

Sector Textil Confecciones

El valor de los productos embarcados durante el I trimestre de 2008 en el sector ascendió a US\$ 467.6 millones, cifra superior en 36.3% a la registrada en el mismo periodo de 2007. En marzo el monto negociado fue US\$ 167.4 millones y registró un incremento de 45.0%.

El principal producto del sector fueron los **polos de algodón** que incrementaron 42.0% en el primer trimestre del año alcanzando los US\$ 117.2 millones impulsado por el vigoroso crecimiento de la demanda en Venezuela (234% de incremento - US\$ 25.6 millones de ventas totales - 2º mercado) y Estados Unidos (23% - US\$ 79.2 millones - 1º mercado).

Colombia, Francia, Reino Unido, Hong Kong y Argentina incrementaron sus importaciones desde el Perú, mientras que Italia, Países Bajos y Alemania disminuyeron y México, Chile, España y Canadá se mantuvieron casi constantes.

Sector Textil Confecciones (Millones de dólares)

SH6	Descripción	Marzo			Trimestre		
		2007	2008	Var.%	2007	2008	Var.%
610910	Polos de algodón	26.6	44.6	67.6	82.6	117.2	42.0
610510	Camisas de algodón	20.9	25.4	21.7	69.7	74.0	6.2
610610	Blusas de algodón	8.4	15.3	82.6	27.3	41.2	51.2
611020	Sueters de algodón	3.7	5.8	55.4	12.1	16.9	40.0
611420	Tank top de algodón	4.8	5.0	4.2	13.3	13.2	-1.2
620462	Pantalones de algodón damas-plano	1.9	2.6	35.4	4.9	11.1	129.2
610462	Pantalones de algodón damas-punto	2.0	3.3	59.0	3.8	9.7	155.3
611120	Prendas para bebé de algodón	2.4	3.0	25.9	6.9	9.6	38.8
510539	Pelo fino de alpaca, llama o vicuña	4.1	2.9	-29.4	8.9	7.9	-10.8
600622	Tejidos de algodón teñidos	0.8	3.4	299.6	2.8	7.8	181.9
Total		115.5	167.4	45.0	343.1	467.6	36.3

Camisas de algodón. Aunque en marzo mostró una recuperación en su demanda, Estados Unidos muestra un acumulado trimestral negativo de 5%. Alemania alcanzó un aumento de 1 millón de dólares con tendencia positiva de crecimiento lo cual refleja un cambio de mentalidad en ese mercado hacia el uso de productos elaborados con fibras naturales e incluso orgánico *versus* las confecciones elaboradas con otras fibras.

Venezuela continúa con un aumento en sus solicitudes de compra y se encontró muy cerca de duplicar las ventas de los primeros 3 meses del 2007. Francia y Canadá se encuentran en los mismos niveles del año pasado pero con tendencia positiva y Países Bajos, Brasil y Bélgica presentaron importantes crecimientos, 33.2%, 64 veces y 420.1%.

Blusas de algodón. Venezuela con un incremento de US\$ 4.4 a US\$ 15.1 millones justifica el crecimiento de este producto acercándose al principal mercado, Estados Unidos, que presentó compras por US\$ 21.0 millones y 10.7% de crecimiento.

Alemania con un incremento de 25% se ubica en la tercera plaza seguido por México (32.8% de retroceso) y Colombia que incrementó más de 4 veces lo registrado en similar periodo y Francia 6 veces alcanzando el medio millón de dólares en cada caso.

Los tejidos de algodón teñidos y los pantalones de algodón, tanto de tejido plano como de punto, son los que registraron los mayores incrementos significativos con porcentajes de 181.9%, 155.3% y 129.2%.

Mercados de destino

Los principales mercados de destino del sector durante el primer trimestre de 2008 fueron: Estados Unidos que concentró el 44.8% y Venezuela (26.6%). Mercados con menores demandas se encuentran divididos en dos grupos, los que superan los US\$ 10 millones como Colombia, Chile e Italia y los que se encuentra por debajo de ese valor pero superior a los US\$ 5 millones: Ecuador, Brasil, Alemania, Reino Unido, Francia, México y Bolivia. China, importante exportador del sector es nuestro mercado número 15° con importaciones por US\$ 4.2 millones que son derivados de las ventas de pelo fino de alpaca o vicuña.

