

PERÚ:

PLAN ESTRATEGICO
NACIONAL EXPORTADOR
2003 - 2013
(PENX)

PLAN
OPERATIVO
EXPORTADOR
DEL SECTOR
TEXTIL Y
CONFECCIONES

Abril de 2004

I N D I C E

Palabras del Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Doctor Alfredo Ferrero
Palabras del Viceministro de Comercio Exterior y Turismo, Doctor Pablo de la Flor
Palabras de las Instituciones Representantes de la Comisión Multisectorial Permanente del PENX

Introducción

I. Competitividad Sistémica.	11
1. Bases de la Competitividad Sistémica	11
II. Enfoque Competitividad Exportadora en Textiles y Confecciones.	12
1. Cadenas Productivas	12
III. Vocación Exportadora Peruana en Textiles y Confecciones.	14
1. Dinámica Productiva	14
2. Performance Empresarial	19
IV. Análisis de la Demanda de Exportaciones Textiles y Confecciones.	39
1. Dinámica Exportadora Mundial Manufacturera	39
2. Patrones y Tendencias del Consumo	41
3. Oportunidades de Mercado	42
4. Análisis de la Competencia	50
V. Estrategias.	68
1. Análisis Estratégico	68
VI. Programación de Políticas, Objetivos y Acciones.	72
1. Políticas del Plan Operativo Sectorial Textil y Confecciones	72

Bibliografía

Palabras del Ministro de Comercio Exterior y Turismo Dr. Alfredo Ferrero Diez Canseco



Durante los últimos dos años, las exportaciones peruanas totales y en particular las no tradicionales mantuvieron un crecimiento sostenido.

Dentro de estas últimas, uno de los sectores más dinámicos fue el de textil-confecciones, entre otros factores por la ampliación del ATPDEA hasta el año 2006.

Este sector, sin duda cuenta con ventajas notables en cuanto a la calidad de la materia prima y de sus manufacturas, pero enfrenta también una creciente competencia de distintos suplidores a nivel mundial.

Conscientes de ello, el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) priorizó este sector, formulando el presente plan operativo que comprende tareas fundamentales para el sector público y privado con miras a mantener y estimular aún más el ritmo de crecimiento registrado por este importante

generador de divisas para el país.

Debemos subrayar además que se trata de uno de los principales generadores de mano de obra directa e indirecta.

Siendo todos conscientes que uno de los problemas medulares de nuestra economía es la escasa generación de empleo, no cabe duda que esta es una fuente importante que debe ser fortalecida y potenciada.

El MINCETUR, desde su creación, ha pretendido establecer una alianza estratégica con el sector privado, reconociendo en forma clara, que es éste el motor de desarrollo de la economía, compitiéndole al estado actuar como promotor y facilitador de la actividad privada. Este esfuerzo, pone de manifiesto la franca intención del estado en su conjunto de encontrar mecanismos viables para desarrollar y consolidar la imagen del Perú como país exportador.

No se trata de una tarea fácil, pero, como todo en la vida, mucho depende de la actitud y buena disposición de todos los que amamos al Perú y creemos que éste es más grande que sus problemas.

Palabras del Viceministro de Comercio Exterior

Dr. Pablo de la Flor



Desarrollar nuestra oferta exportable en el sector textil y confecciones supone introducir acciones y propuestas específicas que impulsen su crecimiento sostenido en los mercados internacionales.

Con eso en mente, y en el marco del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX), el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha iniciado un trabajo coordinado para el lanzamiento oficial de un Plan Operativo Exportador para el Sector Textil y Confecciones.

Dicho Plan integra los esfuerzos de una serie de instituciones del sector público y privado comprometidas con el desarrollo a largo plazo de este importante sector de la economía.

Cada actor involucrado en esta tarea tiene una serie de responsabilidades que han sido consensuadas y validadas en la Comisión Permanente del PENX, lo que significa que hemos logrado consolidar un plan de acción común -una hoja de ruta- para desarrollar las exportaciones textiles al interior de toda la cadena productiva.

Esta cadena comprende acciones en los campos de producción agrícola (algodón) y pecuaria (fibras de alpaca y vicuña), e involucra la promoción y desarrollo de las exportaciones de productos terminados con alto valor agregado (prendas de vestir).

Hoy, la industria textil y de confecciones es uno de los sectores de desarrollo más dinámico y de mayor crecimiento exportador dentro de la economía nacional. Ese crecimiento se sustenta en el uso preferente de recursos naturales del país, que constituyen materias primas de reconocida calidad internacional

Por otro lado, el sector textil tiene gran importancia en la generación de empleo productivo. De hecho, el ingreso familiar de más del 10 por ciento de las familias peruanas depende de un puesto de trabajo directa o indirectamente relacionado con la cadena textil y de confecciones.

El Plan Operativo Exportador para el Sector Textiles y Confecciones constituye un primer paso para transformar esas ventajas comparativas en ventajas competitivas, a partir de un trabajo organizado e integral con todos los agentes involucrados.

Esperamos sostener este esfuerzo en el tiempo, gracias a la alianza entre el Gobierno y la empresa privada en pos del desarrollo exportador del país. A través de un trabajo conjunto, articulado y consistente, podremos superar con éxito el desafío de llevar adelante una estrategia que sitúe al Perú como protagonista del comercio textil a escala internacional.

Palabras de las Instituciones Representantes de la Comisión Multisectorial Permanente del PENX

Presidencia del Consejo de Ministros y Consejo Nacional de Competitividad

“Consideramos que este Plan Sectorial podría ser una herramienta que contribuya a mejorar la calidad de los productos peruanos y responder a los desafíos que enfrentará en los mercados internacionales de destino”.

Ministerio de Relaciones Exteriores

“El Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones constituye un gran esfuerzo por hacer del país un protagonista en este importante sector, pues sin los mecanismos internos que ayuden a las empresas peruanas a estar al mismo nivel o a superar a sus competidores no será posible avanzar en este objetivo. Frente a este reto, el Ministerio de Relaciones Exteriores ratifica su compromiso de continuar trabajando desde el ámbito de su competencia, en la promoción en el exterior, a través de la red de embajadas, consulados y oficinas comerciales del Perú.”

Ministerio de la Producción

“El Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones tiene como objetivo principal desarrollar nuestra oferta exportable en el sector, así como buscar acciones y propuestas específicas para su crecimiento sostenido en los mercados internacionales de destino.

Cabe resaltar la importancia de las medidas expuestas en el plan, las cuales son resultado de un trabajo conjunto del sector público y privado, que buscan focalizar los esfuerzos en un solo sentido con la finalidad de vislumbrar acciones específicas para incrementar la competitividad de toda la cadena productiva vinculada al sector, por su gran efecto multiplicador en la economía.”

Ministerio de Transportes y Comunicaciones

“El Plan Operativo Exportador para el Sector Textil y Confecciones está orientado a alinear la oferta de nuestras exportaciones con las demandas actuales y potenciales de los mercados más importantes para nuestros productos. Por ello es una herramienta importante para el desarrollo estratégico de la competitividad del sector.”

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Oficina Técnica de Centros de Innovación Tecnológica - CITE's de Artesanía y Turismo

“La generación de empleo y el mejoramiento del estándar de vida de la población a través de la actividad del sector Textil y Confecciones requiere de un esfuerzo compartido de todos. El PENX con sus bases estratégicas define el norte de la política comercial peruana y ahora, con el lanzamiento del Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones podemos vislumbrar acciones compartidas por parte de los agentes del sector público y sector privado a fin de no duplicar esfuerzos y poder alcanzar resultados concretos y eficientes.

En la Red de CITE's del MINCETUR, estamos convencidos que estas sinergias permitirán que los actores de la cadena productiva de los camélidos participen fortalecidos y en igualdad de condiciones, para ello los CITE's reforzaran a los productores alpaqueros así como a los productores de textiles artesanales sobre la base de una eficiente articulación de su capacidad productiva y el mercado, por lo cual en el Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones se ha contemplado dicho trabajo a través de alianzas estratégicas entre el Estado y el sector privado.”

Comisión para la Promoción de Exportaciones - PROMPEX

“El Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones representa un esfuerzo conjunto entre el sector privado y público orientado a incrementar las exportaciones del rubro, con una oferta exportable de mayor valor agregado, adecuada a los mercados de destino y altamente competitiva en los segmentos de mercado seleccionados. Debemos destacar el esfuerzo del sector privado, que se encuentra en un proceso de innovación, mejora de la calidad, modernización e internacionalización de las empresas; así como el fortalecimiento de la imagen de sus productos basado en fibras nativas, como algodón, alpaca y vicuña.

El desafío es grande; pero estamos seguros que la alianza estratégica establecida con el sector privado en el marco del PENX nos da una base sólida hacia donde orientar los esfuerzos a favor de las exportaciones peruanas.”

Sociedad Nacional de Industrias - SNI

“El Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones es y será una herramienta, que con trabajo conjunto, articulado y consistente permita incrementar de manera sustancial la ya exitosa exportación de textiles y confecciones, aumentando la competitividad del sector para mejorar nuestra participación del mercado mundial. Este Plan Sectorial, involucra y compromete a todos los actores institucionales relevantes vinculados directa e indirectamente al sector.

El Plan ayudará a convertir al Perú en un país exportador de una mayor y más diversificada oferta de bienes y servicios competitiva y con alto valor agregado.

El Plan, en conjunto con la propuesta de medidas de facilitación, elaborados en simultáneo, son una dupla inseparable para conseguir el objetivo final de generar el empleo que requerimos para los peruanos, y de cumplir con el lema: “PERU – PAIS EXPORTADOR” ”

Cámara de Comercio de Lima - CCL

“El grado de coordinación que hemos sostenido tanto el sector público como el privado a partir del PENX dio como resultado definir la hoja de ruta en el campo del comercio exterior peruano. Ahora, mediante el Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones, se busca enfocar esfuerzos en un solo sentido que nos permita realizar acciones específicas para incrementar la competitividad en un sector que ha demostrado ser uno de los más competitivos del país.”

Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEX PERU

“El sector textil ha demostrado ser uno de los más competitivos del país. Está claro que no es un sector que requiera de protecciones ni subvenciones especiales. Pero si de una estrategia que permita mantener su desarrollo y descubrir nuevas oportunidades. Reconociendo esta necesidad el sector público y privado han trabajado de la mano en la elaboración de un plan operativo dirigido a consolidar la fortaleza del sector. La coordinación con el sector privado representa uno de los aciertos más importantes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo que ha permitido que los planes operativos

consideren las necesidades de las empresas partícipes del comercio Exterior de manera directa. Por nuestra parte hemos considerado que el plan deberá identificar los mercados potenciales más importantes y plantear medidas para que nuestros productos ingresen a esos mercados libres de aranceles u otras trabas. En el plano interno será indispensable evitar que se privilegie actividades de forma discriminatoria –con medidas como la elección de sectores estrella- y que se exija la reducción de los sobrecostos de manera general a todos los rubros económicos. De esta manera se promoverá la productividad; de lo contrario, se hubiera dado una pésima señal a la inversión privada que es el verdadero promotor del crecimiento económico. “

Asociación de Exportadores - ADEX

“El Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones constituye una excelente muestra de trabajo en equipo con un enfoque de cadena y propiciando la innovación y la competitividad y sostenibilidad del sector. Dicho plan reafirma la importancia en desarrollar una visión compartida y reforzar la red de los diversos actores del sector.”

Instituto Peruano de la Alpaca y Camélidos – IPAC

“Los camélidos constituyen la especie ganadera más importante de la zona altoandina del Perú. Su crianza involucra aproximadamente a 170,000 familias de pequeños productores, para los cuales representa su principal fuente de ingresos, existiendo en el país más o menos 5 millones de animales, que equivalen al 87 % de la población mundial. Donde el Perú es el proveedor principal de la fibra de alpaca con el 80 % de la producción, lo que hace a la fibra de alpaca un producto emblemático del Perú.

Visto desde una perspectiva de mercado, el potencial de la actividad alpaquera es muy promisorio, en la medida que se implementen medidas para hacer de los pequeños productores rurales y urbanos células productivas rentables, teniendo como base la articulación y la calidad de la producción. Ello requiere involucrar a todos los agentes que intervienen en la cadena productiva, para facilitar el posicionamiento de la alpaca del Perú y de los otros camélidos como productos de alta calidad en el especial mercado de los pelos finos en el mundo. En esto viene trabajando el IPAC en varios proyectos específicos concertados para el desarrollo sectorial y consideramos muy importante el Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones, propuesto por MINCETUR, que constituye un significativo aporte para lograr la competitividad que todos deseamos.”

INTRODUCCION

El sector textil y confecciones es uno de los principales generadores de trabajo, dado que más del 10% de la población peruana depende en su ingreso familiar de un puesto de trabajo ligado directa o indirectamente en alguna de las actividades relacionadas con el proceso productivo de dicho sector. A esto se suma su importancia en la actividad económica peruana, al representar el 15,7% del PBI manufacturero y el 2,5% del PBI global.

En la última década no ingresaron importantes flujos de inversión extranjera en el sector, limitando principalmente la capacidad de producción en hilandería y tejeduría, lo cual generó un cuello de botella que no permite a las empresas del sector atender totalmente la mayor demanda derivada de la firma del ATPDEA.

La competitividad de las confecciones peruanas se basa en la calidad de sus fibras naturales, principalmente el algodón. No obstante, el sector afronta problemas de abastecimiento, ocasionados por el déficit de áreas cosechadas en comparación con las necesidades de abastecimiento de la industria textilera, la cual viene incrementando su abastecimiento con algodón importado, originario principalmente de EEUU.

El superávit comercial en confecciones se sustenta en el dinamismo de las exportaciones de prendas de vestir de punto de algodón al mercado norteamericano, mientras que el déficit comercial en textiles se explica por la contracción de las exportaciones de hilados y tejidos, al decaer la demanda europea.

Las exportaciones de confecciones peruanas están concentradas en el mercado norteamericano, principalmente por la cercanía geográfica, el tamaño del mercado, la solidez de las relaciones comerciales con clientes y las facilidades arancelarias. Además, las principales exportadoras de confecciones se dedican exclusivamente a vender prendas de vestir de tejido de punto, especialmente polos de algodón, dada la mayor experiencia en el rubro de las empresas locales.

En enero del 2005 las importaciones de confecciones de EEUU quedarán libres de barreras para-arancelarias, tras el paulatino proceso de eliminación de cuotas de 10 años. En consecuencia, 17 países podrán incrementar sus ventas al mercado norteamericano, los que actualmente concentran el 53% de los pedidos de prendas de vestir del mayor mercado del mundo.

Finalmente, para lograr la competitividad en el sector textil y confecciones en el marco del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX), el Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones plantea siete estrategias centrales: Profundización de la comercialización de confecciones en mercados consolidados y en mercados potenciales, Desarrollo de los canales de distribución y comercialización en mercados consolidados y potenciales, Desarrollo de un sistema de inteligencia comercial eficiente, Desarrollo de la capacidad de gestión empresarial, Desarrollo de las habilidades de manufactura de textiles y confecciones, Ampliación de la capacidad de respuesta rápida de las cadenas y Desarrollo de nuevas líneas y adaptación continua de las prendas de vestir a los estándares, costumbres, moda y tendencias de los principales mercados; dichas estrategias van acompañadas por políticas, objetivos y acciones específicas, a las cuales se les asigna responsables y colaboradores para su respectiva ejecución.

I. COMPETITIVIDAD SISTEMICA

1. Bases de la Competitividad Sistémica

El Plan Operativo de Exportación del Sector Textil y Confecciones plantea a toda la comunidad sectorial, la realización de un trabajo conjunto, articulado y consistente para asumir el reto de llevar adelante una estrategia ambiciosa que acelere el proceso de conversión del Perú en protagonista del comercio de textiles y confecciones a escala internacional.

El compromiso de un trabajo conjunto es crucial, porque sólo hay posibilidad de alcanzar el éxito exportador fortaleciendo la competitividad sectorial, y ello sólo puede lograrse involucrando y comprometiendo a todos los actores institucionales relevantes vinculados directa e indirectamente al sector.

Esta visión sistémica parte de la premisa de que la competitividad de las empresas exportadoras del sector depende de la posibilidad de acumular 'capital sistémico' como resultado de la confluencia de un conjunto de capitales intangibles macroeconómicos, regionales y extra-regionales.

Se entiende por *Competitividad Textilera y de Confecciones* a la capacidad que tiene cada empresa y cada cadena productiva del sector para competir de igual a igual, con las principales empresas del mundo, en precio, calidad y servicio. Viene a ser la capacidad de producir y vender los productos más demandados por el mercado mundial, con las

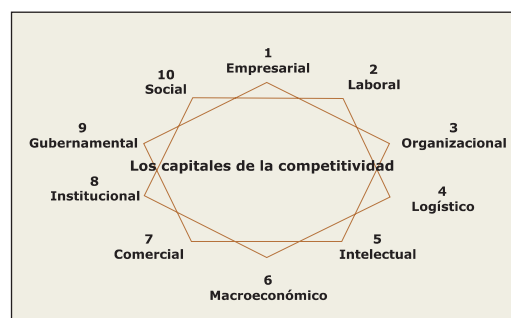
características y condiciones más demandadas (preferencias del consumidor), la mayor calidad y precios suficientemente baratos respecto a la competencia.

El resultado natural de aumentar la competitividad de las empresas y cadenas productivas del sector es expandir sus exportaciones, por encima del crecimiento de sus importaciones.

La proyección al mercado interno en ciertos productos puede servir para establecer una plataforma base para alcanzar economías de escala. Sin embargo, la conquista del mercado externo hace más fácil la expansión de las ventas dentro del país, en la medida que el nivel de exigencia del consumidor extranjero es mayor que el del consumidor interno y en cuanto la competencia a escala internacional es mayor a la desplegada a escala nacional.

