

# **Ramón Veliz: “Sector textil-confecciones requiere soluciones de largo plazo”**

**¿Cómo se ha comportado el sector textil en lo que va del año y qué perspectivas se tiene para el cierre del 2022?**

En el primer trimestre, el sector exportador vino con un componente de mayor actividad y continuamos superando las cifras de exportación de años anteriores. Prevemos que este año se alcance un crecimiento cercano al 15%, respecto al año 2019, alineado con la recuperación estimada por el Fondo Monetario Internacional (FMI) para el 2022, que proyecta un crecimiento de la economía global del 5% donde observamos que, los mercados atendidos para la exportación de nuestras prendas siguen la misma tendencia.

En el mercado interno, el panorama es totalmente diferente. Los factores que principalmente están afectando este mercado son la elevada incertidumbre política actual, baja productividad, escasa innovación, poco acceso al financiamiento, escasa inversión y los altos e inestables costos de la materia prima. No obstante, esta tendencia viene desde el último quinquenio. Se estima que las ventas de productores y comercializadores de prendas fabricadas en Perú se han reducido cerca del 55%.

**El Gobierno decidió no aplicar salvaguardias a la importación de ropa procedente de China y Bangladesh. ¿Qué opina del tema?**

La salvaguardia es una medida de emergencia temporal y excepcional que no resolverá los problemas estructurales que

tiene el sector dedicado a la atención del mercado local.

Si analizamos la balanza comercial del sector, observaremos que es altamente positiva para el país, dado que las exportaciones del sector superan largamente las importaciones. Esto, como consecuencia de nuestra política comercial de apertura e integración con el mundo lo que ha motivado mayor desarrollo y crecimiento de la competitividad del sector exportador, así como mayor eficiencia e innovación.

Aplicar salvaguardia originaría un mayor costo de las prendas importadas afectando la economía de los hogares y podría acentuarse el contrabando y la subvaluación.

**El Gobierno declaró en emergencia al sector textil-confecciones. ¿De qué manera esto ayudará a impulsar al sector?**

El 19 de mayo pasado, el Gobierno publicó el DS 004-2022 que declara en emergencia el sector textil y confecciones a nivel nacional por 60 días calendarios con el fin de reactivar el sector y con este fin aprueba un plan de emergencia dirigido principalmente a las MYPES que contiene i) Acceso a financiamiento; ii) Fortalecimiento de capacidades, competitividad y productividad; y iii) Facilitar el acceso de las micro y pequeñas empresas a las compras públicas.

Sin embargo, el problema del sector que requiere reactivarse es estructural. Se requiere soluciones de largo plazo, tales como mayor inversión en innovación, facilitar el acceso a la

compra de tecnología y capacitación para lograr mayor competitividad y así fortalecer nuestra industria de confección. No obstante, observamos que las medidas tomadas son de corto plazo.

**¿Es suficiente el plazo que han puesto para esta emergencia (julio 2022)?**

No. La maduración de cualquier plan inclusive de emergencia bajo la coyuntura actual debe extenderse como mínimo a seis meses. Ello, para evaluar cualquier resultado.

**¿Cuál es la situación de la producción nacional?**

La producción nacional principalmente se ha visto impulsada por la demanda del comercio mayorista. Según cifras del INEI, entre enero y marzo de 2022, la fabricación de productos textiles mostró un crecimiento acumulado de 3% sobre 2021.

Sin embargo, aún no alcanza los niveles de prepandemia. Ello, como resultado de la afectación económica que sufre el país. Actualmente, en el caso de la materia prima, algodón y otras materias en su proceso de hilatura, se observa que la industria está ocupando su capacidad máxima de producción. En tejido, acabado y confección, ocupa un 60% de su capacidad productiva. Estas cifras se alcanzan por el dinamismo que se observa en el sector exportador de textiles y confecciones.

**Cómo van la demanda interna y los precios del sector. ¿Han**

## **Logrado recuperarse?**

Se estima que la demanda interna ha disminuido alrededor del 35% respecto al 2019. En referencia a los precios para el mercado exportador, estos han experimentado una recuperación tomando en cuenta al año 2020. Sin embargo, aún no alcanzan los niveles de prepandemia. Ello se debe a la paulatina recuperación de la economía mundial. Con respecto al mercado local, los precios se han incrementado debido al alza de costos de materia prima y fletes internacionales.

## **¿En cuánto se ha incrementado el precio de las materias primas?**

En abril del 2020, el precio del algodón en el mercado internacional llegó a su nivel más bajo y a octubre de 2021, el precio se había incrementado en más del 120%. Ello, como consecuencia de una mayor demanda del mercado internacional y la crisis del transporte de mercancías, afectando los costos de todos los actores de la cadena productiva del sector.

Durante este año, los precios de la materia prima continúan en una tendencia alcista, pero con incrementos más reducidos, siendo muy poco probable que, en el corto plazo, se vuelvan a alcanzar los niveles de precio de prepandemia.

## **¿Qué productos se están exportando más? ¿Cómo cerrarán las exportaciones textiles este 2022?**

Para 2021, el top de productos más exportados del sector estaba compuesto por: los T-Shirts de algodón, camisas de punto de algodón, T-shirts de material textil, y suéteres de algodón. Estimamos que, las exportaciones del año 2022 alcanzarán un incremento cercano al 15% respecto al año 2019.

## **¿Cómo va nuestro país respecto a la moda?**

La moda en Perú, como concepto de cultura milenaria, es bastión importante para definir nuestro logro como país de sourcing, mas no define como tendencia y conceptos en referencia a nivel global

No obstante, la moda en el Perú, como en otros países, está paralizada desde principios de la pandemia hasta ahora. La costumbre de vestir informal y con ropa cómoda, suelta o deportiva permanece y seguirá así al menos dos temporadas más, hasta que los niveles de consumo por temporada crezcan.

No somos un país de referencia en el sentido tácito de la moda, tal y como son Francia, Italia, Alemania, Japón, Estados Unidos y Corea del Sur, que sí son países de alto consumo y definen la moda y marcas. Casos no menos importantes son Brasil y Argentina, y, por debajo, Colombia en América Latina.