**Principales Mercados de Destino del Sector Textil Confecciones
(Millones de dólares)**

Mercado	Marzo			Trimestre			
	2007	2008	Var.%	2007	2008	Var.%	Part.%
Estados Unidos	60.0	74.6	24.2	192.2	209.8	9.1	44.8
Venezuela	17.0	49.3	190.5	38.1	124.4	226.2	26.6
Colombia	3.0	4.7	56.4	9.2	13.5	47.1	2.9
Chile	4.3	3.7	-14.2	12.2	12.1	-0.9	2.6
Italia	4.5	2.5	-45.5	13.6	12.0	-11.6	2.6
Ecuador	2.6	3.6	35.2	7.6	9.1	19.2	1.9
Brasil	1.9	3.3	69.8	4.8	8.0	65.0	1.7
Alemania	1.5	2.7	78.6	6.5	7.9	20.7	1.7
Reino Unido	1.8	2.1	17.7	5.1	7.3	42.3	1.6
Francia	1.1	2.4	126.0	4.9	6.8	38.5	1.5
México	1.2	1.3	3.2	4.4	5.3	20.9	1.1
Bolivia	1.5	1.8	19.8	4.6	5.1	10.1	1.1
España	1.5	1.1	-25.1	4.0	4.5	14.1	1.0
Canadá	1.1	1.5	37.1	4.4	4.3	-2.3	0.9
China	1.5	1.9	28.7	3.7	4.2	12.7	0.9
Países Bajos	0.7	1.0	38.7	3.0	3.9	31.3	0.8
Argentina	0.4	1.6	311.8	1.1	3.8	237.6	0.8
Japón	1.4	1.1	-19.6	3.7	3.3	-10.0	0.7
Bélgica	0.5	1.0	93.3	1.9	3.2	69.3	0.7
Hong Kong	0.9	1.2	38.9	2.7	3.1	15.5	0.7
Total	115.5	167.4	45.0	343.1	467.6	36.3	100.0

El incremento de 9.1% en las exportaciones a **Estados Unidos** se debió al aumento en el valor embarcado de polos de algodón (en US\$ 14.7 millones), las blusas de algodón (en US\$ 2.0 millones) y prendas para bebé de algodón (en US\$ 1.5 millones). Los productos que presentaron las mayores contracciones fueron las camisas de algodón (en US\$ 2.7 millones) y tank top de algodón (en US\$ 2.2 millones).

Venezuela presentó un incremento de 226.2% en los primeros 3 meses del año sustentado en los polos de algodón, las camisas, los pantalones para damas de tejido plano y de punto, principalmente con aumento de su valor exportado en US\$ 17.9, US\$ 10.7, US\$ 6.9 y US\$ 4.5 millones, respectivamente. Fueron 17 los productos cuyos incrementos superaron el millón de dólares.

El **mercado colombiano**, con un crecimiento de 47.1%, demandó de nuestro país principalmente cable acrílicos o modacrílicos (US\$ 1.3 millones – 14.9% de

crecimiento), los polos de algodón (US\$ 1.3 millones – 127.1%), los tejidos de lana peinada o pelo fino (76.5%) y las camisas de algodón (más de 8 veces). Los productos antes mencionados mas los tank top de algodón (que incrementó 9 veces), las blusas de algodón (4 veces) y los demás tejidos de punto de lana o pelo fino (53 veces).

Los mercados de **Alemania, Francia y Reino Unido** presentaron requerimientos de productos muy similares y se basa en las camisas de algodón, los polos y las blusas del mismo material. Las camisas de algodón ocupan el primer lugar en Alemania y Francia y el segundo en Reino Unido, mientras que las blusas se ubican en el segundo en Alemania y el cuarto en Francia y los polos fueron segundos en Francia, cuartos en Reino Unido y quinto en Alemania. La tendencia para estos productos en los mercados mencionados es creciente y se debe a la importancia que le dan los consumidores a un producto con mejores fibras y presentación.

