa en el 2024, con US\$ 651 357 182 y 87 061 477 unidades enviadas. Esto representó un incremento del 30,06 % en valor y 29,26 % respecto al 2023.

Los principales países de destino fueron:

- **Estados Unidos:** con el 60,56 % de participación de mercado, con un valor de US\$ 412 148 459 por 52 721 697 unidades (+24,49 % en valor y +15,83 % en cantidad).
- **Brasil:** con 18,53% de participación y un valor exportado de US\$ 73 447 192 por 16 134 311 unidades (+68,05 % en valor y 110,99 % en cantidad).
- **Canadá:** con un 4,28 % de participación, alcanzando un valor exportado de US\$ 34 906 320 por 3 722 745 unidades (30,80 % en valor y 34,21 % en cantidad).

Como se puede apreciar, Estados Unidos desempeña un papel fundamental en las exportaciones peruanas de polos, al

concentrar más del 60 % del mercado. También es importante destacar la constancia en su demanda, experimentando un crecimiento significativo en el 2024, consolidándose, así como un socio clave para la industria textil peruana.

— Camisas

En el 2024, las exportaciones de camisas alcanzaron US\$ 157 433 693 y 11 171 859 de unidades, con un incremento del 7,41 % en valor y 12,42 % en cantidad, respecto del 2023.

Los principales países de destino de esta línea de producto fueron:

- **Estados Unidos:** obtuvo el 72,06 % de participación de mercado, con US\$ 117 607 225 por 8 049 922 unidades (+9,91 % en valor y +14,90 % en cantidad).
- **Alemania:** 4,78% del mercado, con US\$ 6 544 355 por 534 254 unidades (+487,15 % en valor y 692,47 % en cantidad).
- **Brasil:** 4,64% del mercado, con US\$ 5 568 728 por 518 121 unidades (-31,73 % en valor y -19,33 % en cantidad).

Es evidente que, Estados Unidos es el mercado más importante para las exportaciones peruanas de camisas, concentrando la mayor participación y registrando un crecimiento sostenido.

— Blusas

En el 2024, las exportaciones peruanas de blusas decrecieron un 21,37 % en valor y 3,17 % en cantidad, con envíos por US\$ 23 919 761 y 3 345 092 unidades.

Los principales países de destino fueron:

- **Brasil:** con 35,88% de participación de mercado y un valor total exportado en el 2024 de US\$ 2 311 957 por 1 200 361 unidades (+21,33 % en valor y +52,07 % en cantidad en comparación con 2023).

- **Venezuela:** con 26,20% de participación y un valor exportado de US\$ 6 809 562 por 876 373 unidades (+1,16 % en valor y -2,84 % en cantidad)
- **Estados Unidos:** Con el 13,44% de participación de mercado, con un valor de US\$ 6 571 957 por 449 521 unidades (-29,01 % en valor y -28,80 % en cantidad).

Aunque las exportaciones peruanas de blusas disminuyeron en el 2024, Estados Unidos continúa siendo un mercado relevante para este producto; y es que, a pesar de la caída en su demanda, su posición como uno de los principales destinos es evidente.

— Pantalones

Las exportaciones peruanas de pantalones cerraron el 2024 con un valor de US\$ 37 642 017 por 2 970 039 unidades (+4,02 % en valor y +8,95 % en cantidad).

Los principales países de destino fueron:

- **Estados Unidos:** con un 34,46 % de participación de mercado y un valor exportado de US\$ 16 854 093 por 1 023 623 unidades (+3,69 % en valor y + 14,77% en cantidad en comparación con el 2023).
- **Chile:** con 26,52% de cuota de mercado y un valor exportado de US\$ 5 433 256 por 787 649 unidades (+92,86 % en valor y +24,20 % en cantidad).
- **Venezuela:** con 20,73 % del mercado y un valor importado de US\$ 8 335 065 por 615 708 unidades (-18,26 % en valor y -12,57 % en cantidad).

Considerando estos resultados, se puede afirmar que Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones peruanas de pantalones, con una participación destacada y un crecimiento sostenido en el 2024. Su demanda en aumento impulsa el desarrollo del sector textil peruano, reafirmando su importancia como mercado clave

— Shorts

En el 2024, las exportaciones de shorts cayeron 11,62 % en valor y 7,50 % en cantidad, con US\$ 12 092 254 por 1 480 448 unidades.

