

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.

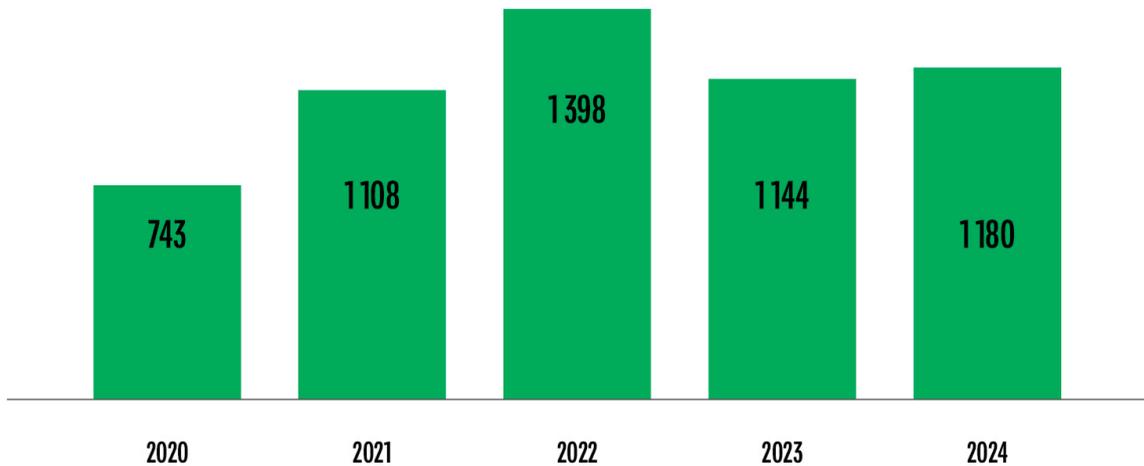
En este contexto, resulta clave analizar el comportamiento de las exportaciones peruanas de prendas de vestir. En el 2023, el sector experimentó una caída en sus ventas al exterior, seguida de una recuperación en el 2024. Este repunte refleja la volatilidad del sector y la necesidad de estrategias para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

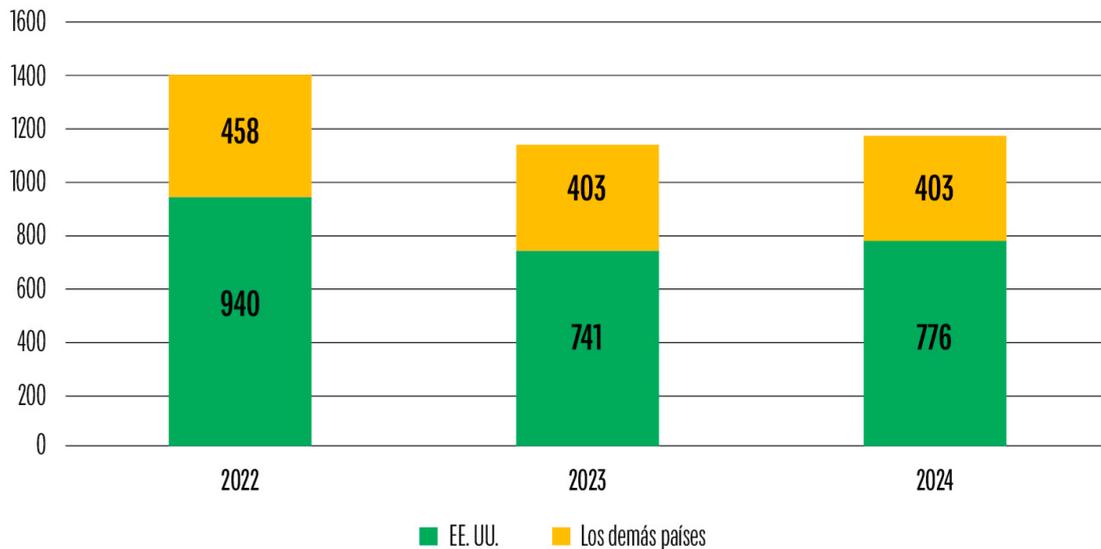
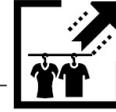
Este análisis examina el estado actual de las exportaciones peruanas de las principales prendas de vestir: polos, camisas, blusas, pantalones y shorts hacia Estados Unidos, mercado al cual se destina un 66 % de las ventas al exterior de estas prendas en los últimos tres años; asimismo se presentan las 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

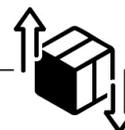
Estados Unidos es el destino principal de las exportaciones peruanas de prendas de vestir, absorbiendo el 66 % de los envíos en los últimos tres años. En el 2024, las exportaciones de polos, camisas, blusas, pantalones y shorts hacia crecieron un 21,27 % en valor y un 24,63 % en cantidad, alcanzando 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?