Sin embargo, se debe prestar atención al **mercado italiano** en el cual nuestros 3 principales productos presentaron retrocesos, los polos de algodón (29.9%), las camisas de algodón (34.4%) y las blusas (45.8%). El principal producto en este mercado, el pelo fino de alpaca también disminuyó 26.0%.

El MERCOSUR, representado por Brasil y Argentina presentaron incrementos significativos en sus demandas. El primero aumentó 65.0% alcanzando los US\$ 8.0 millones y el segundo 237.6% con un valor negociado de US\$ 3.8 millones. El incremento en Brasil se debe al aumento en las exportaciones de sus productos mas importantes como las fibras acrílicas y modacrílicas (31.1%) y las camisas de algodón (64 veces). Por el lado argentino, se debió a los productos camisas de algodón (creció 44 veces), polos de algodón (626.9%) y blusas del mismo material (619 veces).

La mayor presencia de las confecciones peruanas en esta parte del continente y Europa se debe a un intento de diversificar los mercados de destino por parte de los empresarios nacionales ante una posible recesión en el mercado norteamericano y posibles problemas que se podrían tener en Venezuela por el control de cambios. Ambos son los 2 principales mercados del sector.

Noticias del Sector

Altos costos, fin de las fábricas chinas

22 de marzo de 2008

AP

Los ositos de felpa que se venden en el negocio de IKEA de Shanghai a 1.40 dólares son los más baratos de la ciudad, pero no son hechos en China, se rellena y cosen en Indonesia.

El juguete simboliza el nuevo dilema que enfrenta China: Su gigantesca economía ya no está en condiciones de ofrecer costos de producción tan bajos como antes, pues sus fábricas deben soportar aumentos en los precios de la electricidad, los materiales y el trabajo.

Estos gastos, combinados con un alza en los impuestos y nuevas normas laborales y ambientales, hacen que algunas empresas emigren en busca de mercados más baratos en sitios como Vietnam, Indonesia o la India.

"Es cierto que tenemos problemas con el alza en los costos de China", declaró Linda Xu, directora de relaciones públicas de la sucursal china de IKEA, la fabricante de muebles sueca.

Si bien la competencia por ofrecer precios más bajos no es nueva, "debemos competir constantemente con otros países y abastecedores", agregó.

La región más afectada por el alza de costos es el sur del país, donde 14,000 de las aproximadamente 50,000 o 60,000 fábricas administradas desde Hong Kong podrían cerrar en los próximos meses, según Polly Ko, de la Oficina de Comercio y Economía de Guangdong, ciudad próxima a Hong Kong.

"Los sueldos suben, lo mismo que los materiales. Los costos en general son más altos", indicó Duncan Du, gerente general de Shenzhen Oriental e-Tecs, fabricante de productos electrónicos de Shenzhen, en el sur del país.

Muchas empresas, incluidas Intel, Hon Hai Technology Group (que fabrica el iPod), Canon y Sony están ampliando sus operaciones en Vietnam.

Empresas textiles chinas adoptan reformas tras debilitamiento de la demanda

<http://www.sul.org.uy/mercados/esp1261chinainf.PDF>

09.04.2008

Las empresas textiles de China se enfrentan en este 2008, a un año difícil, debido a la apreciación del Yuan (moneda china), el aumento de los costos de las materias primas y al debilitamiento de la demanda procedente de los mercados de Europa y Estados Unidos, afectados por la crisis hipotecaria.

Las ventas al exterior de textiles y prendas de vestir chinos en los primeros dos meses de este año crecieron 9,6% frente al mismo período de 2007, en comparación con aumentos que años anteriores en ese mismo período se ubicaban en el entorno del 20%.

A título de ejemplo, la meridional provincia china de Guangdong, el mayor centro textil para la exportación del país, exportó 3.520 millones de dólares en estos productos en los dos primeros meses del año, lo que representó una disminución sin precedentes del 11,3%, según los datos de la Aduana local. Muchas de las empresas textiles del sur de China se han visto obligadas a adoptar un sistema de producción innovador y ecológico en lugar del modelo basado en el uso intensivo de la mano de obra. Algunas incluso han trasladado sus fábricas a las provincias interiores del país con el objetivo de reducir aún más sus costos.