El *capital sistémico regional* es resultante de diez capitales pilares de la competitividad:

Construcción De Capital Sistémico Sectorial



Para impulsar la construcción de capital sistémico sectorial es preciso comprometer a todos los actores vinculados, sea directa o indirectamente, con el comercio exterior regional, en la formulación, ejecución y monitoreo del Plan.

Además, se requiere construir capital sistémico a nivel de cada producto a ser priorizado, para lo cual es imprescindible identificar y desarrollar *Cadenas Productivas* con los actores específicos vinculados a ellos, sobre la base de Acuerdos de Competitividad.

II. ENFOQUE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA EN TEXTILES Y CONFECCIONES

1. CADENAS PRODUCTIVAS

Enfoque de Cadenas Productivas

Se entiende por *Cadena Productiva* a una concentración sectorial o geográfica de empresas y agentes que intervienen directa o indirectamente en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas (relaciones hacia atrás), pasando por su transformación, la gestión del conocimiento y la producción de bienes intermedios y finales (relaciones hacia los costados), hasta el marketing y la comercialización (relaciones hacia delante). Además de empresas, los agentes participantes son proveedores de información y servicios, entidades públicas, instituciones de asistencia técnica, investigación, capacitación, financiamiento y comunicación social, etc. Al trabajar bajo objetivos compartidos, todos estos agentes generan importantes economías externas, de aglomeración y

especialización (por la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializada y de servicios anexos específicos al sector).

Esta concepción sistémica del desarrollo de la competitividad es crucial para maximizar la efectividad de la asignación de recursos, al hacer que las decisiones de los agentes no sean aisladas y aprovechen las sinergias que surgen del trabajo cooperativo.

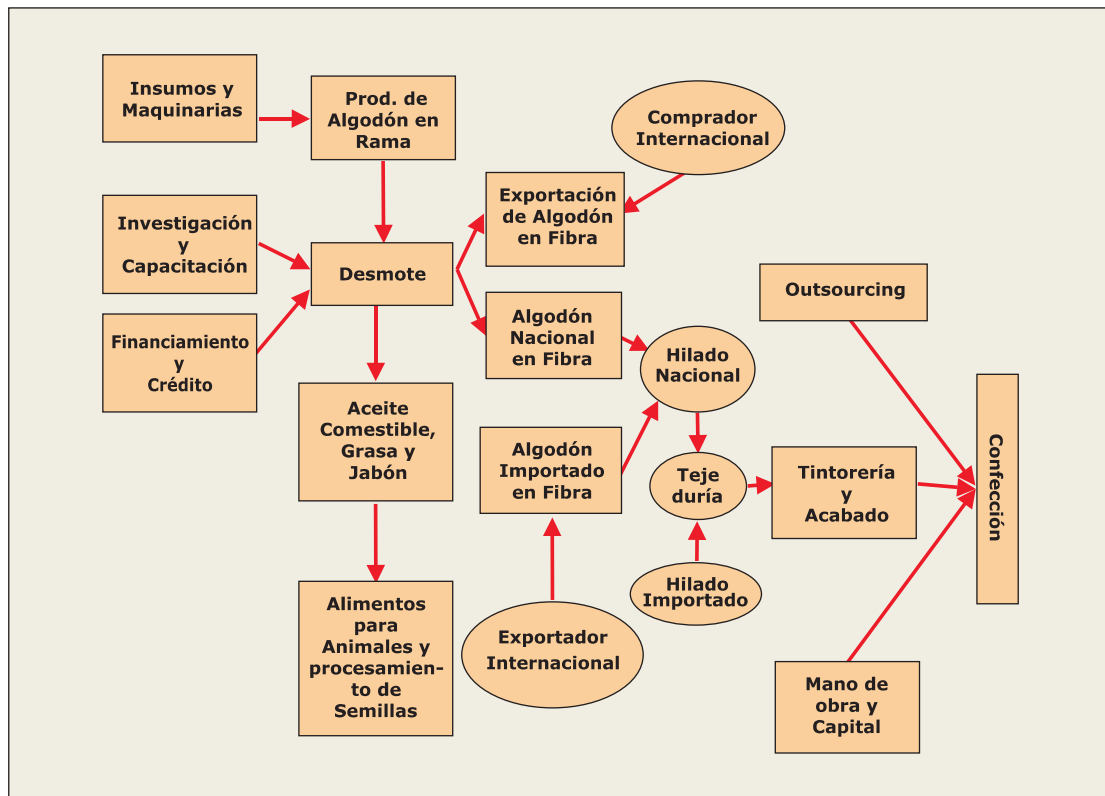
Desarrollar y consolidar redes de empresas y encadenamientos productivos que integren el aporte de pequeñas, medianas y grandes empresas, permite aprovechar mejor las capacidades de cada quien y las sinergias del trabajo compartido, contribuyendo a maximizar el valor agregado al cliente.

La eficiencia del conjunto es mayor a la de cada empresa aislada, debido a las externalidades que genera cada quien hacia los demás, por las siguientes razones:

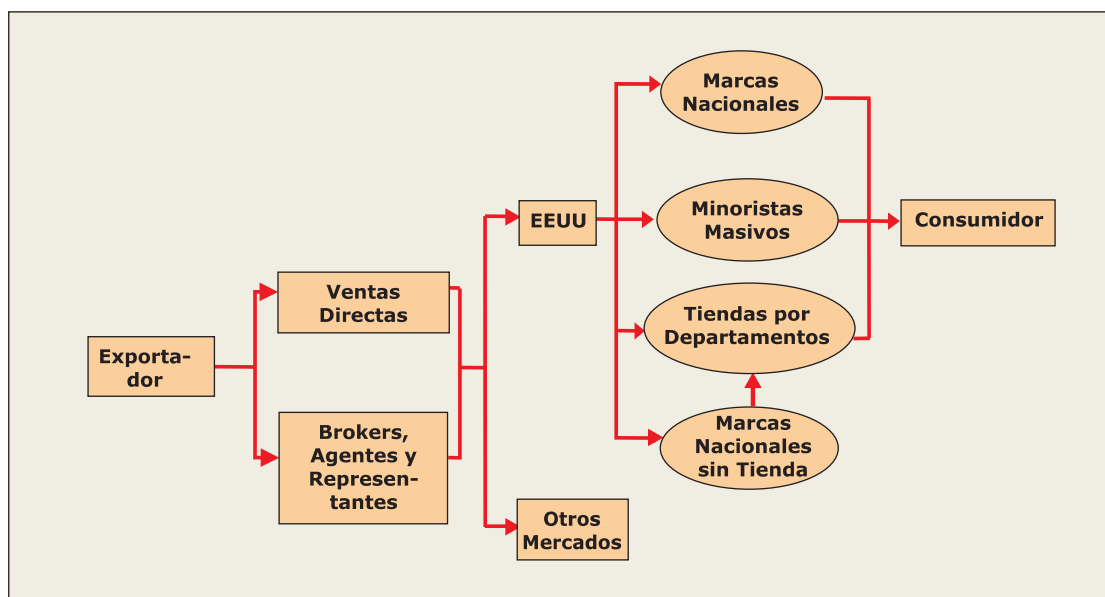
- La concentración y estandarización de la oferta atrae más clientes y facilita el acceso a mercados más grandes.
- La globalización de la oferta incentiva la especialización y la división de trabajo, lo que eleva la productividad.
- La fuerte interacción entre productores, proveedores y usuarios induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico, administrativo y de comercialización.

- La eficiencia compartida promueve la confianza y reputación, lo que redonda en menores costos de transacción.

Cadena productiva textil y confecciones



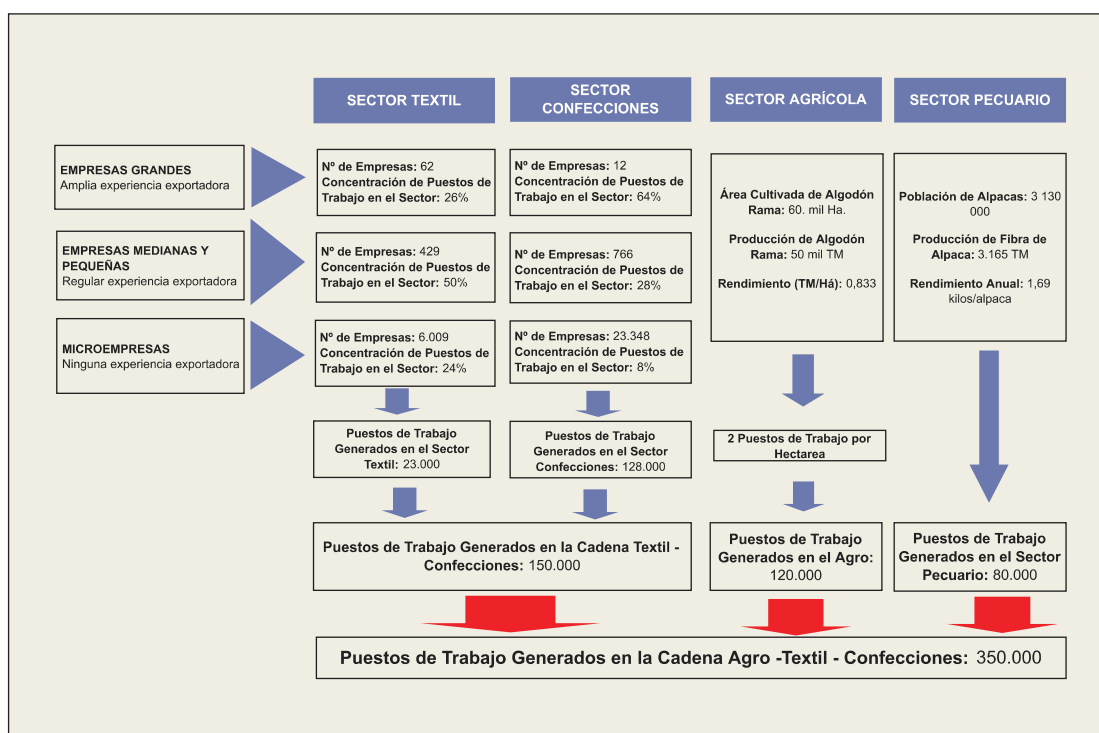
Cadena de comercialización externa



Generación de empleo en la cadena productiva

El sector textil y confecciones es uno de los mayores focos de generación de puestos de trabajo de la economía. Más del 10% de la población peruana depende en su ingreso familiar de un puesto de trabajo generado directa o indirectamente en alguna de las

actividades relacionadas con el proceso productivo de la cadena textil y confecciones. En total la cadena genera 350 mil puestos de trabajo directos, sin considerar los puestos generados por los servicios conexos.



Fuente: S.N.I., CONACS

Elaboración: MAXIMIXE

III. VOCACION EXPORTADORA PERUANA EN TEXTILES Y CONFECCIONES

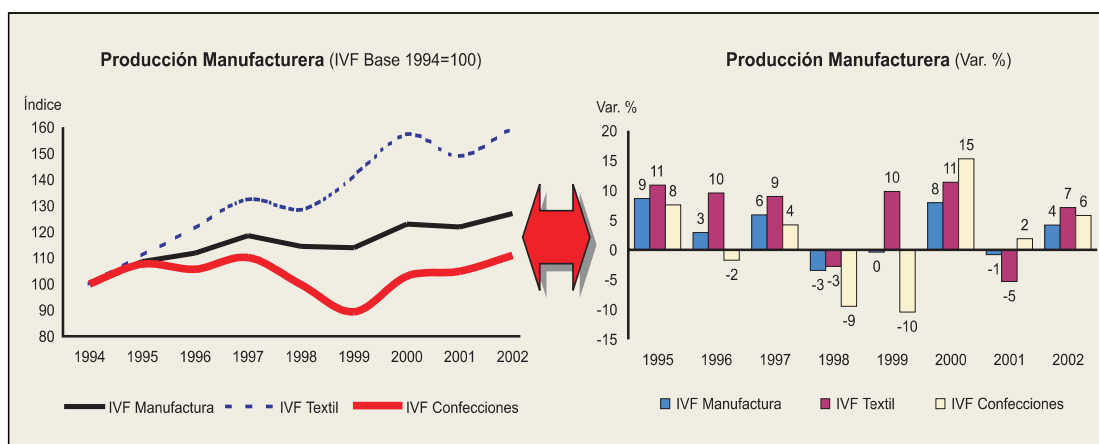
1. DINAMICA PRODUCTIVA

Producción local de textiles y confecciones

La producción doméstica de textiles y confecciones representa el 15,7% del PBI

manufacturero y el 2,5% del PBI global. Entre 1995 y 2002 el ramo textil creció al 6% por año, ritmo más dinámico que el de las confecciones (1,3%) y el sector fabril en su conjunto (3%).

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: PRODUCE

Elaboración: MAXIMIXE

El estancamiento del ramo de las confecciones se explica por el inusitado crecimiento de las importaciones de

prendas de vestir de China y otros países asiáticos.

Competencia China en Perú

Las importaciones de textiles y confecciones provenientes del Asia han pasado de US\$ 92,3 millones en 1999 a US\$ 167,2 millones en el 2002. Esta evolución se explica principalmente por el crecimiento vertiginoso de las importaciones de confecciones, al haberse triplicado entre 1998 y el 2002, pasando de apenas US\$ 20,5 millones en 1999 a US\$ 62,8 millones en el 2002, concentrando China el 90%.

La velocidad de expansión de las importaciones de confecciones asiáticas desborda el 45% por año entre 1999 y el 2002, con China expandiendo su penetración a un ritmo mayor al 64%. Las cifras de aduanas también revelan una reducción de precios del orden del 69% en esos años.

Importaciones Peruanas de Confecciones y Textiles Asiáticas										
Países	Textiles			Período: 1999-2002		Confecciones			Período: 1999-2002	
	2002					2002				
	US\$ Mill	Var. %	Part. (%)	Var. Prom. Anual (%)	Part. Prom. (%)	US\$ Mill	Var. %	Part.	Var. Prom. Anual (%)	Part. Prom. (%)
Corea del Sur	33,1	-5,0	31,7	-6,8	42,9	0,9	-2,3	1,4	-20,9	2,8
Taiwán	23,9	21,6	22,8	23,7	19,9	1,1	5,8	1,8	-14,6	3,1
China	29,9	61,5	28,6	28,5	21,5	56,3	45,6	89,6	49,7	82,9
Indonesia	3,4	-6,0	3,2	-14,3	4,3	0,9	-24,5	1,4	-23,7	2,9
Tailandia	2,8	94,7	2,7	51,8	2,0	0,7	41,6	1,1	10,2	1,5
Japón	2,9	83,5	2,7	-15,9	2,5	0,1	-38,8	0,1	-28,3	0,4
Malasia	0,3	-82,4	0,2	2,9	0,8	0,2	-63,5	0,3	81,0	1,0
Pakistán	3,1	12,1	3,0	4,8	2,4	0,5	69,0	0,7	10,9	0,8
India	5,2	16,9	5,0	41,3	3,7	2,3	21,9	3,7	2,3	4,6
Total	104,4	18,4	100,0	6,3	100,0	62,8	39,7	100,0	31,2	100,0

Fuente: ADUANAS

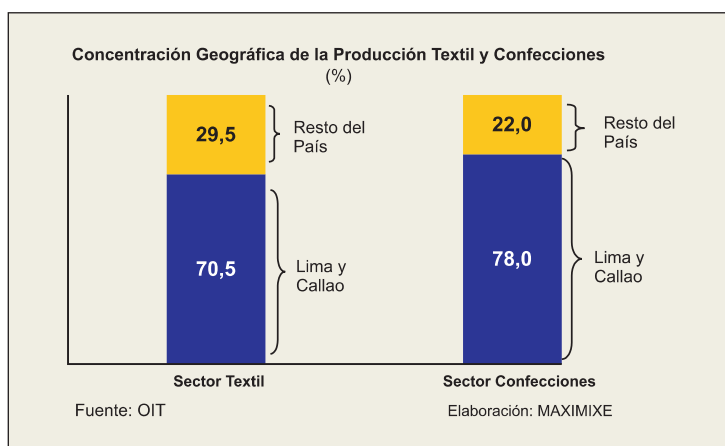
Elaboración: MAXIMIXE

Producción local de textiles y confecciones

La producción sectorial está concentrada en Lima, debido a la alta concentración geográfica de la demanda, el acceso directo al puerto del Callao para atender el abastecimiento de insumos y acceder a los mercados internacionales, y la existencia de un amplio conglomerado de proveedores, agentes y servicios diversos que le dan soporte al sector.

Las empresas del ramo textil están concentradas en Lima Industrial, Ate y la Victoria, mientras que las del ramo de confecciones se ubican en Lima Industrial, La Victoria (Gamarra) y San Juan de Lurigancho.

Es destacable la existencia de conglomerados ubicados en Juliaca y Arequipa en confecciones de prendas de alpaca.



Fuente: OIT

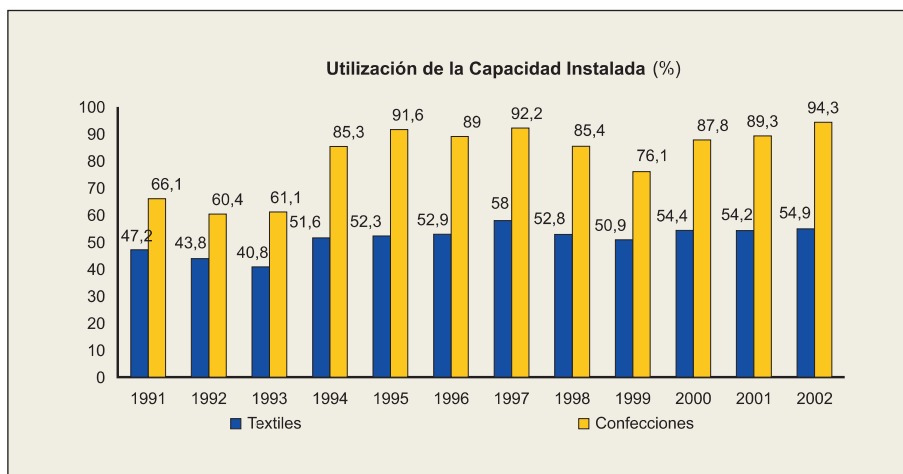
Elaboración: MAXIMIXE

Inversión y uso de capacidad instalada

En la última década el sector no atrajo nuevos flujos de inversión extranjera, limitando la capacidad de producción principalmente en hilandería y tejeduría.

