

Prácticas sostenibles en la moda peruana

Perú Moda & Perú Moda Deco es uno de los mayores eventos de la industria de la vestimenta peruana y una de las plataformas del sector más importantes en América Latina.

El presidente de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (**Promperú**), Luis Torres, señaló que esta edición se basa en el concepto **Feel & Live Sustainable**, que tiene como objeto mostrar al mundo la necesidad de ser sostenibles y tomar acciones en busca de ello.

Señaló que la industria de la vestimenta y de los accesorios en nuestro país encuentra hoy día un espacio enorme para poder aprovechar sobre la base de mostrar esa sostenibilidad, enseñar un Perú milenario. Indicó que en este **Perú Moda & Perú Moda Deco** que durará hasta el 30 de octubre están participando el 70% de la oferta exportable del país.

Por su parte, la viceministra de Comercio Exterior, Sayuri Bayona, durante la inauguración del evento, explicó que en esta edición de Perú Moda se busca dar un paso más en el concepto de sostenibilidad y demostrar al mundo que para estar a la moda también se necesita tomar acciones a lo largo de la cadena de valor que promuevan la preservación del medio ambiente y el respeto y cuidado de nuestros recursos naturales.

Asimismo, señaló que a través del Premio a la Sostenibilidad e

Innovación en la Industria Textil, Vestimenta y Decoración se reconocerá a las empresas del sector que hagan uso de prácticas sostenibles e innovadoras para optimizar sus procesos productivos.

Panel de sostenibilidad

Perú Moda & Perú Moda Deco es organizado por el **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)** y **Promperú**, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), la **Asociación de Exportadores (Adex)** y la **Sociedad Nacional de Industrias (SNI)**.

El director de la Oficina Institucional de la CCL, **Carlos Posada**, señaló que como gremio siempre han pensado que la sostenibilidad impacta en diversas formas en la oferta exportable, como el medio ambiente, el ecosistema y en los productos que son más amigable con el planeta, pero sobre todo, refirió que impacta en la gestión económica, social de las empresas.

“Esta que no es una tendencia nueva, pero es cada vez más creciente y global, exige que los productos estén alineados al cuidado y preservación del ambiente en todas sus dimensiones”, destacó Posada.

Para el presidente de Adex, **Erik Fischer** el exportador peruano ha interiorizado el concepto de sostenibilidad porque apunta a llegar a mercados altamente competitivos, que están innovando

y que tienen exigencias en términos de sostenibilidad ambiental, social y económica de los productos.

“También enfrentas a un consumidor cada vez más informado y exigente que quiere saber que los productos que está adquiriendo son buenos para el medio ambiente”, precisó Fischer.

Por su parte, el presidente de la SNI, **Ricardo Márquez**, señaló que era evidente que la sostenibilidad tenía que llegar a lo que es la industria y eso significa que como empresarios de este rubro tienen que cuidar el entorno ambiental y social, detalló además que la sostenibilidad será un requisito para las empresas a futuro.

A su turno, el embajador **Eduardo Chávarry**, director de la Oficina de Promoción Económica de la Cancillería, sostuvo que la sostenibilidad es una variable importante y vital.

“Podríamos decir que la gran ventaja que tiene el Perú es contar con todos los elementos que integran la cadena productiva de diversos bienes determinados en el rubro de la moda como son el caso del algodón y la alpaca que surgen de la rica biodiversidad de nuestro país”, destacó Chávarry.

En ese sentido, dijo que la sostenibilidad asumida como la armonía entre el proceso productivo y el cuidado de los recursos y el respeto de los conocimientos ancestrales tiene un alto y positivo impacto para la oferta exportadora peruana.