La apreciación del yuan ha incrementado el costo del cambio de divisas entre un 20 y un 25% desde el año 2007 y ha absorbido una buena parte de las ganancias. El precio de la mano de obra también se ha elevado de manera notable. El sueldo mensual promedio de los trabajadores de las fábricas textiles en el poblado de Xiqiao, en la ciudad de Foshan, ha llegado a valores entre 1.600 y 1.700 yuanes (equivalentes a U\$S 243), cifra que implica un aumento del 20% (en moneda local) respecto al año anterior.

El rápido aumento de los precios del petróleo y de las materias primas son otras de las principales preocupaciones de los empresarios textiles chinos. El precio de la lana se ha incrementado entre un 20 y un 30%, mientras el precio del carbón, usado para el planchado de las prendas, pasó de los 350 a 680 yuanes por tonelada en 2007, lo que implica un aumento de más del 94%.

Al mismo tiempo, las empresas también se enfrentan a requisitos de protección medioambiental más estrictos y se han visto afectadas por la escasez del suministro eléctrico.

Algunas empresas de teñido tuvieron que cerrar el año pasado por no haber cumplido con los estándares de protección ambiental, lo que influyó en forma negativa en la cadena de producción del sector y elevó los costos de las empresas. Por otra parte, y como consecuencia de la escasez del abastecimiento de electricidad, las empresas textiles en algunas provincias tienen suministro eléctrico de sólo 4 días a la semana, por lo que éstas han incrementado sus gastos con la compra de generadores a combustible para mantener la producción. Ante estas circunstancias, las empresas textiles tienen que adaptarse al mercado, estandarizar su producción y desarrollar productos de mayor valor agregado para aumentar su competitividad.

EXPORTADORES CHINOS DE TEXTILES ABANDONAN FIJACIÓN DE PRECIOS EN BASE AL U\$S

Los exportadores chinos de textiles están recurriendo a monedas diferentes al dólar estadounidense para fijar los precios de sus productos al cerrar tratos, con el fin de hacer frente a las crecientes pérdidas ocasionadas por la apreciación del yuan frente a la divisa del país norteamericano.

La tendencia fue revelada luego de conocerse los resultados de una encuesta realizada por entre 1.000 empresas del sector. Aquellos que aún fijan los precios de sus productos en dólares estadounidenses, han aumentado la tasa de cambio del yuan frente al dólar en sus contratos, o en su defecto han acortado el término de validez pasando de más de dos meses a sólo una semana.

La moneda china, también conocida como Renminbi, se ha valorizado más de un 4% con respecto al dólar en lo que va del año. La continua apreciación, sumada a los crecientes costos generados por los recortes en las devoluciones de impuestos de exportación, los aumentos en los precios de la mano de obra y las materias primas, han reducido considerablemente los dividendos de los empresarios textiles chinos.

Una encuesta llevada a cabo el mes pasado por el Consejo Nacional de Textiles y Vestimenta de China, muestra que dos tercios de las empresas interrogadas reportaron márgenes de ganancia de 0,62% en promedio. La otra opción que tienen los exportadores es aumentar los precios, pero es un paso que no se atreven a dar por el riesgo de perder los segmentos del mercado que ya han conquistado en medio de una importante competencia con países como Pakistán, India y Vietnam, cuyas exportaciones de textiles son ahora mucho más baratas que las chinas.

Por otra parte, según autoridades de Banco Popular de China, la tasa de cambio del yuan será mantenida básicamente estable en un nivel razonable y balanceado y con mayor flexibilidad. Un yuan más fuerte podría estimular mejoras e innovación en la industria aunque también se evalúa el impacto de la apreciación en las exportaciones y en el empleo.

La reubicación de las fábricas en las regiones interiores del país, donde los costos de la mano de obra y las materias primas son más bajos, además de la inversión en innovación tecnológica, se encuentran entre las estrategias adoptadas por las empresas textiles para combatir las mayores dificultades.