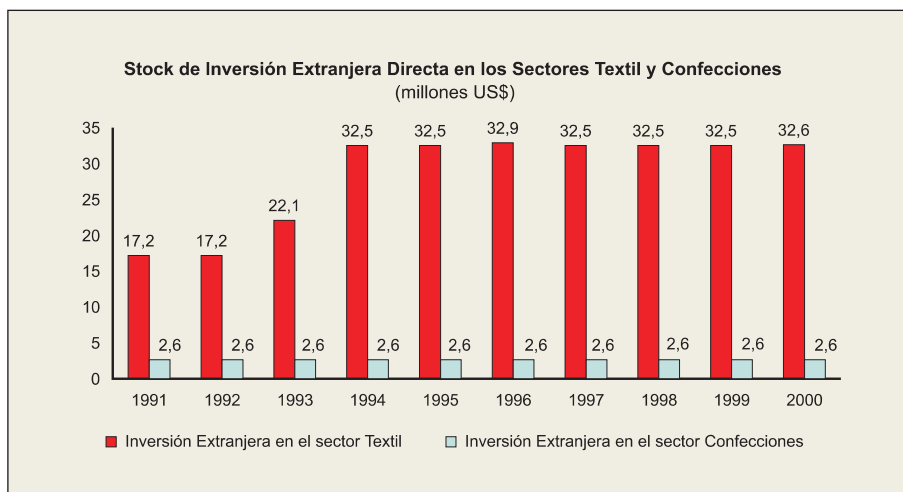
totalmente la mayor demanda derivada de la firma del ATPDEA, tanto en el rubro confeccionista, favorecido directamente con las preferencias arancelarias, como en el textil, al no poder abastecer la demanda creciente de las empresas confeccionistas.

La carencia de inversiones viene siendo un 'cuello de botella' que no permite a las empresas del sector atender



Fuente: PRODUCE

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: Proinversión

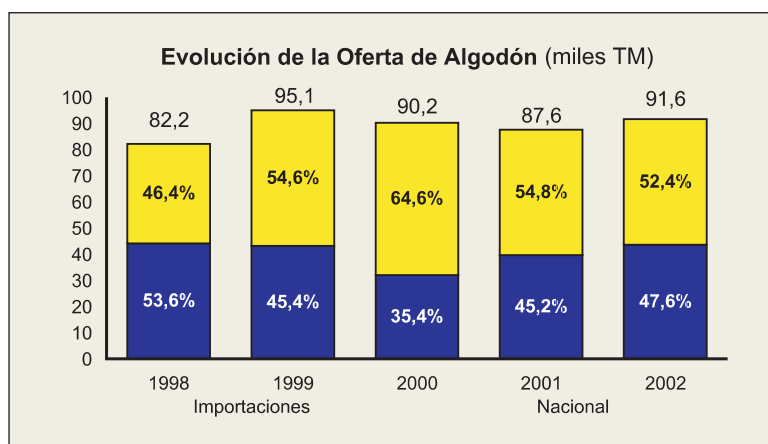
Elaboración: MAXIMIXE

Riesgo en abastecimiento de insumos

La competitividad de las confecciones peruanas se basa en la calidad de sus fibras naturales, principalmente el algodón. No obstante, el sector afronta problemas de abastecimiento, ocasionados por el déficit de áreas cosechadas en comparación con las necesidades de abastecimiento de la industria textilera.

Mientras la producción de algodón continúa decreciendo, la demanda de las empresas textiles crece a una tasa anual de 20%, la cual es atendida con importaciones provenientes de EEUU, para cumplir con las exigencias del ATPDEA.

PLAN OPERATIVO EXPORTADOR DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES



Fuente: ADUANAS, MINAG

Elaboración: MAXIMIXE

Producción de Algodón Rama (TM)			
	2001	2002	Var. %
Tangüis	105 293	110 928	5,4
Ancash	4 996	5 144	3,0
Arequipa	5 443	4 612	-15,3
Ayacucho	17	2	-88,2
Ica	68 774	78 376	14,0
La Libertad	79	160	102,5
Lima	25 125	21 770	-13,4
Tacna	15	54	260,0
Huánuco	629	760	20,8
Pasco	215	50	-76,7
Pima	25 115	10 505	-58,2
Piura	25 115	10 505	-58,2
Del Cerro	13	92	607,7
Lambayeque	13	92	607,7
Aspero	3 636	5 843	60,7
San Martín	2 794	3 984	42,6
Ucayali	843	1 859	120,7
Total	134 057	127 368	-5,0
Producción de algodón en fibra	48 000	44 580	-7,1
Necesidades de abastecimiento de algodón en fibra	70 833	85 000	20,0
Déficit de abastecimiento de algodón en fibra	-22 833	-40 420	77,0

Fuente: ADUANAS, MINAG

Elaboración: MAXIMIXE

Superficie Sembrada de Algodón Rama (hectáreas)		
	2002	%
Tangüis	49 766,1	75,0
Ancash	2 707	4,1
Arequipa	1 455	2,2
Ayacucho	4	0,0
Ica	35 226	53,1
La Libertad	38	0,1
Lima	8 255	12,4
Tacna	9	0,0
Huánuco	1 827	2,8
Pasco	245	0,4
Pima	11 483,0	17,3
Piura	11 483	17,3
Del Cerro	67,0	0,1
Lambayeque	67	0,1
Aspero	5 034,0	7,6
San Martín	3 261	4,9
Ucayali	1 773	2,7
Total	66 350,1	100,0
Necesidad de superfiie cosechada de algodón	140 000,0	211,0
Déficit de superfiie cosechada de algodón	73 649,9	
Meta anunciada por el gobierno (a 10 años)	250 000,0	376,8

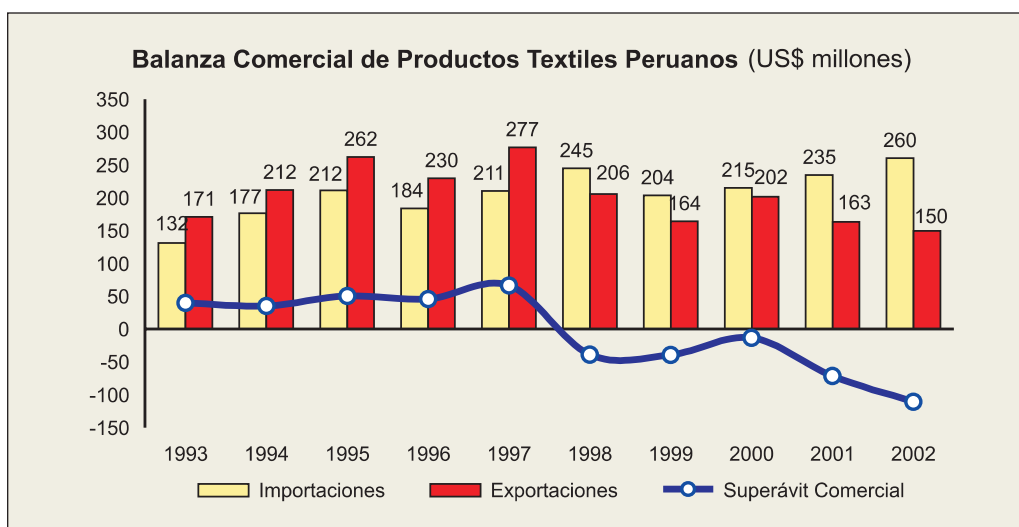
Fuente: MINAG

Elaboración: MAXIMIXE

2. PERFORMANCE EMPRESARIAL

¿Somos Textileros o Confeccionistas?

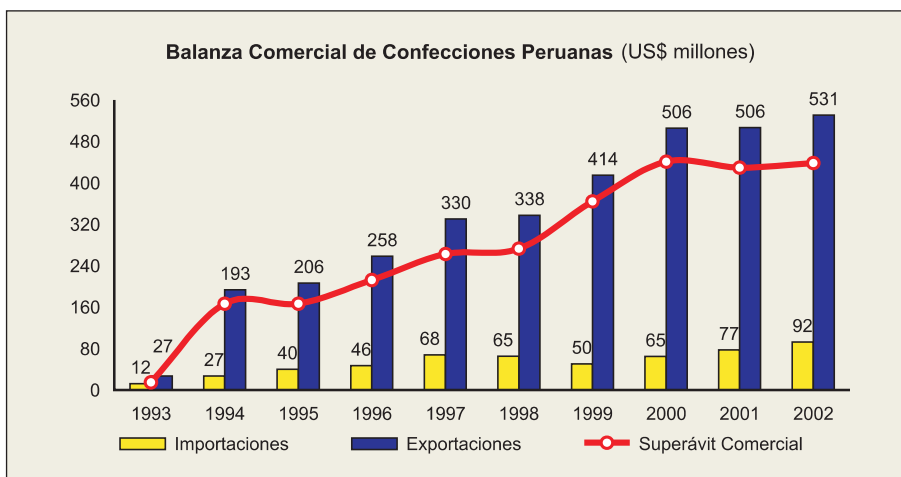
Perú importador neto de textiles



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Perú Exportador Neto de Confecciones



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

El Reto de Exportar Más Valor Agregado

El superávit comercial en confecciones se sustenta en el dinamismo de las exportaciones de prendas de vestir de punto de algodón al mercado norteamericano. El déficit comercial en textiles se explica por la contracción de

las exportaciones de hilados y tejidos, al decaer la demanda europea. Las ventas de fibras de lana y pelo fino mostraron un comportamiento positivo, reflejando en este último caso la poca integración de dicha cadena productiva.

Exportaciones Peruanas de Productos Textiles y Confecciones (US\$ Millones)				
Productos	Anual 2002	Tasa Crecimiento (%) 02/01	Prom. 94/02	Part % 2002
Fibras	47,3	3,2	0,1	7,0
Fibras de algodón	0,1	-25,9	13,8	0,0
Fibras de lana y pelo fino	22,4	-12,3	5,3	3,3
Fibras sintéticas discontinuas	24,8	23,1	-2,9	3,7
Demás fibras (vegetales y seda)	0,0	-84,8	-55,8	0,0
Hilados	47,3	-10,5	-3,5	7,0
Hilados de algodón	25,2	-9,9	-5,3	3,7
Hilados de lana y pelo fino	17,8	-7,7	-1,4	2,6
Hilados de otras fibras textiles	0,0	67,6	-31,1	0,0
Hilados sintéticos	1,2	5,0	3,0	0,2
Hilados sintéticos discontinuos	3,1	-30,2	3,7	0,5
Tejidos	49,5	-14,5	-0,2	7,3
Tejidos de lana y pelo fino	6,7	-38,4	-8,9	1,0
Tejidos de algodón	20,8	-16,9	-0,7	3,1
Tejidos de las demás fibras vegetales	0,0	156,4	-28,3	0,0
Tejidos de punto	6,1	9,0	7,7	0,9
Tejidos de seda	0,4	-27,3	32,7	0,1
Tejidos especiales	1,9	7,7	4,3	0,3
Tejidos para equipos industriales	7,4	-19,7	4,7	1,1
Tejidos para telas revestidas	0,1	-74,3	-4,4	0,0
Tejidos sintéticos	1,2	299,8	9,4	0,2
Tejidos sintéticos discontinuos	4,7	21,0	6,8	0,7
Otros textiles	0,5	11,9	-8,4	0,1
Prendas de Vestir de Tejidos de Punto	486,5	7,5	14,3	72,1
De algodón	461,9	7,7	15,1	68,4
De fibras sintéticas o artificiales	7,7	23,5	28,7	1,1
De lana y pelo fino	14,2	-1,3	0,1	2,1
De las demás materias textiles	2,7	-0,2	15,7	0,4
Prendas de Vestir de Tejidos Planos	38,7	-21,7	14,8	5,7
De algodón	31,5	-25,9	16,5	4,7
De fibras sintéticas o artificiales	2,5	72,5	15,2	0,4
De lana y pelo fino	3,3	-29,9	5,8	0,5
De las demás materias textiles	1,5	82,0	11,8	0,2
Otras confecciones	5,4	16,3	4,4	0,8
Total	675,1			100,0

Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Vocación Peruana por las Confecciones de Tejidos de Punto de Algodón

Las exportaciones de confecciones peruanas están concentradas en prendas de tejidos de punto de algodón (91,7%). Esta vocación es singular a escala internacional.

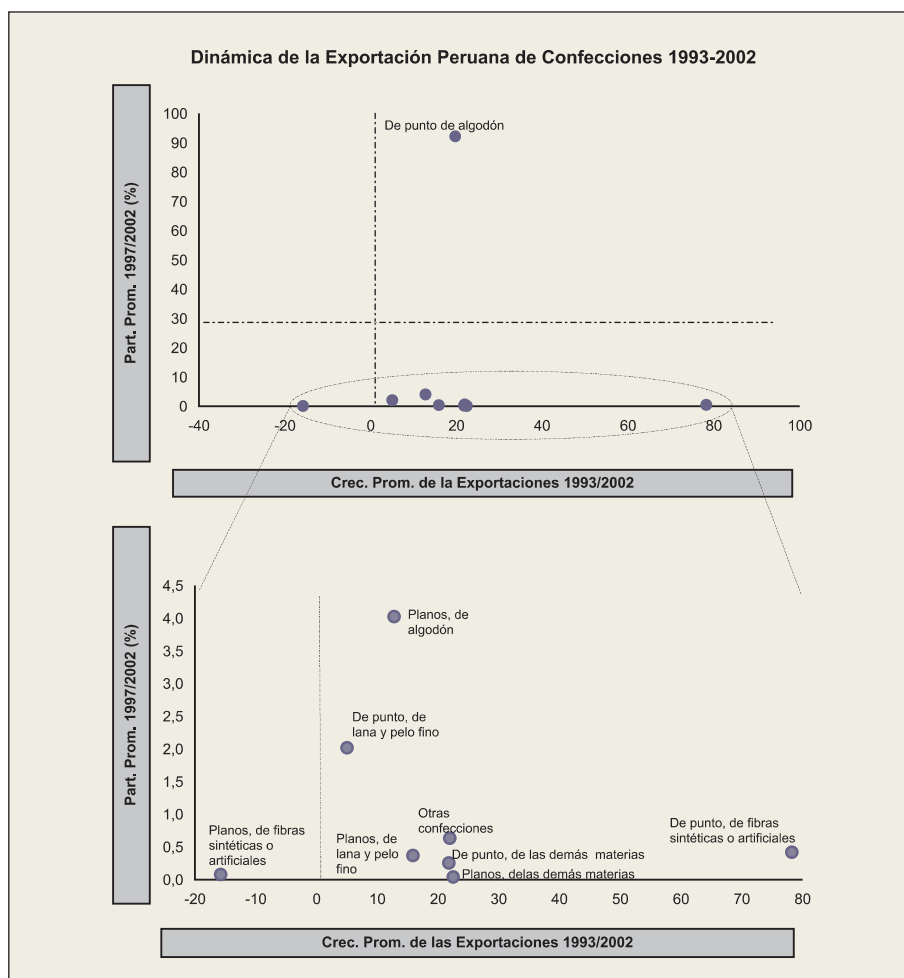
Sus ventajas son:

- Menor inversión requerida para integrarse verticalmente
- Amplia oferta doméstica de tejidos de punto
- Menor incidencia del costo de la mano de obra en la estructura de costos

- Flexibilidad en uso de maquinarias
- Luce la calidad del algodón peruano

Sus desventajas son:

- Menor valor agregado relativo respecto a las prendas de tejidos planos
- Vulnerabilidad ante la liberalización de las cuotas pendientes en el mercado de EEUU
- Posicionamiento en moda es más viable en prendas de tejidos planos



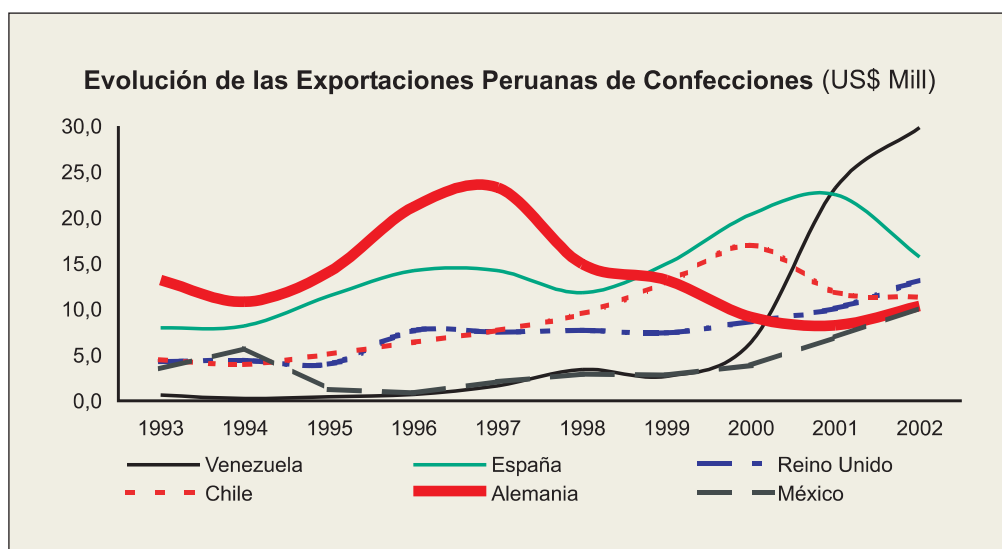
Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

EEUU Principal Mercado de Destino

Las exportaciones de confecciones peruanas están concentradas en el mercado norteamericano. Los factores que refuerzan este vínculo son la cercanía geográfica, el tamaño del mercado, la solidez de las relaciones comerciales con clientes y las facilidades arancelarias.