Los principales mercados fueron:

- **Estados Unidos:** obtuvo un 53,61 % de participación de mercado, con un valor exportado de US\$ 6 910 384 por 793 707 unidades (-18,22 % en valor y -4,05 % en cantidad).
- **Venezuela:** con 16,01 % de participación, con un valor exportado de US\$ 1 446 087 por 237 007 unidades (+33,42 % en valor y +38,06 % en cantidad).
- **Chile:** con 11,09 % de participación, con US\$ 622 533 por 164 249 unidades (+15,85 % en valor y -32 % en cantidad).

Como puede verse, Estados Unidos sigue siendo el mercado más importante para las exportaciones peruanas de shorts, representando más de la mitad de la demanda total; aunque se registró una caída en las exportaciones hacia este destino, su liderazgo en el sector resalta su papel clave para la industria textil peruana.

Oportunidades comerciales y estrategias para el crecimiento de las exportaciones peruanas de prendas de vestir en EE. UU.

El sector textil y de confecciones peruano enfrenta un momento clave en su desarrollo exportador, impulsado por una combinación de factores que están redefiniendo el comercio internacional de prendas de vestir:

1. **Menor competitividad de China y Vietnam:** Estados Unidos, el principal destino de las exportaciones peruanas del rubro, se encuentra en un proceso de transformación comercial en el que la imposición de aranceles adicionales a países como China y Vietnam ha generado un entorno propicio para que Perú fortalezca su presencia

en este mercado.

A ello se suma la vigencia del Acuerdo de Promoción Comercial entre Perú y Estados Unidos, el cual garantiza el acceso preferencial de los productos peruanos sin la aplicación de aranceles, siempre que cumplan con los requisitos de origen. Esta ventaja estratégica, combinada con la creciente demanda de productos textiles en el mercado estadounidense y la calidad diferenciada de las prendas peruanas, abre una ventana de oportunidad para el sector privado y el Estado, quienes deben actuar en conjunto para consolidar y expandir la industria textil nacional en el exterior.

- 2. Calidad del algodón Pima:** es importante resaltar que el crecimiento sostenido en las exportaciones de prendas de vestir peruanas, en particular de polos, camisas y pantalones, demuestra que el mercado estadounidense sigue confiando en la oferta nacional. En el 2024, se registró un incremento del 30,06 % en el valor exportado de polos, alcanzando más de US\$ 651 000 000, mientras que las camisas mostraron un aumento del 7,41 % y los pantalones del 4,02 %.

Este crecimiento se debe en gran parte a la alta calidad de los textiles peruanos, especialmente de algodón Pima, cuya reputación ha sido clave para mantener la demanda. No obstante, ello, la industria debe prepararse para competir con países como Bangladesh y la India, que están fortaleciendo su capacidad exportadora con precios más bajos. Para contrarrestar esta competencia, es esencial que el sector privado invierta en innovación, sostenibilidad y diferenciación de productos, mientras que el Estado debe proporcionar incentivos para la modernización de procesos y la mejora de la logística exportadora.

- 3. Estrategias comerciales y de marketing:** uno de los factores más relevantes en este contexto es la pérdida de competitividad de China y Vietnam debido a la

política arancelaria de Estados Unidos. Las medidas impuestas por el Gobierno estadounidense han encarecido significativamente los productos de estos países, lo que ha llevado a muchos importadores a buscar alternativas más rentables. Perú, al no estar sujeto a estos aranceles adicionales, tiene una oportunidad única para ocupar el espacio dejado por estos competidores y posicionarse como un proveedor confiable para grandes cadenas de distribución y retailers en Estados Unidos.

Para aprovechar esta ventaja, el sector privado debe fortalecer sus estrategias comerciales y de marketing, destacando no solo la calidad de los productos peruanos, sino también su sostenibilidad y trazabilidad. En paralelo, el Estado debe agilizar los procesos aduaneros, facilitar la certificación de origen y promover acuerdos estratégicos con importadores estadounidenses para garantizar la presencia de la confección peruana en este mercado clave.

- 4. Diversificación de productos más inversión en innovación y sostenibilidad:** a pesar de los avances en las exportaciones, la industria textil peruana aún tiene desafíos que deben ser abordados con una visión de largo plazo. La diversificación de productos es una necesidad imperante, dado que actualmente la mayor parte de las exportaciones se concentra en polos y camisas. Existen segmentos con alto potencial de crecimiento, como la ropa deportiva, las prendas de lujo y la moda sostenible, que están en auge en Estados Unidos debido a una mayor conciencia del consumidor sobre el impacto ambiental de la industria textil.

Para capitalizar estas oportunidades, las empresas peruanas deben invertir en investigación y desarrollo, creando líneas de productos innovadoras que se diferencien de la oferta tradicional. A su vez, el Estado debe facilitar el acceso a financiamiento para la modernización de maquinaria y la implementación de procesos más eficientes y sostenibles.