China ya no es lo que fue

<http://www.institutoaccion.com/Articulo.asp?id=502>

21.04.2008

Poco a poco la noticia va dando la vuelta al mundo. En un comienzo, cuando era obvio que había empezado a perder aire, el hecho era la comidilla en el mundo bursátil de traders, brokers, dealers y grandes inversionistas. Pero la dimensión del colapso por fin llega a oídos de la prensa, y ahora ya es noticia: la burbuja especulativa en la bolsa de valores de Shanghai, en China, acabó por reventar. Desde su punto máximo, alcanzado en octubre del año pasado, ya pierde casi 50% de su valor. En la historia de los mercados financieros globales son contadas las veces en las que un ascenso tan rápido acaba, en tan poco tiempo, tan mal.

Wu Kan, un gerente de inversiones de Dazhong Insurance Co., en Shanghai, observa que “la gente ha entrado en pánico y está desesperada por vender”. La razón de la abrupta caída, como hace notar un informe de Bloomberg, es la preocupación que hay en los mercados por el alza en el nivel de precios —9% en relación a marzo del 2007— y el temor a que esto afecte negativamente a las utilidades corporativas [“China’s stocks fall to nine-month low”, 1/abril/2008].

Pero el alza en los precios es un síntoma de la enfermedad, un indicio de que algo va mal. Entender lo que está pasando en el mercado de valores chino y, por extensión, en el resto de la economía, parte por estar al corriente de que las políticas monetaria y pública, que sirvieron de base a los grandes cambios estructurales, están siendo desmontadas por la necesidad de las circunstancias, de los tiempos.

Sobre la política monetaria —que desde hace meses busca disociar el frenesí en los mercados de capital de aquél en la economía real—, todo parece indicar que alcanzó su objetivo de extraer el componente aeriforme en el mercado de valores, y va camino a hacer lo mismo con el sector inmobiliario. (Pregunta: al ser el banco central chino el padre de estas burbujas, ¿podría etiquetarse esta política como... filicida?). El año pasado, los precios de las viviendas en las 70 ciudades más grandes de China aumentaron en 8% (en Pekín, 12%, y en Shenzhen, cerca de Hong Kong, en 20%). Eso fue el año pasado. En el primer trimestre del presente año, en cambio, los precios se han estabilizado, y, en algunas ciudades, empezado a caer. El mejor indicador de que el motor de la economía habría comenzado a bajar sus revoluciones por minuto lo da el gasto en capital, o la inversión urbana en activos fijos. Descontada la inflación, crece a una tasa anual de 18% —y el año pasado, por esta misma época, lo hacía en 24%—. [“Cooling steps, U.S. slump weigh on China growth”, Wall Street Journal, 2/abril/2008]

Y a la política monetaria súmenle las nuevas regulaciones en materia tributaria y laboral. El año pasado, Pekín eliminó una serie de beneficios tributarios que abarataban (artificialmente) el precio de compra de unos 2,000 insumos usados en la producción de bienes destinados a la exportación. Eliminado el beneficio, los costos de producción en algunas empresas del sector manufactura han subido hasta en un 15%. Asimismo, una nueva legislación laboral, que entra en efecto este año, exige a las empresas que otorguen a sus empleados una serie de beneficios, como pensiones, contratos colectivos de trabajo y estabilidad laboral de largo plazo. En algunas industrias, esto podría elevar el gasto operativo hasta en un 40%.

Este nuevo escenario, inflacionario y sobrecargado de nuevas regulaciones, lleva a Ronald Haddock, vicepresidente de la consultora Booz Allen Hamilton, a afirmar que “China ya no es lo que fue”. [China’s factory blues”, BusinessWeek, 27/marzo/2008]

En un reciente estudio de la American Chamber of Commerce, en Shanghai, en el cual se entrevistó a un grupo numeroso y representativo de altos ejecutivos de multinacionales en China, un 50% respondió que ésta viene perdiendo su competitividad frente a países como India y Vietnam. Y peor aún: un 20% de estas corporaciones está considerando irse. Esto es precisamente lo que una buena cantidad de empresarios sur-coreanos ya empezó a hacer: aducen que el aumento en los costos de producción, entre ellos el aumento salarial, reduce a cero la rentabilidad empresarial. En una provincia, Qingdao, por citar un ejemplo, en los últimos tres años el salario mínimo aumentó en 43%.