Es destacable la expansión de las exportaciones hacia Venezuela a partir del 2000.



Fuente: ADUANAS

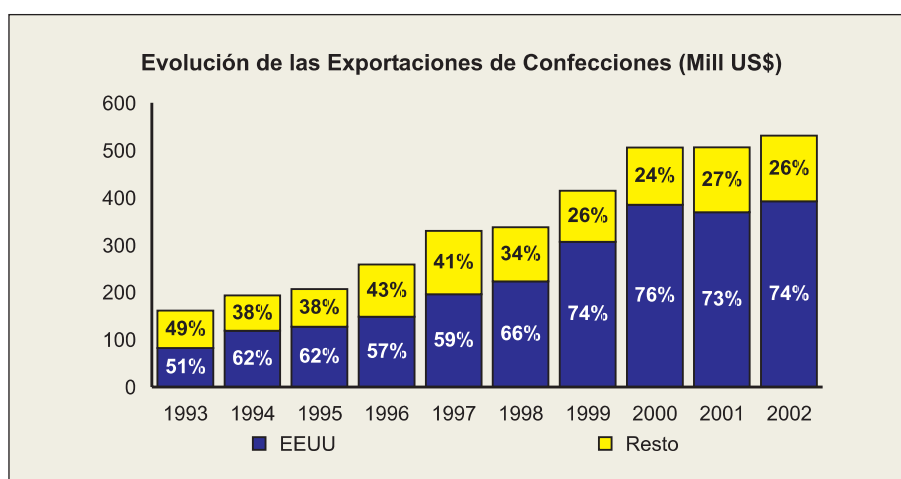
Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Confecciones (US\$ mill.)					
Países	Anual 2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
		02/01	Prom. 94/02	2002	Prom. 94/02
EEUU	392,1	6,2	14,2	73,9	65,4
Venezuela	29,8	28,4	19,0	5,6	1,5
España	15,7	-30,3	53,6	3,0	4,3
Reino Unido	13,2	31,0	7,9	2,5	2,2
Chile	11,3	-4,7	13,4	2,1	2,6
Alemania	10,4	25,8	10,9	2,0	4,9
México	10,1	46,1	-2,7	1,9	1,2
Francia	7,8	44,8	12,5	1,5	1,1
Holanda	6,7	-9,5	8,0	1,3	4,4
Canadá	6,4	25,3	-8,4	1,2	1,2
Ecuador	5,7	-26,5	8,3	1,1	1,1
Puerto rico	5,1	53,9	47,3	1,0	0,9
Japón	3,2	16,1	15,6	0,6	1,4
Italia	3,0	36,4	-2,0	0,6	1,5
Colombia	2,8	49,7	-4,8	0,5	0,3
Resto	7,3	7,3	28,2	1,4	6,2
Total	530,6	4,8	14,2	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Las 25 Principales Exportadoras

Las 25 principales exportadoras de confecciones se dedican exclusivamente a vender prendas de vestir de tejido de punto, con excepción de Creditex que sólo exporta prendas de vestir de tejidos planos, especialmente camisas y blusas; así como de Textimax e Incalpaca, que

del total de productos exportados el 18% y 9% son prendas planas. A este grupo de empresas se suma ahora Compañía Industrial Nuevo Mundo, especializada en la exportación de prendas de tejidos planos de algodón.

Ranking de Principales Exportadores de Confecciones								
Productos	2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)		2002: Concentración por Categoría (%)		
	Mill US\$	Anual 02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94	Prendas de Punto	Prendas Planas	Otras Confecciones
Confecciones Textimax S.A.	48,6	17,0	105,6	9,2	5,4	90,7	9,3	0,0
Diseño y Color S.A.	39,5	17,0	52,9	7,4	6,1	100,0	0,0	0,0
Textil San Crítoval S.A.	38,9	-3,1	37,9	7,3	8,0	100,0	0,0	0,0
Topy Top S.A.	36,7	48,7	101,7	6,9	2,7	100,0	0,0	0,0
Industria Nettelco S.A.	34,4	3,6	23,2	6,5	8,3	100,0	0,0	0,0
Textil del Valle S.A.	27,0	22,7	38,3	5,1	5,5	100,0	0,0	0,0
Cotton Knit S.A.C.	19,5	8,8	79,9	3,7	3,2	100,0	0,0	0,0
Corporación Texpop S.A.	17,5	5,4	-	3,3	1,7	100,0	0,0	0,0
Corp. Fabril de Confecciones S.A.	14,2	-31,9	41,9	2,7	5,2	100,0	0,0	0,0
Peru Fashions S.A.C.	10,6	-13,6	48,3	2,0	1,9	100,0	0,0	0,0
Texfina S.A.	9,9	-13,2	-	1,9	0,6	99,6	0,4	0,0
Incalpaca Textiles Peruanos de Export S.A	9,6	-10,2	104,5	1,8	1,4	70,3	17,9	11,9
Textiles San Sebastian S.A.C	9,3	30,4	104,8	1,7	0,7	99,5	0,5	0,0
Industrias Full Cotton S.A.	8,9	-44,5	-	1,7	1,6	100,0	0,0	0,0
Copertex S.A.	8,6	-24,6	-	1,6	2,4	100,0	0,0	0,0
Aventura S.A.C.	7,8	2,5	-	1,5	0,8	99,2	0,8	0,0
Textil La Mar S.A.C.	7,8	121,9	-	1,5	0,3	100,0	0,0	0,0
Devanlay Peru S.A.C.	7,1	289,5	-	1,3	0,2	100,0	0,0	0,0
Cia. Ind. Textil Credisa-Trutex S.A.A.	7,1	-38,1	-	1,3	0,8	0,0	100,0	0,0
Servitejo S.A.	6,3	14,5	-	1,2	0,4	100,0	0,0	0,0
Franky y Ricky S.A.	6,3	-16,9	-	1,2	1,0	100,0	0,0	0,0
Industria Textil del Pacífico S.A.	5,8	-32,9	-	1,1	0,8	100,0	0,0	0,0
Hilandería de Algodón Peruano S.A.	5,4	69,7	-	1,0	0,3	100,0	0,0	0,0
All Cotton S.A.	4,5	52,5	-	0,8	0,4	100,0	0,0	0,0
Intitop S.A.	4,2	35,4	-	0,8	0,2	100,0	0,0	0,0
Cotton Link S.A.	4,2	51,5	-	0,8	0,2	100,0	0,0	0,0
Deafrani S.A.C.	4,0	-6,5	-	0,8	0,5	94,9	5,0	0,0
Corporacion Tayssir S.A.C	3,2	65,0	-	0,6	0,1	10,1	89,9	0,0
Resto	123,7	1,1	-2,1	23,3	39,5			
Total	530,6	4,8	14,2	100,0	100,0	91,9	7,0	1,0

Fuente: PRODUCE

Elaboración: MAXIMIXE

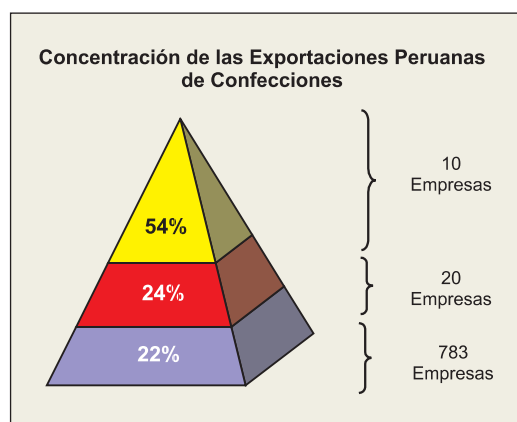
Las Primeras 10 Exportadoras

Las primeras diez exportadoras del sector exportan más de US\$ 10 millones y participaron con el 54% del total, mientras que las exportaciones de las siguientes 20 empresas, fluctúan entre US\$ 10 y US\$ 3 millones, representando el 24% del total.

Entre las principales empresas exportadoras, Incalpaca tiene el mayor precio promedio de exportación, debido al alto valor de sus prendas de alpaca. En tanto, Industrias Full Cotton detenta el menor precio promedio, al exportar principalmente polos de menor valor agregado.

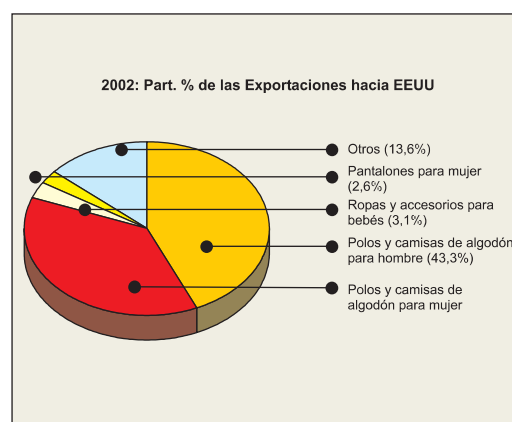
Concentración de las Exportaciones Peruanas en Polos

Entre 1998 y 2002, el 75% de las ventas externas de confecciones peruanas se concentró en polos de algodón de tejido de punto, dada la mayor experiencia en el rubro de las empresas locales. El siguiente rubro en importancia son pantalones de algodón de tejidos planos, con sólo el 4% del total exportado, reflejando falta de especialización en el rubro de prendas planas. Cabe destacar el dinamismo reciente de las exportaciones de ropa y accesorios para bebés, alentadas por su velocidad de demanda mundial.



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Principales Productos de Confecciones Exportadores por Perú hacia EEUU				
Categoría	Nombre	Variación %		Part. Promedio Respecto al Total 98/02 (%)
		Ene-Jul 03 / Ene-Jul 02	Promedio Anual 98/02 (Var. %)	
338	Polos y camisas de algodón para hombre	24,9	9,6	45,1
339	Polos y blusas de algodón para mujer	44,6	26,5	30,7
347	Pantalones de algodón para hombre	0,6	8,9	2,5
348	Pantalones de algodón para mujer	86,3	27,9	2,3
239	Ropas y accesorios de algodón para bebé	20,3	38,5	2,0
351	Pijamas de algodón	-58,7	4,1	2,0
345	Suéteres de algodón	21,6	16,1	1,5
350	Batas de algodón	92,8	-8,2	1,3
336	Vestidos de algodón	49,1	14,8	0,9
445	Suéteres de lana y/o pelo, para hombre	-13,1	-8,9	0,8
341	Polos y blusas de algodón para mujer	-25,2	2,3	0,7
446	Suéteres de lana y/o pelo, para mujer	6,2	-5,5	0,6
359	Otras prendas de vestir de algodón	63,8	27,8	0,4
342	Faldas de algodón	54,3	23,1	0,4

Fuente: OTEXA

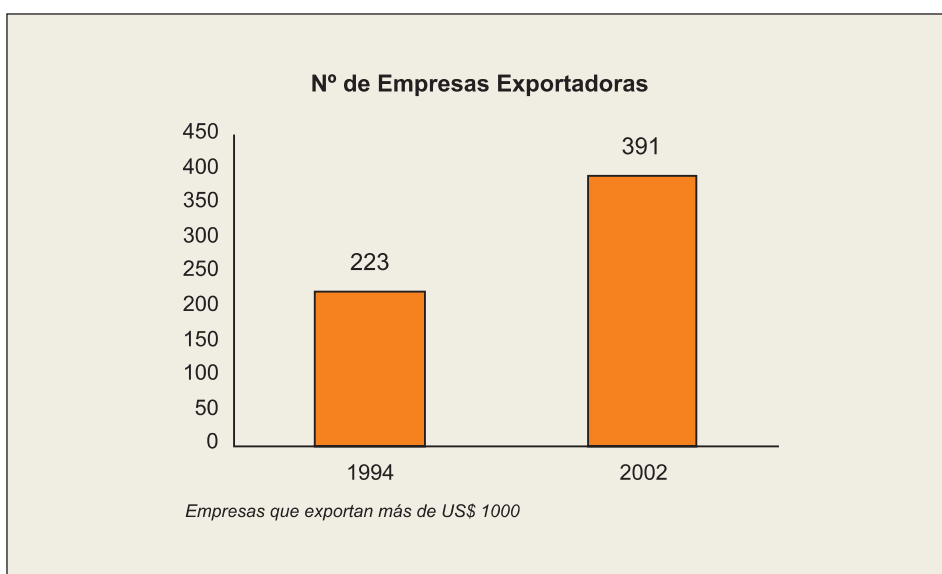
Elaboración: MAXIMIXE

Performance en Prendas de Vestir de Tejido de Punto de Algodón

Las exportaciones de prendas de vestir de tejido de punto de algodón representan el 91,7% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

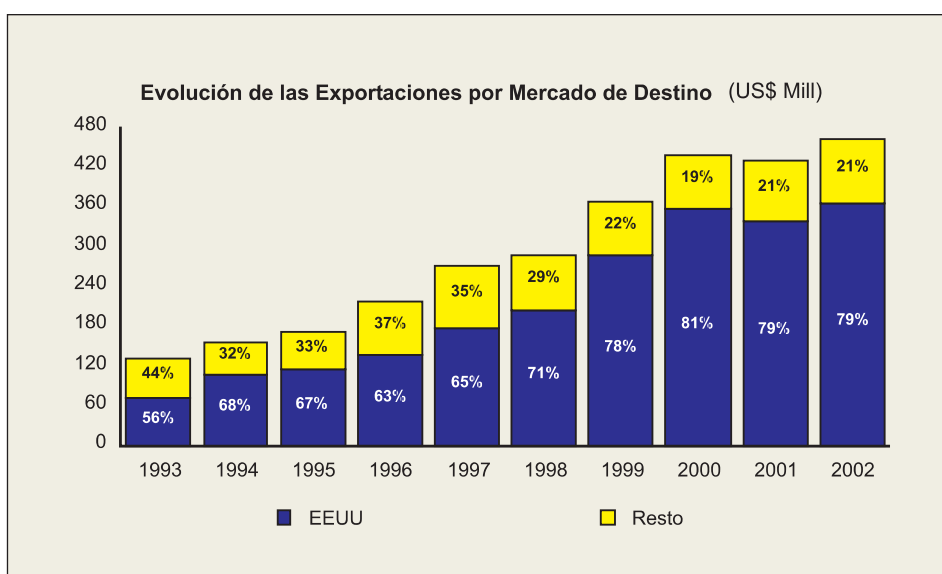
En este segmento el principal producto de exportación es el polo.

Las diez principales empresas exportan el 61% del total.



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido de Punto de Algodón

Países	US\$ mill.	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
	2002	01/02	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/04
EEUU	366,0	8,1	19,7	79,2	70,7
Venezuela	17,8	17,1	48,8	3,9	1,1
España	12,1	32,2	6,4	2,6	4,4
Chile	9,9	-1,4	12,1	2,1	2,5
México	9,2	47,3	17,3	2,0	1,1
Alemania	7,7	26,3	-4,0	1,7	4,7
Reino Unido	7,2	22,4	7,3	1,5	2,0
Francia	6,5	47,7	10,0	1,4	0,9
Holanda	6,5	-7,9	-8,3	1,4	4,9
Canadá	5,6	31,8	7,9	1,2	1,2
Ecuador	2,8	-28,3	60,1	0,6	0,9
Puerto Rico	2,0	35,2	24,1	0,4	0,3
Colombia	1,8	15,7	23,1	0,4	0,2
Japón	1,7	54,3	9,5	0,4	0,4
Italia	1,5	32,4	-6,9	0,3	1,0
Resto	3,6	-16,6	-5,5	0,8	3,6
Total	461,9	7,7	15,1	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

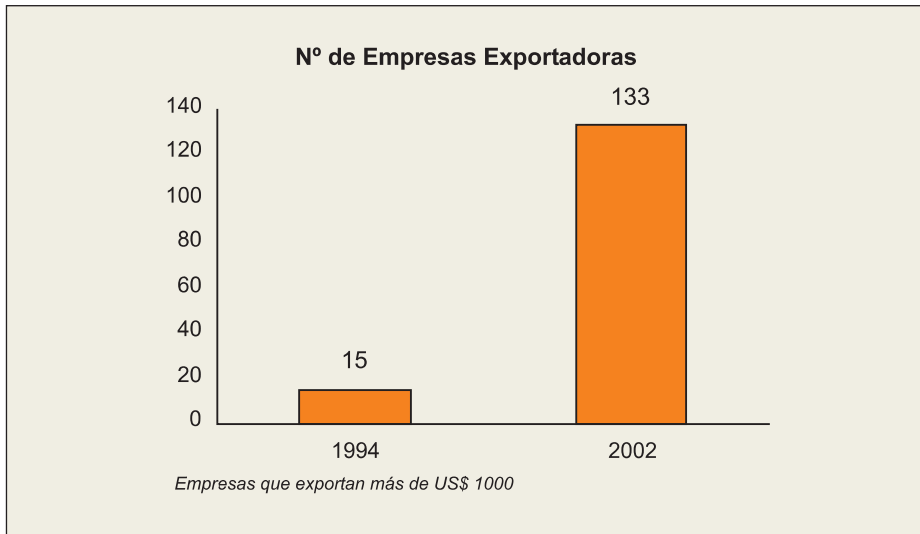
Performance en Prendas de Tejidos de Punto de Fibras Sintéticas o Artificiales

Las exportaciones de prendas de vestir de fibras sintéticas concentran el 1,6% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

Venezuela se erigió como el principal destino de exportación desde el 2001.

Las tres principales empresas exportan el 35,6%.