Cabe señalar, que la certificación de productos ecológicos y la digitalización de las exportaciones son acciones claves que permitirán a la industria textil peruana competir en los segmentos de mayor valor agregado.

5. Estrategia digital y e-commerce: en este contexto de transformación global, la promoción internacional y las alianzas estratégicas juegan un papel determinante para la consolidación del sector textil peruano en el exterior. En ese sentido, la participación en ferias internacionales y eventos especializados en Estados Unidos es fundamental para generar nuevos negocios y fortalecer la relación con importadores y distribuidores. El Estado, a través de Promperú y otros organismos de promoción comercial, debe diseñar estrategias de posicionamiento para las prendas peruanas en el mercado estadounidense, resaltando atributos diferenciadores como la calidad del algodón Pima, la confección de alto nivel y el compromiso con la sostenibilidad. Al mismo tiempo, es crucial que las empresas del sector trabajen en conjunto para establecer consorcios exportadores, los cuales les permitan acceder de manera más competitiva a nuevos mercados y mejorar su capacidad de negociación con compradores internacionales.

Para consolidar el crecimiento del sector textil en Estados Unidos y otros mercados, es imprescindible la inversión en tecnología y digitalización. La incorporación de inteligencia artificial en la predicción de tendencias, el uso de big data para optimizar la cadena de suministro y la automatización de procesos productivos pueden generar una ventaja competitiva significativa. Además, la venta directa al consumidor a través de plataformas de *e-commerce* es una estrategia que debe ser impulsada con mayor fuerza, ya que permite a las marcas peruanas acceder directamente al consumidor final sin intermediarios, aumentando sus márgenes de rentabilidad. En

este sentido, el Estado debe promover programas de capacitación en comercio digital y apoyar la internacionalización de las marcas nacionales a través de plataformas como Amazon y Shopify.

En conclusión, el panorama internacional ofrece una ventana de crecimiento sin precedentes para el sector de Confecciones peruano. Sin embargo, su éxito dependerá de acciones concretas y coordinadas entre el sector privado y el Estado. En ese sentido, la implementación de estrategias orientadas a la diversificación, sostenibilidad e innovación será clave para consolidar la presencia de la industria textil peruana en Estados Unidos y otros mercados estratégicos. Con una visión clara y un trabajo conjunto, Perú no solo puede aumentar sus exportaciones de prendas de vestir, sino también posicionarse como un líder regional en la producción de textiles de alta calidad, generando empleo y fortaleciendo el desarrollo económico del país.

LEE MÁS:

¿Qué regiones del Perú lideran las exportaciones en enero de 2025?

Derechos de la Mujer en el Perú: Marco legal y desafíos pendientes

En el Perú, la mujer tiene el derecho a una vida libre de violencia y discriminación, a la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral y educativo, a la salud, educación, a la propiedad, la participación política y la planificación

familiar. No obstante, a pesar de los avances legislativos, persisten desafíos que limitan el ejercicio pleno de estos derechos.

A continuación, se presentan las principales leyes y normativas vigentes en el país que garantizan y protegen los derechos de las mujeres en distintos ámbitos.

1. Ley N.° 27942: Ley de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual

Esta norma tiene como objetivo prevenir y sancionar el hostigamiento sexual en relaciones de autoridad o dependencia, sin importar la forma jurídica de la relación. Establece diversas obligaciones para los empleadores, como:

- Mantener un ambiente de respeto en el centro de trabajo.
- Capacitar a los trabajadores en normas y políticas contra el hostigamiento sexual.
- Reparar los perjuicios laborales ocasionados a la víctima y adoptar las medidas necesarias para que cesen las represalias ejercidas por el hostigador.
- Informar al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) sobre los casos de hostigamiento y los resultados de las investigaciones.

2. Ley N.° 30364: Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar

Esta ley busca prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, tanto en espacios públicos como privados. También protege a los integrantes del grupo familiar, especialmente a quienes están en situación de vulnerabilidad,

por la edad o situación física. Establece mecanismos, medidas y políticas integrales para asegurar la prevención, atención y protección de las víctimas, y la reparación del daño causado. Dispone, además, la persecución y sanción de los agresores, incluyendo su reeducación, para que las mujeres y grupos familiares puedan vivir libres de violencia y ejercer plenamente sus derechos.

3. Ley N.º 31051: Protección laboral para mujeres gestantes y madres lactantes en emergencia sanitaria

Esta norma dispone que las mujeres gestantes soliciten la reubicación en tareas que no pongan en riesgo su salud ni la del feto. El empleador está obligado a atender esta solicitud sin afectar los derechos laborales de la trabajadora.