Así pues, todo indica que el carguero de esta economía ha pasado de tener viento a favor a tener viento de proa. Más de \$600,000 millones en inversión extranjera directa (IED) —equivalente a unos cinco planes Marshall, en valor presente— han llegado a este país desde 1978, año en el cual se materializaron las reformas de apertura económica. Hasta antes de que estalle la gran crisis financiera del 2007, un 8% de la IED global anclaba en China y Hong Kong. ¡Buenos vientos, en verdad! Pero eso era antes de la crisis: con ésta, todas las variables eólicas que jugaban a favor pueden, o ir en contra y hacer que la embarcación tome un rumbo no trazado, o simplemente detenerla.

Detenerse, sin embargo, no es una opción, ya que pondría al descubierto los gravísimos ‘desequilibrios’ financieros y de producción a los que ha llevado la planificación central de la economía. En efecto, en China la asignación de recursos se da a través del gobierno, y no del mercado. Una interminable lista de subsidios, créditos a la exportación, beneficios tributarios y favores políticos ha llevado a que en varios sectores de la industria existan demasiadas fábricas con capacidad de producir mucho más de lo que pueden vender —en el sector textil, de cementos, del acero, de televisores y automotriz, por citar algunos de tantos otros—. Esto, como es de suponer, se traduce en una insaciable demanda por commodities, lo cual repercute en el precio de éstas. Pongamos lo dicho en perspectiva: el tamaño de esta economía, en relación a la global, es de 10% si utilizamos la paridad del poder de compra como referente (PPP, por sus siglas en inglés), o de 5% si la medimos de acuerdo al tipo de cambio. Pero su consumo de commodities, como es de esperar, escapa a toda proporción: en los últimos cuatro años, éste ha representado un 30% de la demanda acumulada mundial de crudo de petróleo, 65% de la de cobre, 70% de la de aluminio y 80% de la de zinc. (Santo Buda, ¿están construyendo un mundo paralelo con tanto commodity industrial?)

Hasta ahora, el boom global —de naturaleza monetaria— ha conseguido camuflar estos desbarajustes sistémicos que se pueden resumir así: China produce más de lo consume y exporta ese diferencial; otros países, consumen más de lo que producen y Pekín financia el diferencial. Ahora que Estados Unidos está en recesión, y la Unión Europea acelera el paso hacia una, el juego se acaba, ya que más de un 50% de estas exportaciones llevan por destino uno y otro lado del Atlántico. Con estas dos regiones fuera de la ecuación, el comercio global del dragón asiático, el año pasado, hubiera pasado de un superávit de \$100,000 millones a un déficit de \$230,000 millones. A tanto llega esta artificial relación triangular, que en un reciente estudio del Fondo Monetario Internacional se calcula que una caída de sólo un 1% en la demanda externa, proveniente de estas dos regiones, llevaría a que las exportaciones chinas se reduzcan en 4.5% y el PBI en 0.75% —si esta caída llegara al 10%, las exportaciones y el PBI se desplomarían en 45% y 7.5%, respectivamente—. [“America faces day of reckoning with debt”, The Telegraph (Londres), 10/diciembre/2007]

Pues bien, ¿qué puede pasar con Estados Unidos, Europa y, por extensión, el mundo? Nada bueno, desde el momento que el Fondo Monetario Internacional entra en pánico literario y describe a esta gran crisis financiera como “la peor desde la Gran Depresión”, y calcula en un 25% la probabilidad de una recesión global (quien sepa cómo opera internamente el departamento analítico de esta institución, sabrá que hay que multiplicar por “tres” esta probabilidad).

Thomas Sowell, el brillante columnista del Washington Post, alguna vez afirmó que “la primera lección en economía consiste en que las personas responden a los incentivos”. Es decir: pueden producir más en menos tiempo, consumir más y ahorrar menos, o trabajar menos y consumir menos. “Y la primera gran lección en política —terminaba diciendo— consiste en ignorar la primera lección en economía”. China y el mundo están cosechando lo que sembraron: los efectos de la primera lección en política, también conocida como “la revancha de Adam Smith”.