PLAN OPERATIVO EXPORTADOR DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES



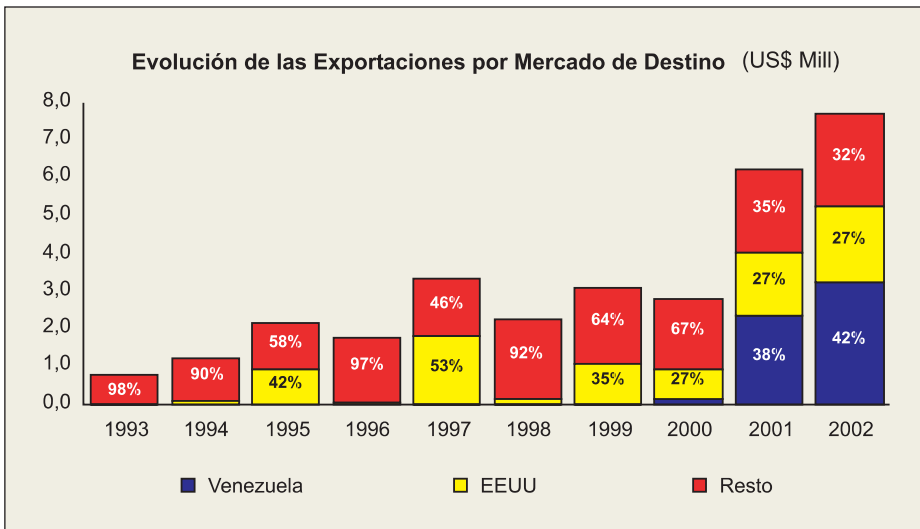
Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido de Punto de Fibras Sintéticas o Artificiales					
Países	US\$ mill. 2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
		02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94
Venezuela	3,2	35,6	146,7	41,9	8,9
EEUU	2,0	23,4	78,2	26,6	23,3
España	0,5	72,6	95,0	6,7	3,2
Italia	0,3	403,6	75,9	4,5	3,1
Chile	0,3	59,9	30,0	3,4	6,7
Ecuador	0,2	-23,2	-	3,0	1,0
Francia	0,2	9,2	37,5	2,9	3,6
Bolivia	0,2	-67,1	20,0	2,2	7,8
Bélgica	0,1	339 092,7	-	1,1	0,1
Irlanda	0,1	186,6	56,9	1,1	0,3
Jamaica	0,1	-	-	0,9	0,1
Colombia	0,1	-57,2	59,8	0,8	0,6
Canada	0,1	-32,5	16,0	0,7	1,0
México	0,0	37,9	34,7	0,6	1,3
Alemania	0,0	568,4	36,9	0,6	1,0
Resto	0,2	-32,4	-11,2	3,1	38,0
Total	7,7	23,5	28,7	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

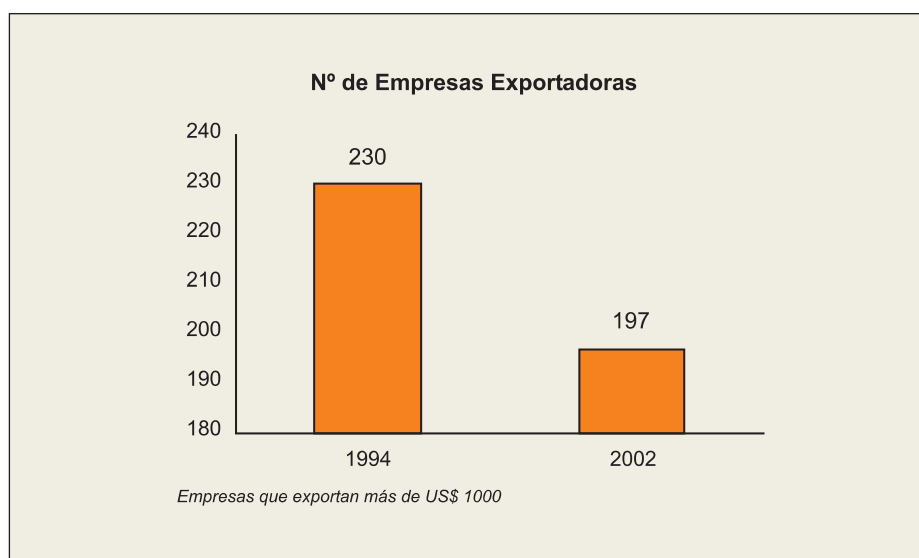
Elaboración: MAXIMIXE

Performance en Prendas de Tejidos de Punto de Lana y Pelo Fino

Las exportaciones de prendas de tejidos de punto de lana y pelo fino concentran el 2,9% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

Entre 1994 y 2002, se redujo drásticamente el número de empresas.

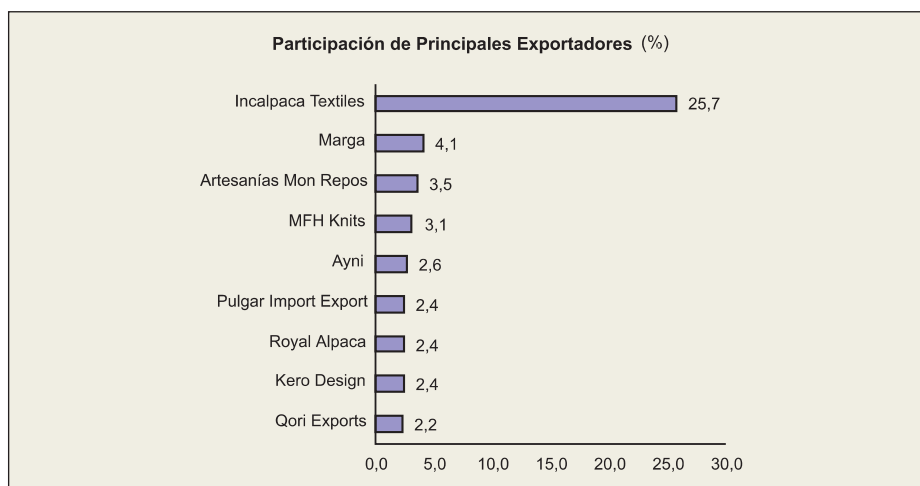
Incalpaca es la principal exportadora en dicho segmento.



Fuente: ADUANAS

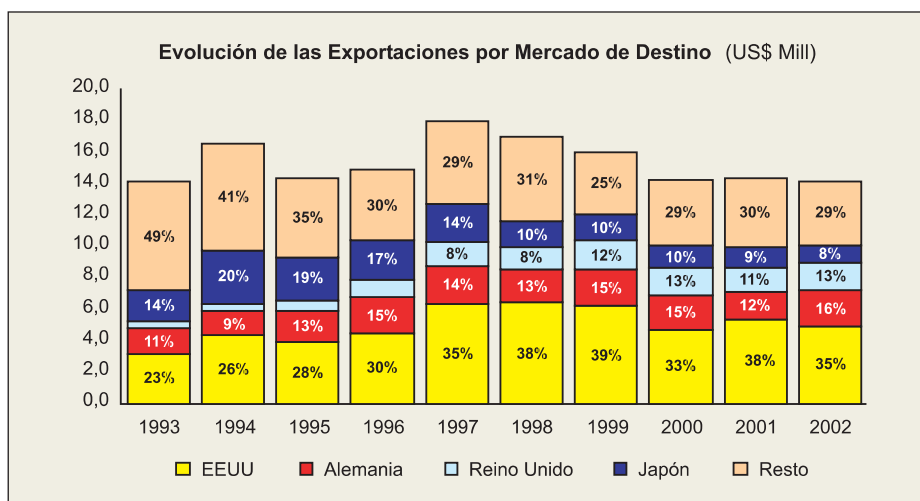
Elaboración: MAXIMIXE

PLAN OPERATIVO EXPORTADOR DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Punto de Vestir de Tejido de Punto de Lana y Pelo Fino

Países	US\$ mill. 2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
		02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94
EEUU	5,0	-7,9	5,0	35,1	32,5
Alemania	2,2	31,2	3,7	15,8	13,3
Reino Unido	1,8	13,4	18,8	12,7	8,3
Japón	1,1	-18,0	-6,6	7,8	13,1
Italia	1,0	12,4	-4,0	6,7	6,0
Francia	0,6	30,8	-5,7	4,4	5,8
España	0,5	28,5	0,7	3,9	2,1
Canada	0,4	-9,7	10,8	2,9	2,6
México	0,3	-39,3	-15,1	1,8	3,2
Suiza	0,2	-7,9	-1,3	1,8	1,8
Australia	0,2	-36,0	-5,5	1,7	2,3
Austria	0,1	11,6	-4,8	0,9	1,0
Corea del Sur	0,1	-48,8	22,0	0,8	0,5
Irlanda	0,1	-4,1	11,4	0,8	0,7
Dinamarca	0,1	71,0	-4,1	0,6	0,9
Resto	0,3	-39,6	-16,1	2,3	5,9
Total	14,2	-1,3	0,1	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

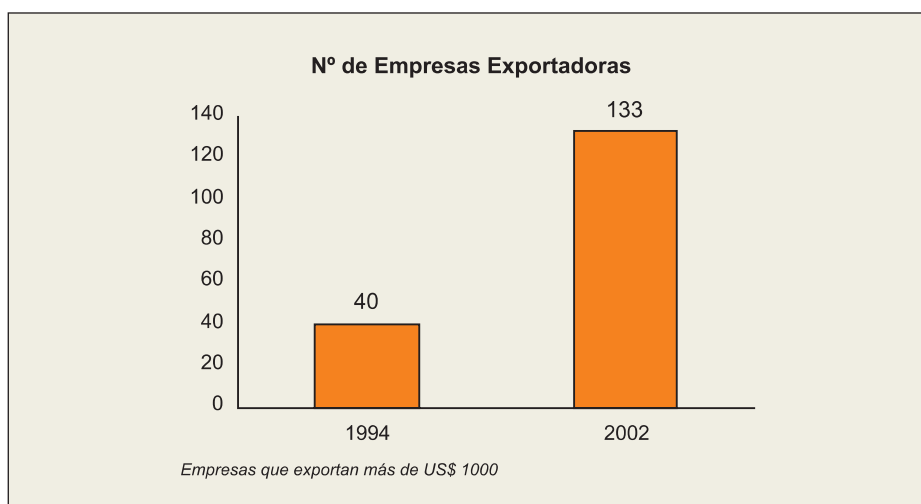
Elaboración: MAXIMIXE

Performance en Prendas de Tejidos Punto de las Demás Fibras Textiles

Las exportaciones de prendas de tejidos de punto de las demás fibras textiles concentran el 0,6% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

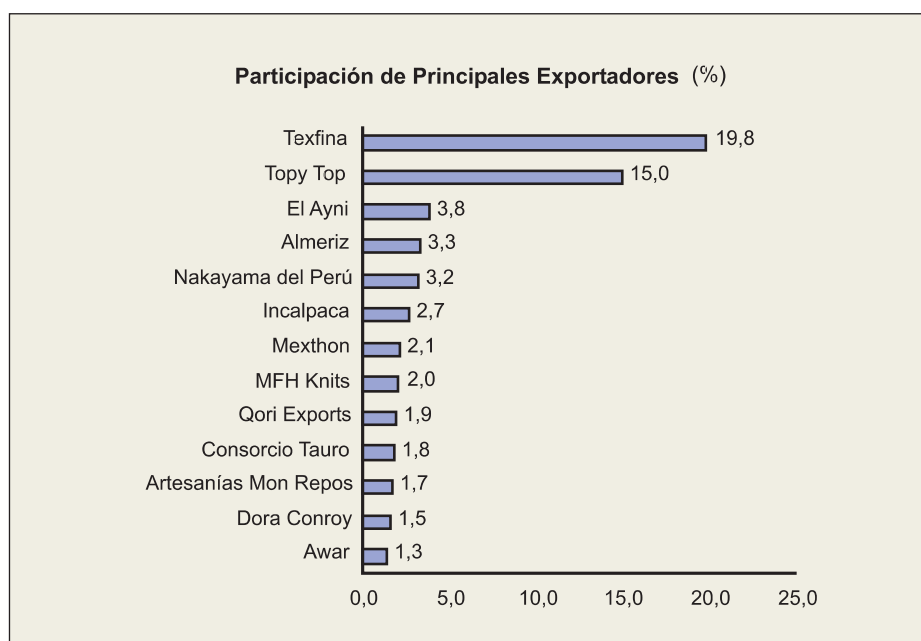
En este segmento, las exportaciones no son mayores al US\$ 1 millón por empresa.

EEUU se mantiene como el principal destino de exportación, pese a que entre el 2000 y 2001 redujo su participación.



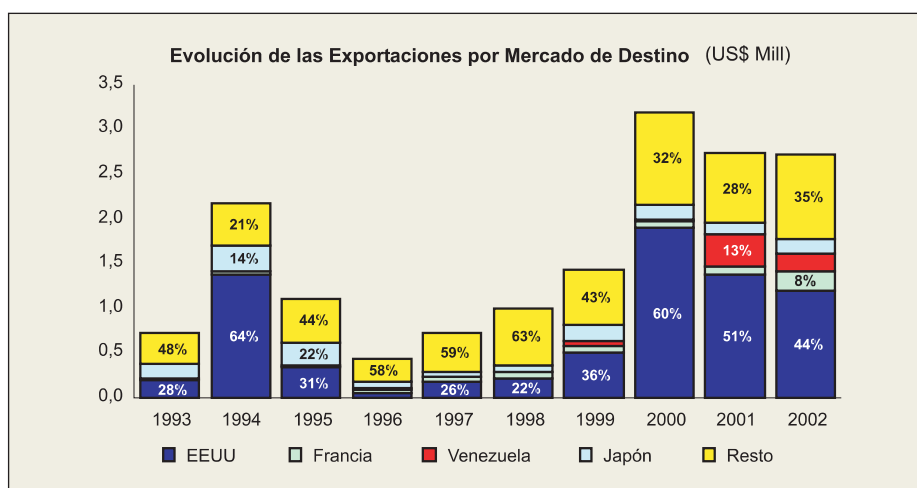
Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido de Punto de los demás Materiales Textiles					
Productos	US\$ mill.	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
	2002	02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94
EEUU	1,2	-13,7	21,8	43,7	37,3
Francia	0,2	135,2	43,5	8,0	4,7
Venezuela	0,2	-45,4	33,9	7,1	3,3
Japón	0,2	41,8	1,5	6,6	11,5
Reino Unido	0,1	48,4	41,1	4,7	3,2
España	0,1	77,3	8,9	4,6	3,5
Canada	0,1	52,4	44,4	4,1	1,9
Alemania	0,1	37,3	1,8	4,0	6,2
Bélgica	0,1	105,7	93,1	3,0	0,6
Chile	0,1	48,7	0,6	2,6	8,5
México	0,0	191,6	25,8	1,4	2,6
Italia	0,0	15,1	0,8	1,3	2,1
Australia	0,0	58,1	5,8	1,2	1,6
Colombia	0,0	-46,8	140,0	1,1	1,4
Noruega	0,0	10 044,7	-	1,0	0,2
Resto	0,1	-42,0	10,0	5,4	11,5
Total	2,7	-0,2	15,7	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Performance en Prendas de Tejidos Planos de Algodón

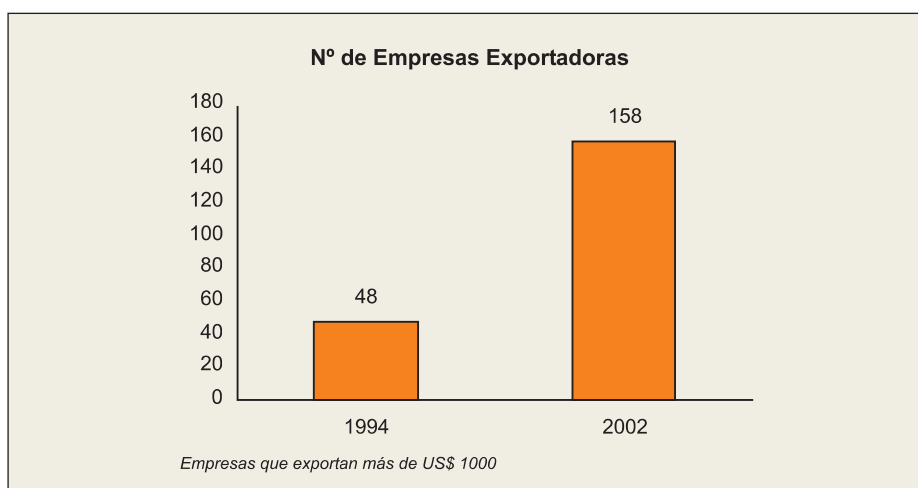
Las exportaciones de tejidos planos de algodón participan con el 5,9% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

A diferencia de las prendas de tejidos de punto de algodón, la participación de

EEUU como mercado de destino, no es mayoritaria.

Creditex es la principal exportadora del rubro con una participación de 22,6%.