Durante estados de emergencia sanitaria, el empleador debe identificar a las trabajadoras gestantes o madres lactantes cuya integridad o la de su menor hijo o hija son puestas en riesgo por las circunstancias que propiciaron el estado de excepción decretado, a efectos de aplicar de forma obligatoria el trabajo remoto (teletrabajo) para el cumplimiento de sus actividades laborales.

Ley N.º 30709: Ley que prohíbe la discriminación remunerativa

Su propósito es eliminar la discriminación remunerativa entre hombres y mujeres. Para ello se establece:

- La obligación de definir categorías, funciones y remuneraciones basadas en el principio de “igual remuneración por igual trabajo”, en concordancia con el

mandato constitucional de igualdad de oportunidades sin discriminación en las relaciones laborales, así como del lineamiento de idéntico ingreso por trabajo de igual valor.

- La prohibición de despidos o la no renovación de contratos debido a embarazo o periodo de lactancia. Esta norma se alinea con el Convenio OIT 183 sobre protección de la maternidad.

Decreto Supremo 003-97-TR: TUO de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral

Declara nulo el despido basado en razones de género, embarazo, discapacidad, religión, opinión, idioma, o cualquier otra forma de discriminación. En el caso de embarazo, se presume que el despido es discriminatorio si el empleador no prueba la existencia de una causa justa.

Ley N.° 26644: precisa el goce del derecho de descanso prenatal y posnatal

Modificada por la Ley 30792, garantiza:

- 49 días de descanso prenatal y 49 días de descanso posnatal.
- La posibilidad de diferir el descanso prenatal y acumularlo al posnatal, según la decisión de la trabajadora.
- Que estos periodos sean considerados como días efectivamente laborados para el cálculo de utilidades.

Ley N.° 26790: Subsidios por maternidad y lactancia

Establece beneficios económicos para las madres trabajadoras aseguradas:

- Subsidio por maternidad: compensa el tiempo de licencia por maternidad con pago durante 98 días, ampliable en casos de parto múltiple o discapacidad del recién nacido.
- Subsidio por lactancia: es un beneficio que otorga **EsSalud** a la madre del recién nacido vivo, con el fin de contribuir a su cuidado. Es un pago único equivalente a S/ En caso de parto múltiple, el subsidio se entrega por cada niño.

Ley N.° 29896: Implementación de lactarios en centros de trabajo

Obliga a todas las instituciones públicas o privadas con 20 o más trabajadoras en edad fértil (15 a 49 años) a implementar un espacio adecuado para la extracción y conservación de leche materna durante la jornada laboral.

Ley N.° 27591: Permiso por lactancia

Establece que las trabajadoras del sector público y privado tiene derecho a una hora diaria de permiso por lactancia materna hasta que su hijo cumpla un año. Este tiempo puede ser fraccionado en dos periodos iguales dentro de la jornada laboral.

Ley N.° 31155: Ley que previene y sanciona el acoso contra las mujeres en la vida política

Establece mecanismos de atención, prevención, erradicación y sanción del acoso contra las mujeres, por su condición de tales, en la vida política, con la finalidad de garantizar el ejercicio pleno de sus derechos políticos y que participen en igualdad de condiciones.

Código Penal, Artículo 108-B: Penalización del feminicidio

Establece sanciones severas para quienes asesinen a una mujer por su condición de tal:

- Pena mínima de 20 años.
- Pena mínima de 30 años, si la víctima es menor edad, mayor, embarazada, tiene discapacidad o ha sufrido violencia sexual.
- Si hay dos o más agravantes, la pena será cadena perpetua.

Ley N.° 31030: Participación política y derechos electorales

Establece que las listas electorales deben cumplir con la paridad y alternancia de género, garantizando la participación equitativa de mujeres y hombres en los procesos electorales.

Retos pendientes

Si bien en el Perú se han implementado diversas leyes para la protección de los derechos de la mujer, aún persisten desafíos

importantes que impiden su ejercicio pleno. La violencia de género, la brecha salarial, la discriminación laboral y el acceso a la educación y salud siguen siendo problemas latentes.

Es fundamental que estas normativas no solo existan, sino que se apliquen de manera efectiva. La eliminación de la violencia y la discriminación contra las mujeres requiere un compromiso integral del Estado, las empresas y la sociedad en su conjunto, con el fin de garantizar un futuro con igualdad de oportunidades para todos.

LEE MÁS:

CCL: “Muchas mypes comienzan bajo la dirección de una mujer”

“La educación ocupacional tiene un impacto directo en la competitividad”

¿Qué son los incentivos a la contratación laboral del primer empleo y cómo se aplican en el Perú?