Si China ya dejó de ser lo que alguna vez llegó a ser, queda por verse; sólo el tiempo lo dirá. Pero si todo lo que fue o sigue siendo, si todo ese gran ‘milagro’ económico estuvo basado en una nada milagrosa burbuja monetaria, lo que nos queda por ver no es nada

esplendoroso, y lo que esto implica tendrá reverberaciones globales. Que la bolsa de Shanghai se desplome —desafiando y adelantándose a las olimpiadas— y que el mercado inmobiliario detenga su ascenso, no hacen presagiar un final feliz.

La industria textil china tendrá un 2008 difícil con Europa

Terra magazine.

<http://www.ec.terra.com/terramagazine/interna/0,,OI2238308-EI9489,00.html>

16.01.2008

2008 no comienza distinto de los años anteriores en lo que se refiere a las preocupaciones de la cadena textil con la fuerza del dragón chino. Específicamente en Europa, todos los acuerdos respecto de cotas de importación de productos textiles chinos terminaron mientras los fuegos artificiales iluminaban los cielos.

Hace mucho que se sabe de la fragilidad de la industria de la indumentaria en las más diversas partes del globo que no se localizan en Asia, ni más precisamente en China continental. Mientras China tiene como estrategia convertirse en el más grande (y único) abastecedor consistente de materiales y productos textiles, Europa (y el resto del mundo) lucha para que sus parques fabriles no se conviertan en territorios fantasmas.

Tradicionalmente la industria de la confección es una de las industrias de transformación que emplean más mano de obra. Los salarios de los chinos son extremadamente competitivos y el Estado chino pone mano de hierro para definir las políticas industriales, comerciales y laborales, lo que los hace imbatibles.

Mientras en el resto del mundo los motivos alegados para resistirse al gigante son diversos, desde la preocupación por la pérdida de empleos hasta la necesidad de stocks estratégicos. Ante esto, a pesar del rótulo de "libre comercio" algunos países y bloques económicos imponen barreras para posponer por algún tiempo la libre competencia.

A partir del 1° de enero, todas las salvaguardas establecidas en junio de 2005 fueron retiradas, y se introdujo un sistema de observación mutua entre China y Europa por un período mínimo de un año. Los resultados serán evaluados al finalizar el primer trimestre de 2008, y si hubiese un flujo exorbitante de remeras o pantalones chinos, por ejemplo, el sistema posee el poder de reaccionar e imponer nuevos límites de importación.

En enero de 2005, cuando se extinguió el acuerdo Multi-fibras, la Unión Europea vivenció la fuerza de los asiáticos. Hubo una invasión inmediata (y casi instantánea) de productos textiles e indumentaria en los comercios europeos, siendo China responsable por el 47% de los productos en circulación en Europa en menos de un mes. Pocas empresas europeas lograron superar esta etapa.

Este año aún no se sabe exactamente cuál será la franja de mercado que sobrevivirá en la Comunidad Europea con sus industrias locales. La verdad, se espera nuevamente una avalancha de productos baratos, seguida de un terremoto en las empresas aún en actividad del sector. Países como Francia, España y Portugal son algunos de los pocos miembros de la Unión Europea que intentan que su industria textil y de confección sobreviva.

Al mismo tiempo que se extinguen las barreras, el debate se reinicia. Por el momento la discusión gira en torno de la necesidad de protección de mercado para la industria local que no sea pura y simplemente una cota, sino que tenga en cuenta algunas reglas sociales y ambientales. Para muchos de los involucrados, China precisará acordar con la Unión Europea un sistema de co-responsabilidad para que la transición del parque fabril tenga lugar en una forma menos violenta.

Por ejemplo, se discuten nuevas formas de indicar en las etiquetas de las prendas el origen de fabricación. Actualmente, se coloca únicamente la información de la última fase de producción, sea ésta el montaje o la terminación. Esta búsqueda de transparencia y seguimiento de ubicación geográfica de la producción podrá tener implicancias positivas no solamente para la recaudación de impuestos, el balance del empleo y el control de calidad, sino también un sesgo cultural e ideológico desde el punto de vista del consumidor.