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



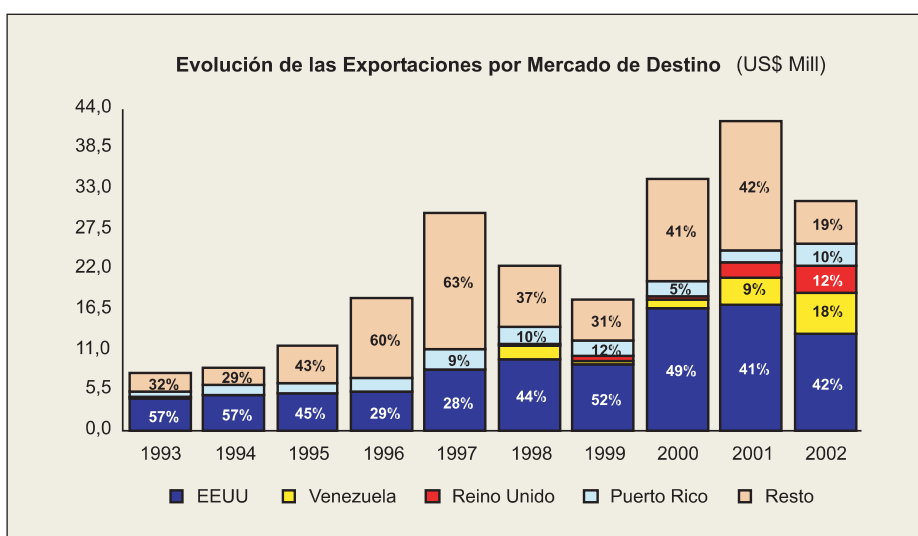
Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido Plano de Algodón					
Países	US\$ mill. 2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
		02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94
EEUU	13,3	-22,7	12,8	42,3	44,4
Venezuela	5,6	44,3	64,8	17,7	4,1
Reino Unido	3,7	88,9	58,9	11,8	2,5
Puerto Rico	3,0	81,5	16,1	9,7	9,5
Ecuador	2,0	-30,9	58,7	6,2	3,8
España	1,8	-23,5	31,1	5,9	4,7
Chile	0,9	-36,2	22,4	2,7	3,0
Colombia	0,2	662,8	-	0,7	0,2
Irlanda	0,2	36,9	125,2	0,6	0,2
Canadá	0,2	-13,7	7,4	0,6	0,5
Bolivia	0,1	-21,1	-25,5	0,4	7,0
México	0,1	28,4	-2,1	0,4	0,6
Panamá	0,1	-99,3	19,4	0,2	11,2
Italia	0,0	99,3	45,1	0,1	2,2
Hong Kong	0,0	73,5	-	0,1	0,0
Resto	0,2	-41,8	1,0	0,6	6,2
Total	31,5	-25,9	16,5	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

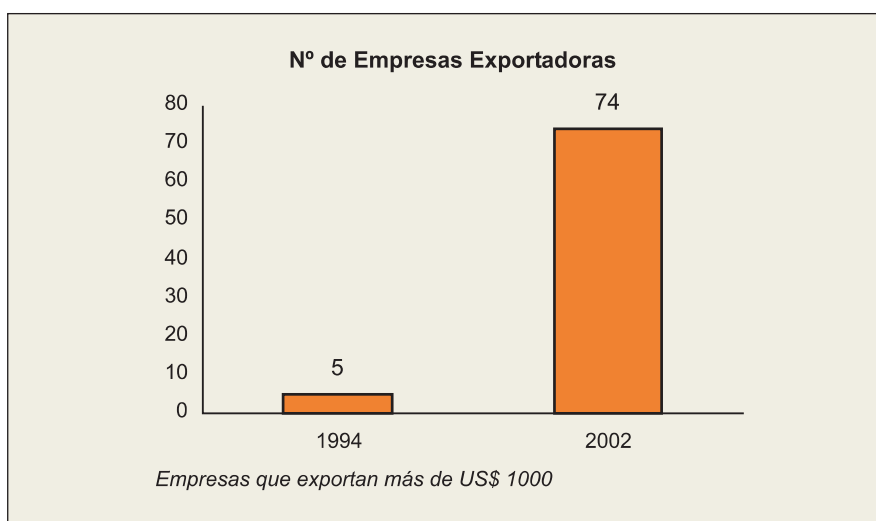
Elaboración: MAXIMIXE

Performance en Prendas de Tejidos Planos de Fibras Sintéticas o Artificiales

Las exportaciones de prendas de tejidos planos de fibras sintéticas o artificiales concentran el 0,5% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

El número de empresas exportadoras ha crecido significativamente entre 1994 y 2002.

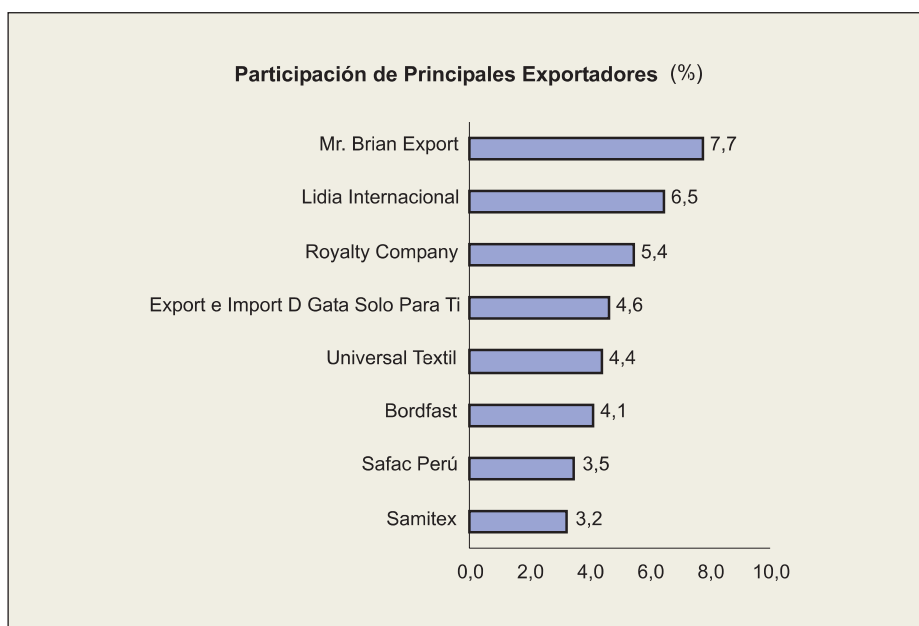
Venezuela es el mayor receptor de las exportaciones de la categoría al concentrar alrededor del 73% del total.



Fuente: ADUANAS

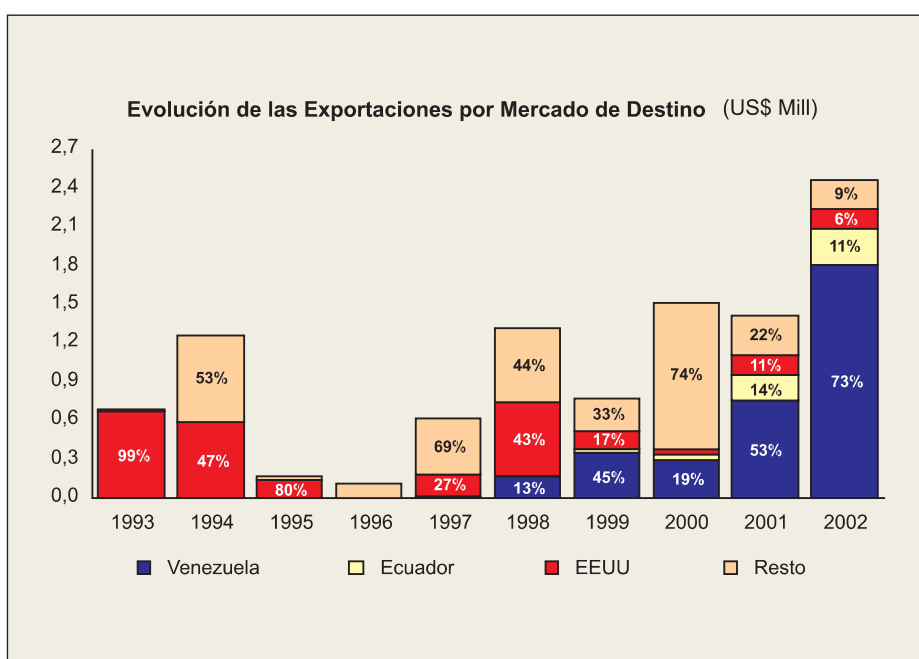
Elaboración: MAXIMIXE

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido Plano de Fibras Sintéticas o Artificiales					
Países	US\$ mill. 2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
		02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94
Venezuela	1,8	138,5	-	73,4	20,8
Ecuador	0,3	41,5	-	11,5	4,1
EEUU	0,1	-3,1	-15,8	5,9	33,4
Bolivia	0,1	55,0	63,7	5,0	23,3
Chile	0,0	-21,9	31,9	1,2	2,9
México	0,0	10,0	-	0,8	0,7
Guatemala	0,0	-	-	0,7	0,1
España	0,0	-80,7	5,2	0,3	2,1
Colombia	0,0	-81,4	-	0,3	0,7
Canadá	0,0	-	124,2	0,3	0,4
Reino Unido	0,0	13 859,1	-	0,2	0,1
Japón	0,0	4 802,5	-	0,1	0,1
Australia	0,0	-	-	0,1	0,0
Francia	0,0	3 531,5	-	0,1	0,1
Resto	0,0	-96,0	22,0	0,2	11,2
Total	2,5	72,5	15,2	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

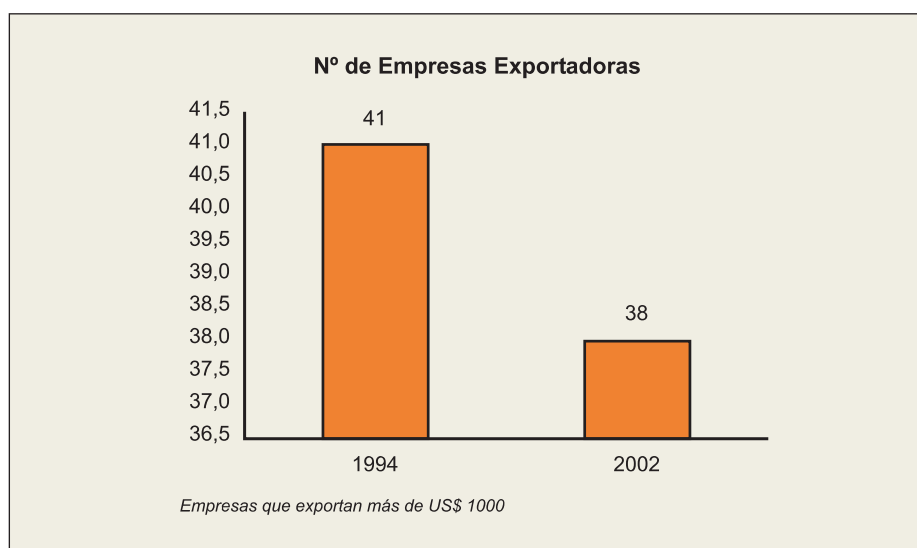
Elaboración: MAXIMIXE

Performance en Prendas de Tejido Plano de Lana y Pelo Fino

Las exportaciones de prendas de tejidos planos de lana y pelo fino concentran el 0,6% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

Incalpaca es, de lejos, la principal empresa exportadora del rubro.

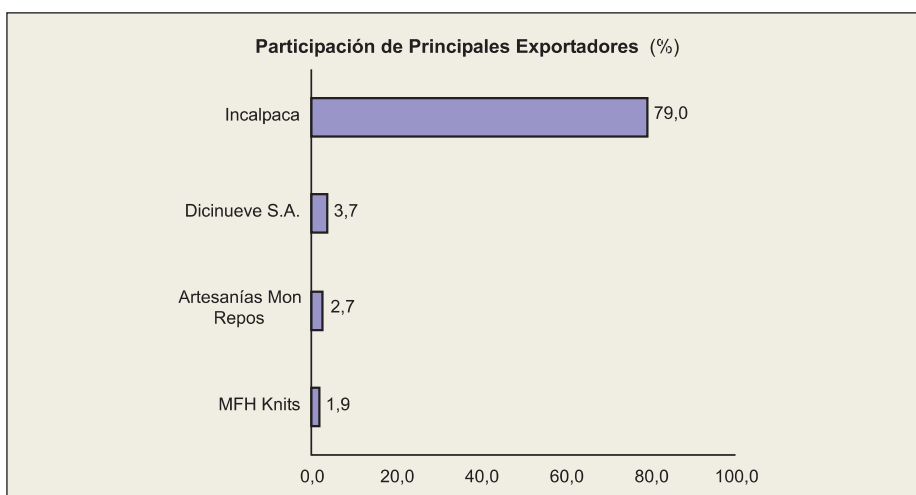
El número de empresas exportadoras del rubro cada vez es menor.



Fuente: ADUANAS

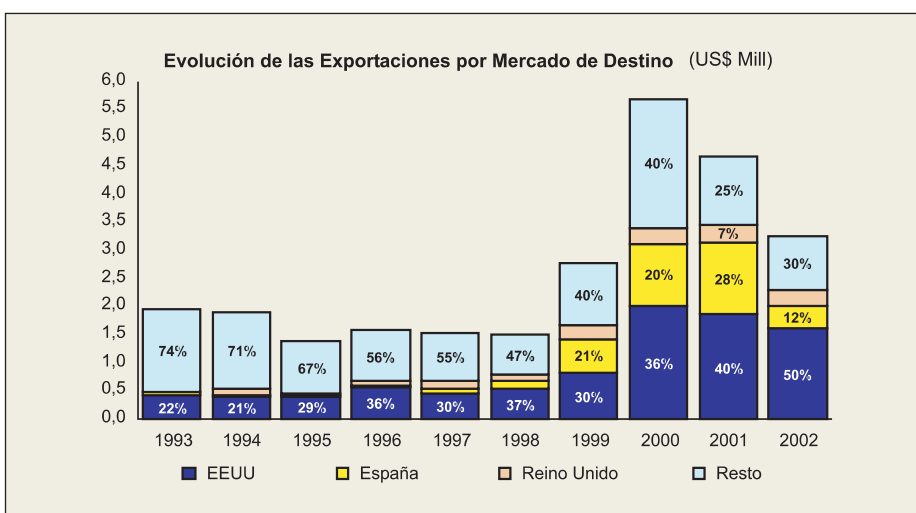
Elaboración: MAXIMIXE

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido Plano de Lana y Pelo Fino

Países	US\$ mill. 2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
		02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94
EEUU	1,6	-13,5	15,9	49,5	33,0
España	0,4	-69,0	22,0	12,2	10,5
Reino Unido	0,3	-11,2	51,6	8,8	5,8
Alemania	0,2	-30,6	15,3	5,0	6,1
Suiza	0,1	103,0	20,2	4,0	2,4
México	0,1	115,9	37,2	4,0	1,1
Francia	0,1	20,9	21,3	3,3	2,8
Corea del Sur	0,1	-65,2	28,6	2,9	2,7
Japón	0,1	-35,8	-21,8	2,8	21,4
Italia	0,1	36,1	-0,8	2,2	4,1
Australia	0,0	52,3	16,4	1,2	1,2
Bolivia	0,0	915,4	27,2	1,1	1,3
Canada	0,0	-28,5	47,8	0,9	0,5
Chile	0,0	-46,2	-9,3	0,5	0,8
Bélgica	0,0	583,4	32,5	0,5	0,3
Resto	0,0	-76,3	-22,5	1,2	6,0
Total	3,3	-29,9	5,8	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

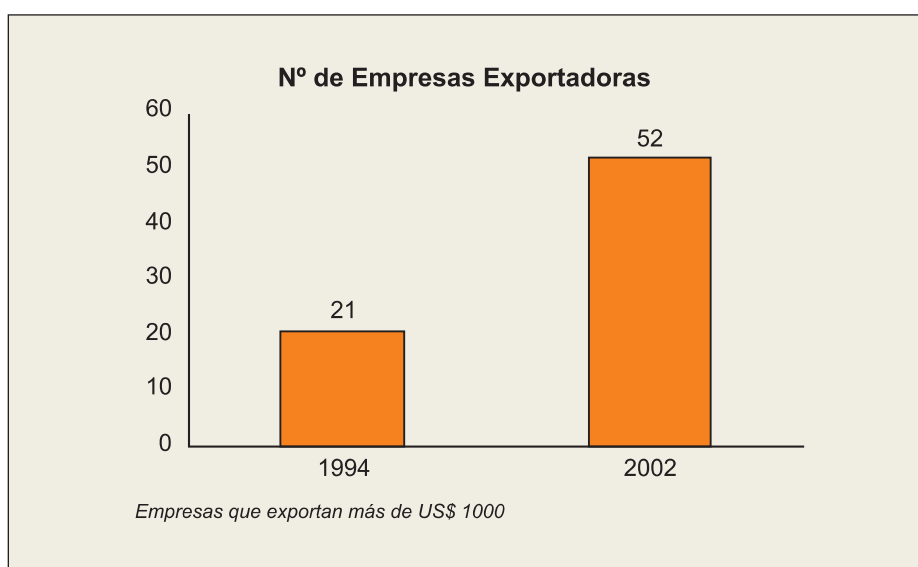
Elaboración: MAXIMIXE

Performance en Prendas de Tejido Plano de las demás Materias Textiles

Las exportaciones de prendas de tejidos planos de las demás materias textiles concentran el 0,5% del total de las exportaciones peruanas de confecciones.

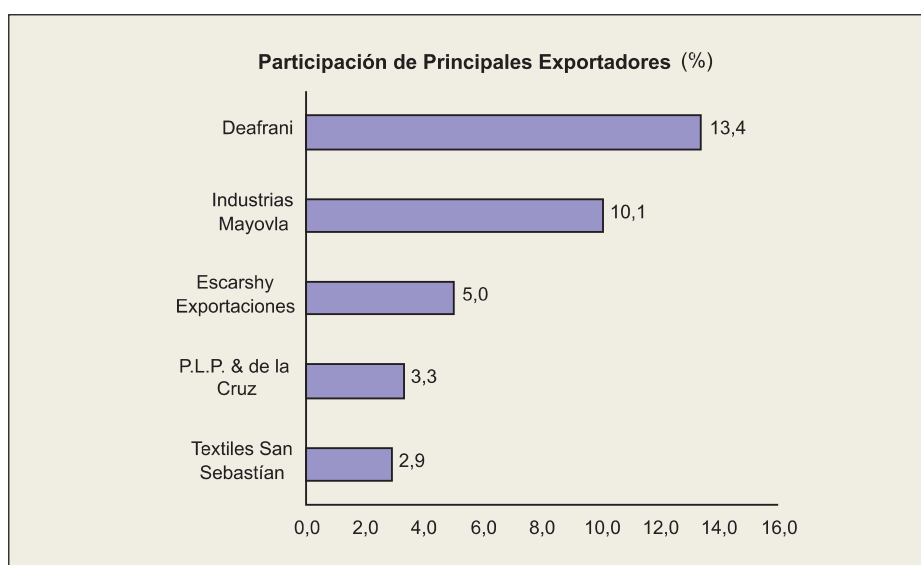
Entre 1994 y 2002, el porcentaje exportado ha Venezuela ha crecido exponencialmente, desplazando a otros mercados de destino como EEUU, Bolivia y Chile.