Son medidas implementadas por los gobiernos para fomentar la inserción de los jóvenes y personas sin experiencia en el mercado laboral. Su objetivo es reducir las barreras de acceso al empleo y motivar a las empresas a contratar talento joven.

En el caso peruano, existen normativas que promueven esta iniciativa. Destaca la **Ley N.° 30288**, que facilita el acceso de jóvenes de 18 a 24 años al mercado laboral y a la protección social mediante un régimen especial. Esta ley ofrece beneficios como la reducción de costos laborales para

las empresas a través de la exoneración de la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) y gratificaciones. Además, permite acceder a un crédito tributario contra el Impuesto a la Renta por inversión en capacitación, hasta un 2 % de la planilla anual.

¿Existen otras leyes que incentiven la contratación juvenil?

Sí, la **Ley del Joven Empresario (Ley N.° 31828)** que establece incentivos fiscales para las empresas que contraten a jóvenes entre los 18 y 29 años. Vigente para los años 2024 y 2025, esta normativa permite deducciones tributarias del 50 % de la remuneración básica de los nuevos trabajadores y otorga prioridad a estas empresas en licitaciones y convenios con el Estado.

Estos incentivos, tanto fiscales como tributarios, son fundamentales para impulsar la inserción laboral de los jóvenes y fomentar su desarrollo profesional.

¿Qué iniciativas ha presentado la Cámara de Comercio de Lima (CCL) para promover la contratación juvenil?

Desde la **CCL** hemos planteado diversas iniciativas para fortalecer la contratación juvenil. Recientemente, en una reunión con el ministro de Educación, propusimos la implementación del programa "Beca 18 ocupacional". Esta iniciativa permitiría que las empresas financien la formación técnica o profesional de jóvenes de bajos recursos en áreas estratégicas de la economía. Así se facilitaría la transición del ámbito educativo al mercado laboral, respondiendo a la necesidad de conectar la oferta de trabajo con la demanda de profesionales calificados.

¿Por qué es clave impulsar la educación ocupacional en el país?

Desde la **CCL** consideramos que la educación ocupacional tiene un impacto directo en la competitividad y el desarrollo

económico. Este modelo educativo busca alinear las habilidades y competencias de los trabajadores con las necesidades reales del mercado, facilitando su acceso a empleos de calidad.

Creemos firmemente que el **Estado** debe actuar de manera oportuna para fortalecer este tipo de formación. No pretendemos ser un Ministerio de Educación, pero, como empresarios, sabemos lo que el país necesita para ser más productivo y competitivo. Una educación de calidad garantiza el desarrollo de la fuerza laboral y el crecimiento económico sostenible.



¿Cómo se relaciona “Beca ocupacional” con el programa original “Beca 18”?

Sí, para nosotros, **Beca 18** es un programa relevante, pues desde su creación en el 2011 se han beneficiado a más de 96 000 jóvenes peruanos, provenientes principalmente de zonas rurales, comunidades nativas, regiones afectadas por la violencia o en situación de vulnerabilidad.

Esa equidad para la educación superior que brinda Beca 18 también debería replicarse para la educación ocupacional, ya

que hay un enorme potencial de talentos que podrían insertarse en el campo laboral. Sin embargo, si no cuentan con la capacitación adecuada y los recursos necesarios, se perdería la oportunidad de generar empleo de calidad.

Por ello, buscamos que **“Beca 18 ocupacional”** sea una realidad y llegue de manera masiva a nivel nacional, considerando que al año egresan de los colegios cerca de 800 000 estudiantes, quienes podrían tener la posibilidad de continuar estudios profesionales o contar con un oficio que les permita insertarse rápidamente en el mercado laboral.

¿Qué otros mecanismos pueden implementarse para fomentar la contratación juvenil?

Una opción innovadora sería la creación de un programa de “educación por impuestos”, similar al modelo de **Obras por Impuestos (OxI)**. Este mecanismo permitiría que las empresas financien programas de capacitación y empleabilidad juvenil a cambio de beneficios tributarios, como la deducción de un porcentaje del Impuesto a la Renta.

Actualmente, el modelo “educación por impuestos” ya se aplica para financiar proyectos educativos, como la construcción de escuelas y la mejora de infraestructura y equipamiento tecnológico. En este esquema, el Estado es el encargado de aprobar y supervisar el proyecto para cumplir con los estándares educativos. Extenderlo al ámbito de la formación ocupacional sería una estrategia efectiva para mejorar la empleabilidad juvenil y fortalecer la economía del país.

LEE MÁS:

“Se necesita un combo tributario y laboral contra la informalidad en el trabajo”