Venezuela es el principal destino de exportación al detentar una participación de 70%.



Fuente: ADUANAS

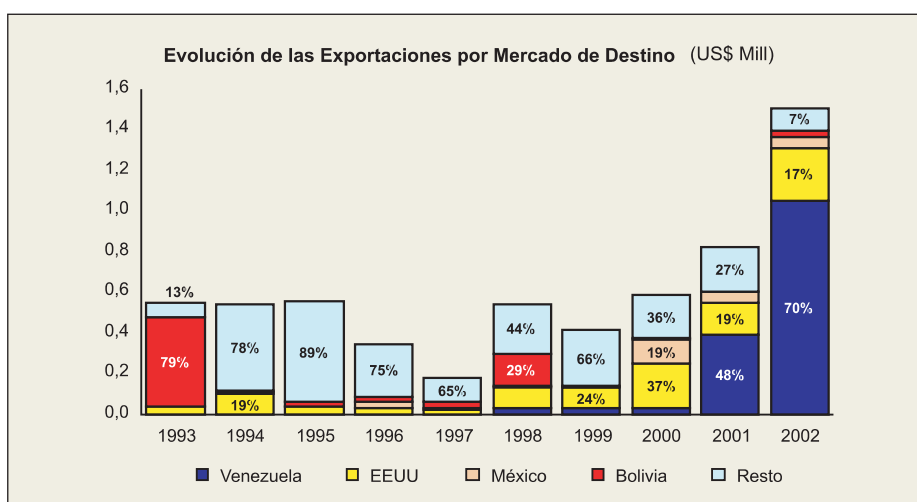
Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Ranking de Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido Plano de las demás Materias Textiles					
Países	US\$ mill. 2002	Tasa Crecimiento (%)		Participación (%)	
		02/01	Prom. 02/94	2002	Prom. 02/94
Venezuela	1,1	166,1	160,6	69,9	13,8
EEUU	0,3	64,5	22,5	17,4	17,1
México	0,0	1,9	73,3	3,3	4,7
Bolivia	0,0	849,7	-24,8	2,2	14,3
Ecuador	0,0	-44,9	46,9	1,5	3,6
Chile	0,0	-64,5	-	1,2	23,0
Japón	0,0	531,0	-9,7	1,2	2,6
Panamá	0,0	-15,4	43,6	0,8	1,2
Canadá	0,0	-26,3	68,5	0,6	0,8
Reino Unido	0,0	-88,0	90,3	0,4	1,9
España	0,0	180,4	-0,3	0,3	3,8
Francia	0,0	491,6	2,0	0,3	0,7
Italia	0,0	19,4	-2,5	0,2	0,5
Puerto Rico	0,0	-86,6	27,3	0,2	4,0
Argentina	0,0	-	2,4	0,1	0,4
Resto	0,0	-73,0	-8,6	0,4	7,7
Total	1,5	82,0	11,8	100,0	100,0

Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

IV. ANALISIS DE LA DEMANDA DE EXPORTACIONES TEXTILES Y CONFECCIONES

1. Dinámica Exportadora Mundial Manufacturera

La tasa promedio anual de las exportaciones textiles en el período 1990-2001 no ha pasado de 3,2%, mientras en confecciones ha sido de 5,5%, frente al 5,9% del sector y al 9,3% del total de mercancías.

Este lento crecimiento se refleja en una participación de apenas 3,3% del total de exportaciones manufactureras para el ramo textil y de 4,4% para el de confecciones.



Fuente: OMC

Elaboración: MAXIMIXE

Exportaciones Mundiales de Manufactura (US\$ Miles Millones)					
	1999	2000	2001	Crec. Prom % 1990-2001	Participación % 2001
Exportaciones Mundiales	5 473,4	5 473,4	5 984,2	5,3	-
Exportaciones Manufactureras	4 186,2	4 630,0	4 476,9	5,9	100,0
Hierro y acero	126,1	143,5	129,6	1,9	2,9
Productos químicos	525,7	573,8	595,4	6,6	13,3
Otras semimanufacturas	414,0	449,1	431,8	4,6	9,6
Maquinaria y equipo de transporte	2 294,6	2 565,9	2 453,4	6,6	54,8
Productos de la industria automotriz	549,2	571,3	564,6	5,3	12,6
Máquinas de oficina y equipo para telecomunicaciones	769,4	939,9	827,5	9,7	18,5
Otra maquinaria y equipo de transporte	976,0	1 054,7	1 061,3	5,4	23,7
Textiles	147,9	157,5	147,0	3,2	3,3
Prendas de vestir	186,0	198,9	195,0	5,5	4,4
Otros bienes de consumo	491,9	541,4	524,8	5,2	11,7

Fuente: Organización Mundial del Comercio

Elaboración: MAXIMIXE

Dinámica Exportadora Mundial de Textiles y Confecciones

Entre 1991 y 2001, las tasas de expansión de las exportaciones mundiales de textiles y confecciones reportaron comportamientos similares a los registradas por el total de industrias manufactureras y el conjunto de

mercancías. No obstante, se observa un significativo crecimiento en el período 1995-1996 debido a la liberación parcial de las cuotas a la importación de confecciones en el mercado de EEUU.

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: Organización Mundial del Comercio

Elaboración: MAXIMIXE

2. PATRONES Y TENDENCIAS DEL CONSUMO

EEUU: Patrón y Tendencias del Consumo en Textiles y Confecciones

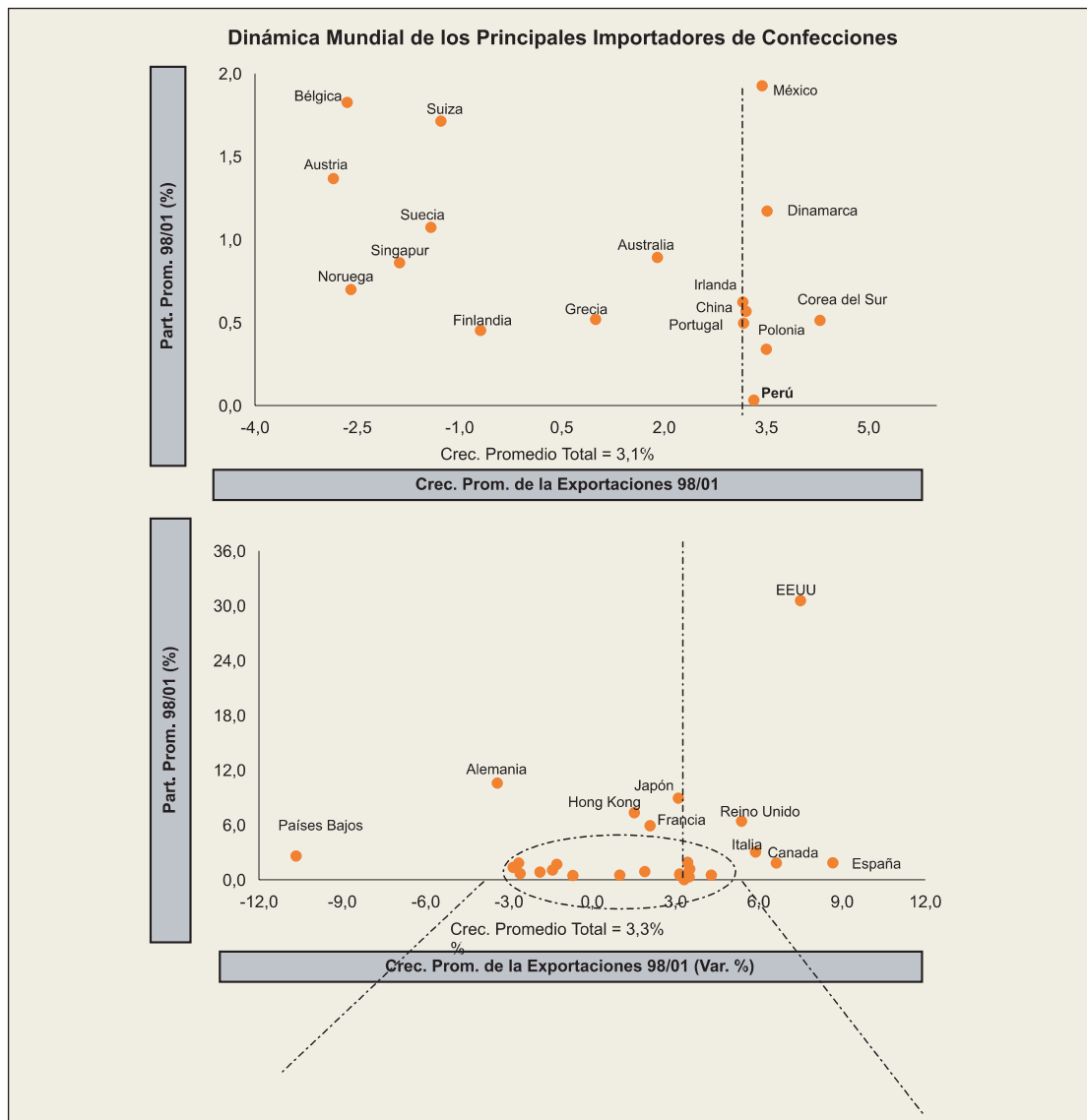
- Son consumidores de marca.
- El 65% de la población norteamericana se viste con productos denominados básicos, de bajo precio.
- Prefieren productos ligeros y fáciles de cuidar, además de prácticos y fáciles de combinar.
- Las compras las realizan en tiendas minoristas de marcas nacionales (specialties) como Gap, The Limited, Banana Republic.
- El segmento de jóvenes (15 a 19 años) es el más atractivo para la venta de ropa.
- También es atractivo el mercado femenino de tallas grandes.
- En épocas de recesión económica, el consumidor opta por comprar en tiendas de descuento.

3. OPORTUNIDADES DE MERCADO

Dinamismo de los Mercados de Destino

EEUU es el mayor mercado de destino en confecciones, siendo además uno de los más dinámicos. Su nivel de abastecimiento es tres veces mayor al de su más cercano rival, Alemania.

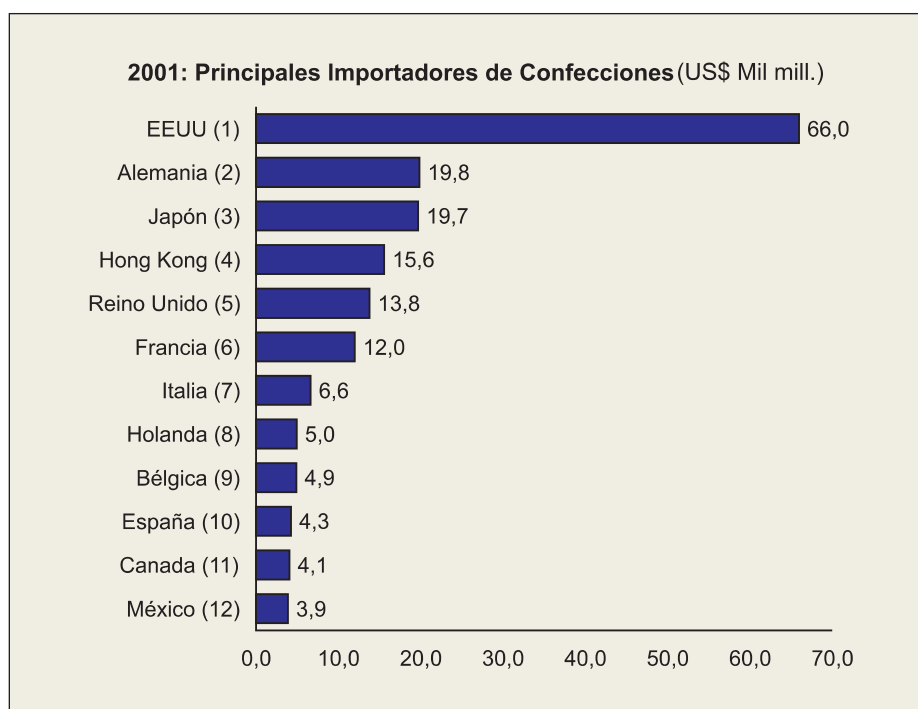
España, Italia y Reino Unido son los mercados más dinámicos de Europa Occidental, siendo abastecidos principalmente por países de Europa Oriental, Marruecos y Turquía.



Fuente: COMTRADE

Elaboración: MAXIMIXE

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX



Fuente: ADUANAS

Elaboración: MAXIMIXE

Dónde Especializarse en Prendas de Tejidos de Punto

En la categoría de prendas de vestir de tejidos de punto, destacan por su dinamismo las confecciones elaboradas con fibras sintéticas, rubro en el que Perú

no cuenta aún con ventajas competitivas. Las prendas elaboradas con fibras naturales también muestran una demanda sostenida.

	Importaciones Mundiales		Exportaciones Peruanas		
	Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio Respecto al Rubro 98/01 (%)	Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio Respecto al Rubro 98/01 (%)	
Prendas de Vestir de Tejidos de Punto de Algodón					
611020	Sueteres, chalecos y cardigans, de algodón	9,0	13,8	6,9	11,5
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (46%)	Japón (9,3%)	Hong Kong (8,4%)	
	Principales Oferentes y su Participación	Hong Kong (18,9%)	China (16,4%)	Turquía (8,5%)	
610910	T-shirt con rayas, uno o varios colores de algodón, para hombre	8,6	12,4	23,1	39,5
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (25,3%)	Alemania (10,6%)	Japón (9,9%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (14,4%)	EEUU (9,4%)	Turquía (9%)	
611120	Prendas y complementos de vestir de algodón, para bebe	8,8	3,2	41,9	2,4
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (39,5%)	Hong Kong (10,1%)	Francia (9,5%)	
	Principales Oferentes y su Participación	Hong Kong (18,7%)	China (13,7%)	Tailandia (11,8%)	
Prendas de Vestir de Tejidos de Punto de Otras Fibras Textiles					
611030	Sueteres, chalecos y cardigans, de fibras acrílicas o artificiales	6,4	13,0	-9,6	0,3
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (29,9%)	Alemania (11,6%)	Japón (9,4%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (21,2%)	Hong Kong (17,6%)	Italia (9,2%)	
610990	T-shirt y camisetas interiores de fibras acrílicas y demás materias textiles, para hombre	12,7	3,5	54,6	0,2
	Principales Demandantes y su Participación	Alemania (18,5%)	EEUU (18%)	Reino Unido (9,9%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (17,8%)	Hong Kong (8,4%)	Alemania (5,5%)	
611090	Sueteres, chalecos y cardigans, de las demás materias textiles	7,2	2,9	85,3	0,1
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (45,1%)	Hong Kong (23,4%)	Japón (4,3%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (40,1%)	Hong Kong (26,3%)	Bangladesh (7,5%)	

Fuente: COMTRADE

Elaboración: MAXIMIXE

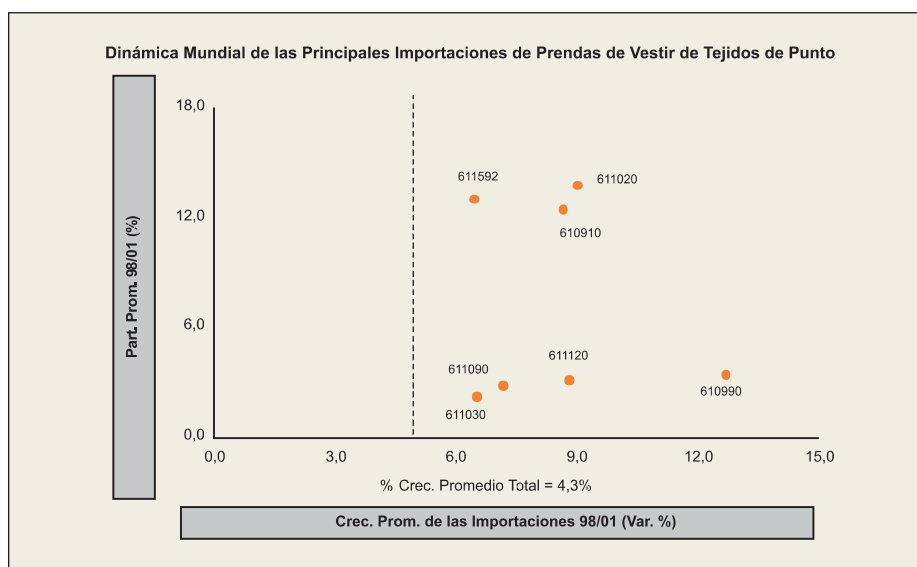
Nichos de Demanda Atractivos en Prendas de Tejidos de Punto

El nicho más interesante es el de chompas, chalecos y cardigans de algodón, por ser el más grande en el rubro de prendas de tejidos de punto (13,8%) y venir creciendo a un ritmo elevado (9%).

El segundo nicho más interesante es el de polos de algodón para hombre, tras participar en el rubro con el 12,4% y crecer 8,6% por año.

A pesar de su baja participación (3,5%), no deja de ser interesante el nicho de polos y camisetas interiores de fibras acrílicas y demás materias textiles para hombre, por su elevada tasa de expansión (12,7%).

Pese a su menor dinamismo (6,4%), también es atractivo el nicho de calcetines de algodón, por mantener una participación relativamente alta (13%).



Fuente: COMTRADE

Elaboración: MAXIMIXE

Partidas	Nombre	Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio respecto Cap. 61 98/01 (%)
Cap. 61: Prendas de vestir de tejido de punto		4,3	100
610990		12,7	3,5
611020	Sueteres, chalecos y cardigans, de algodón	9,0	13,8
611120	Prendas y complementos de vestir de algodón, para bebe	8,8	3,2
610910	T-shirt con rayas uno o varios colores de algodón, para hombre	8,6	12,4
611090	Sueteres, chalecos y cardigans, de las demás materias textiles	7,2	2,9
611592	Calcetines y demás artículos de calcetería, de algodón	6,5	2,3
611030	Sueteres, chalecos y cardigans, de fibras acrílicas o artificiales	6,4	13,0

Fuente: COMTRADE

Elaboración: MAXIMIXE

Dónde Especializarse en Prendas de Tejidos Planos

La demanda por prendas de tejidos planos se concentra en productos para mujer. Perú viene especializándose en pantalones y shorts de algodón para

mujer, de elevada participación (9,3%) y tasa de crecimiento (11,6%) mundial. Perú debería ampliar su espectro en el mismo nicho pero en fibras sintéticas.

		Importaciones Mundiales		Exportaciones Peruanas	
		Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio respecto al Rubro 98/01 (%)	Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio respecto al rubro 98/01 (%)
Prendas de Vestir de Tejido Plano de Algodón					
620462	Pantalón y short de algodón, para mujer	11,6	9,3	51,1	12,7
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (43,8%)	Alemania (8,8%)	Hong Kong (8%)	
	Principales Oferentes y su Participación	Hong Kong (17,3%)	México (15%)	China (13,4%)	
620630	Camisas, blusas y camiseras de algodón, para mujer	5,2	2,6	7,0	7,6
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (37,1%)	Japón (13,8%)	Alemania (9%)	
	Principales Oferentes y su Participación	India (19,1%)	Hong Kong (16,9%)	China (14,4%)	
620452	Faldas y faldas pantalón de algodón, para mujer	18,6	1,1	8,5	1,0
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (29,8%)	Japón (19,5%)	Hong Kong (10,3%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (22,1%)	Hong Kong (21,4%)	Italia (6,5%)	
Prendas de Vestir de Tejido Plano de Otras Fibras Textiles					
620463	Pantalón y short de fibras sintéticas, para mujer	15,7	3,6	116,2	0,2
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (24,8%)	Alemania (14,7%)	Reino Unido (13,3%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (13,8%)	Hong Kong (11,1%)	Alemania (7,6%)	
620343	Pantalón y short de fibra sintética, para hombre	9,0	3,3	14,9	1,7
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (37%)	Alemania (10,8%)	Francia (6,2%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (23,2%)	Hong Kong (10,6%)	México (7,6%)	
620530	Camisas de fibras sintéticas o artificiales, para hombre	6,7	1,8	-11,8	0,6
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (38,3%)	Japón (13,1%)	Reino Unido (11,7%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (36,9%)	Corea del Sur (15,6%)	Hong Kong (10,8%)	

Fuente: COMTRADE

Elaboración: MAXIMIXE

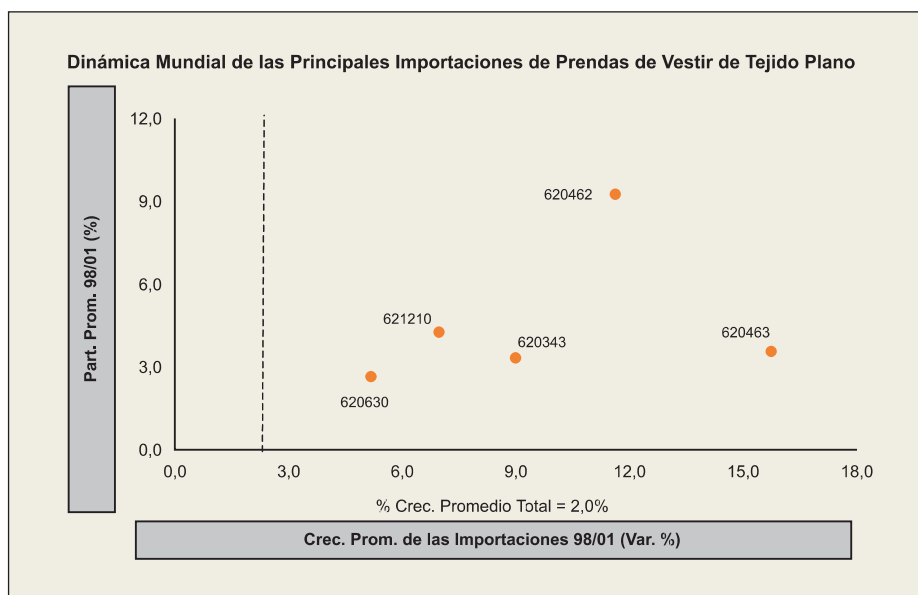
Nichos de Demanda Atractivos en Prendas de Tejidos Planos

Pantalones y shorts de algodón para mujer, es el nicho mas interesante al venir expandiéndose a una tasa de 11,6% por año y ostentar la mayor participación del rubro de prendas de tejidos planos (9,25%).

Le sigue en importancia, el nicho de pantalón y short de fibras sintéticas para

mujer, cuya participación en el rubro es de 3,6% y su tasa de crecimiento es de 15,7% por año.

Pese a su baja participación (3,3%), el nicho de pantalones y short de fibras sintéticas para hombre no deja de ser interesante, tras expandirse en 9% por año.



Fuente: COMTRADE

Elaboración: MAXIMIXE

Partidas	Nombre	Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio respecto Cap. 62 98/01 (%)
Cap. 62: Prendas de vestir de tejido plano		2,0	100
620463	Pantalón y short de fibras sintéticas, para mujer	15,7	3,6
620462	Pantalón y short de algodón, para mujer	11,6	9,3
620343	Pantalón y short de fibra sintética, para hombre	9,0	3,3
621210	Sostenes (corpiños), incluso de punto	7,0	4,3
620630	Camisas, blusas y camiseras de algodón, para mujer	5,2	2,6

Dónde Especializarse en Otras Confecciones

En la demanda de otras confecciones, se observa la dinámica del nicho de los demás visillos y cortinas, guardamalletas y rodapiés de fibras sintéticas, donde Perú

reporta un marcado dinamismo pero una baja contribución con respecto al total de las exportaciones peruanas de la categoría.

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX

		Importaciones Mundiales		Exportaciones Peruanas	
		Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio Respecto al Rubro 98/01 (%)	Crecimiento Promedio Anual 98/01 (Var. %)	Part. Promedio Respecto al Rubro 98/01 (%)
Otras Confecciones					
630790	Cinturones, mascarillas y demás artículos de confecciones	10,1	18,5	24,6	7,0
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (43,7%)	Japón (11,9%)	Alemania (6,9%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (15,9%)	México (12,2%)	EEUU (11,3%)	
630260	Ropa de tocador o cocina, de tejido con bucles del tipo para toalla, de algodón	5,0	13,1	2,8	41,5
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (30,6%)	Japón (14,9%)	Alemania (8,4%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (30,6%)	Turquía (12,6%)	Portugal (10,4%)	
630231	Las demás ropas de cama de algodón	6,1	5,9	-42,0	0,8
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (36,5%)	Japón (9,7%)	Reino Unido (8,9%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (38,9%)	Portugal (14,5%)	Hong Kong (5,5%)	
630710	Paños para fregar o lavar (bayetas, paños rejilla), franelas y art. similares para limpieza	9,0	3,6	262,3	0,2
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (32,3%)	Alemania (8,2%)	Japón (6,7%)	
	Principales Oferentes y su Participación	Alemania (17,4%)	China (9,5%)	Corea del Sur (9,4%)	
630392	Los demás visillos y cortinas, guardamalletas y rodapiés, de fibras sintéticas	18,3	3,0	187,6	0,2
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (31,3%)	Japón (13,7%)	Alemania (11,8%)	
	Principales Oferentes y su Participación	China (23,3%)	Turquía (11,6%)	Alemania (10,5%)	
630532	Continentes intermedios flexibles para productos a granel	13,2	2,7	0,0	4,3
	Principales Demandantes y su Participación	EEUU (22,1%)	Japón (16,5%)	Alemania (13%)	
	Principales Oferentes y su Participación	Turquía (33,2%)	México (11,8%)	Rep. Checa (7,1%)	

Fuente: COMTRADE

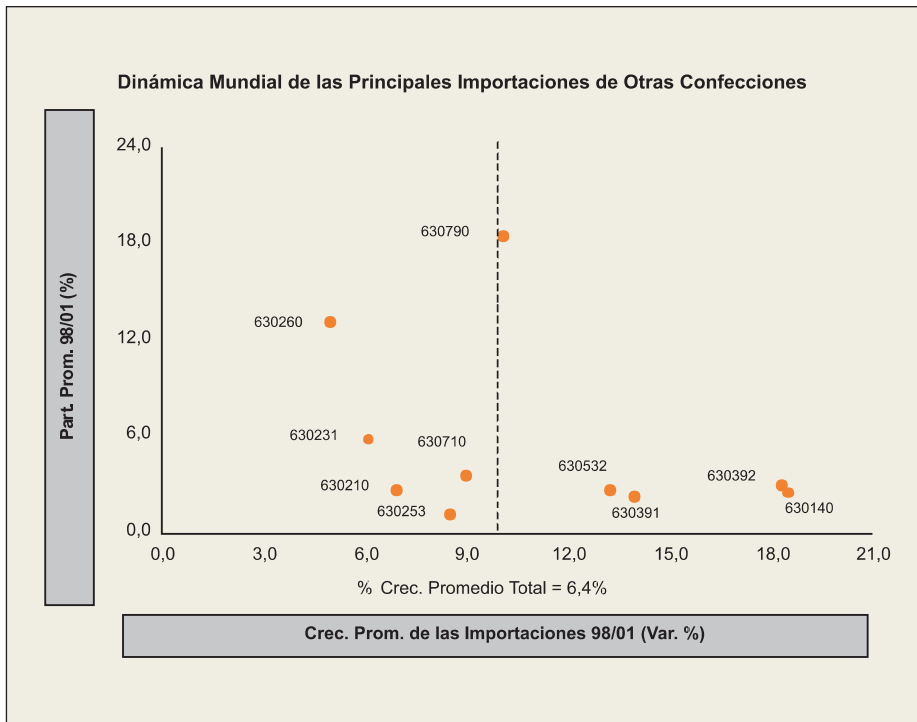
Elaboración: MAXIMIXE

Nichos de Demanda Atractivos en Otras Confecciones

El nicho más interesante es patrones, cinturones, mascarillas y demás artículos de confecciones, al concentrar el 10,1% del total exportado, aunque reporta una velocidad similar al promedio de la categoría.

Además cabe destacar por su dinamismo, los nichos de cortinas, guardamalletas y

rodapiés de fibras sintéticas, así como de mantas de fibras sintéticas, que crecen a una tasa promedio anual de 18,3% y 18,5%, respectivamente, concentrando en conjunto el 5,5% del total.



Fuente: COMTRADE

Elaboración: MAXIMIXE

630140	Mantas de Fibras Sintéticas (Excepto las Eléctricas)
630392	Los demás Visillos y Cortinas, Guardamalletas y Rodapiés, de Fibras Sintéticas
630391	Los demás Visillos Y Cortinas, Guardamalletas y Rodapiés, de Algodón
630532	Continentes Intermedios Flexibles para Productos a Granel
630790	Patrones, Cinturones, Mascarillas y demás Artículos de Confecciones
630710	Paños para Fregar o Lavar (Bayetas, Paños Rejilla), Franelas y Art. Similares para Limpieza
630253	Las demás Ropas de Mesa de Fibras Sintéticas o Artificiales
630210	Ropa de Cama de punto
630231	Las demás Ropas de Cama de Algodón
630260	Ropa de Tocador o Cocina, de Tejido con Bucles del Tipo para Toalla, de Algodón

Tendencia de Demanda de Confecciones en Mercado de EEUU

Más del 30% de la importación de confecciones de EEUU está constituida por polos de algodón de tejidos de punto y pantalones de algodón de tejidos plano.

Los dos nichos más interesantes son pantalones de tejidos planos de algodón para mujer y polos y blusas de tejidos de punto de algodón para mujer.

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX

Principales Productos de Confecciones Importados por EEUU				
Categoría	Nombre	Variación %		Part. Promedio
		Ene-Jul 03 / Ene-Jul 02	Promedio Anual 98/02 (Var. %)	Respecto al Total 98/02 (%)
348	Pantalones de algodón para mujer	17,3	13,6	8,9
347	Pantalones de algodón para hombre	15,7	6,6	8,6
338	Polos y camisas de algodón para hombre, de tejido de punto	15,4	6,3	8,4
339	Polos y blusas de algodón para mujer, de tejido de punto	15,7	17,0	8,0
352	Ropa Interior de algodón	9,7	5,9	4,2
340	Camisas de algodón para hombre, de tejidos planos	17,9	-3,1	4,0
639	Polos y blusas de fibras sintéticas para mujer, de tejido de punto	2,2	4,5	3,8
659	Otras prendas de vestir de fibras sintéticas	7,8	6,9	3,2
239	Ropas y accesorios de algodón para bebés	19,9	8,9	3,1
670	Productos planos, bolsos, equipajes de fibras sintéticas	19,9	5,9	3,0
647	Pantalones para hombre de fibras sintéticas	14,4	9,7	3,0
648	Pantalones para mujer de fibras sintéticas	7,4	5,8	2,9
369	Otras manufacturas de algodón	18,5	13,7	2,7
638	Camisas de fibras sintéticas para hombre, de tejido de punto	13,3	5,8	2,5
649	Brasieres de fibras sintéticas	0,8	13,0	2,3

Fuente: OTEXA

Elaboración: MAXIMIXE

Modalidades de Comercialización de Confecciones en EEUU

Las exportaciones peruanas de confecciones se canalizan a EEUU mayormente vía 'brokers' hacia el segmento minorista, a pesar de que la venta a través de tiendas especializadas es la modalidad dominante. Al canalizar sus ventas al mercado de EEUU por esta vía alternativa, las empresas exportadoras peruanas deben considerar las siguientes ventajas y desventajas:

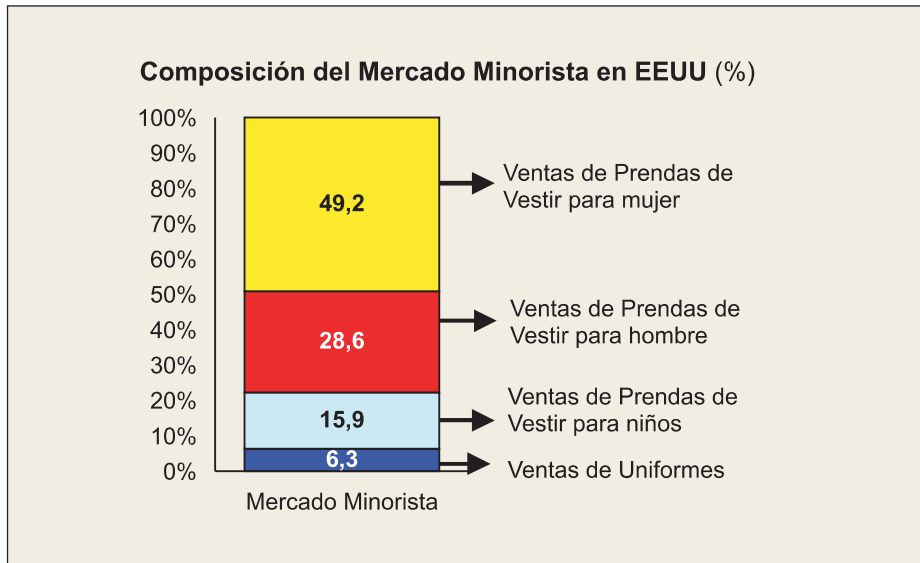
Ventajas

- Trato directo exportador-cliente, dejando fuera a intermediarios
- Mayor volumen de negocios (pedidos grandes)

- Mejores márgenes

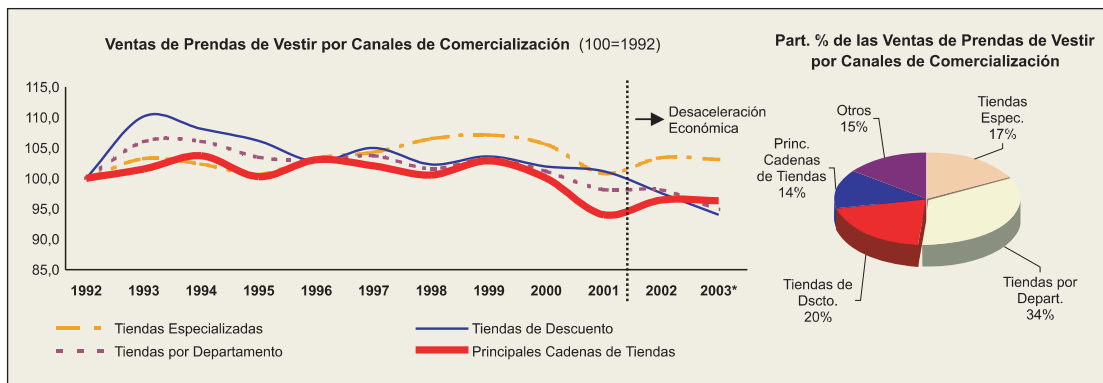
Desventajas

- Riesgo de hacerse dependientes de pedidos de productos de bajo valor agregado
- Riesgo de no satisfacer los volúmenes de los pedidos por no contar con la escala de oferta estandarizada
- Costos de mantener relación comercial directa con el cliente



Fuente: US Census Bureau

Elaboración: MAXIMIXE



Fuente: US Census Bureau

Elaboración: MAXIMIXE

4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Principales Competidores a Escala Mundial

Entre 1998 y 2001 las exportaciones de prendas de vestir del Perú fueron las más dinámicas a escala mundial, aun cuando su participación en el comercio mundial sigue siendo poco significativa.

Perú ocupa el puesto 40 como exportador de confecciones, ocupando China la primera ubicación, con exportaciones que equivalen a 71 veces lo que exporta Perú, apoyado en sus reducidos costos