Es posible que en breve las etiquetas de las prendas y los productos textiles que circulan por Europa sean más grandes y exactas. La información referente a todas las etapas de la cadena textil, que transformó la materia prima en producto terminado deberán ser indicadas, desde el hilado y el tejido, hasta la confección y terminación, pasando por los componentes, embalajes y accesorios, hasta llegar a la fase final, cuando llega al consumidor.

Con esto se espera conseguir regularmente algo que los artesanos italianos ya han utilizado como estrategia de defensa contra la competencia extranjera. En un movimiento de auto-certificación, los miembros de un consorcio de productos del sector del cuero utilizan una etiqueta "Centopercetoitaliano" (100% italiano) para los productos enteramente concebidos y realizados en suelo italiano.

A pesar de ello ya es común encontrar en las etiquetas de los productos a la venta en tiendas de departamentos o grandes minoristas europeos, información como, por ejemplo: Diseñado en Francia, fabricado en Marruecos.

Los vientos indican que además de las competencias deportivas que se esperan en Pekín para mitad de año, otra competencia de intereses nacionales -y regionales- seguirá en paralelo, aunque más disimulada. La información sobre el histórico de los productos tiende a convertirse en cada vez más clara para el consumidor, en lo concerniente a su origen e imagen que se tiene de esta posición geográfica.

Posiblemente, cada país o región tratará de mostrar cada vez más los beneficios de adquirir un elemento que tenga su origen discriminado. Por otro lado, los medios podrán denunciar con más firmeza situaciones de producción que exploten seres humanos o que degraden el medio ambiente. Suena a lucha de titanes, o mejor dicho, de dragones.

Una vez más, será el consumidor quien tenga que decidir lo que debe o no entrar en su guardarropa.

Fábricas se preparan para usar la acumulación textil

23.04.2008

<http://www.prensalibre.com/pl/2008/abril/23/233743.html>

En mayo próximo, las fábricas de vestuario nacional podrían poner en marcha el mecanismo de la acumulación de telas con México, como medida para mejorar su competitividad y hacer frente a las exigencias del mercado estadounidense.

Tras más de dos años de atrasos, la acumulación permitirá que se incorporen materiales textiles mexicanos a prendas elaboradas en Centroamérica que se exporten a Estados Unidos bajo el paraguas del Tratado de Libre Comercio (TLC).

La medida cobrará vigencia una vez se publique en el diario oficial, informaron fuentes de la administración comercial del Ministerio de Economía.

La acumulación también permitirá que se incorporen materiales textiles (fibra, hilo de coser, hilados, tejidos, etcétera), producidos en los Estados Unidos, en la elaboración de prendas que podrán ser exportadas por cualquier país centroamericano a México, con goce libre de arancel aduanero.

“La acumulación textil debe implementarse lo antes posible, pues ayudará a que los empleos de América se queden en América”, opinó David García Cosío, director de la Cámara Nacional de la Industria Textil, de México.

Según estimaciones de esa cartera, el acuerdo podría publicarse a la brevedad posible, incluso el próximo mes, puesto que las modificaciones respectivas al TLC ya se han realizado.

El Protocolo por el que se adicionan disposiciones en materia de acumulación textil en el TLC fue ratificado a finales del año pasado por el Legislativo.

Aporte

Luis Óscar Estrada, director ejecutivo de la Comisión de Vestuario y Textiles de Guatemala (Vestex), explicó que el mecanismo permitirá al Istmo utilizar hasta cien millones de metros cuadrados equivalentes (MCE) de telas mexicanas, principalmente en las categorías de lona, lana y otros tejidos planos.

En sentido contrario, Centroamérica también podrá usar hasta 70 millones de MCE de insumos estadounidenses, para fabricar prendas exportables a México.

Para muchos empresarios del sector, las telas mexicanas resultan asequibles en la medida que algunos costos, como el de la electricidad, son más bajos en ese país, lo que hace competitivos sus insumos frente a otros mercados.

De hecho, el sector se enfrenta a un serio reto: una virtual desaceleración en los pedidos de EE. UU. o cambios en las tendencias de los consumidores por la crisis económica en ese país.

En marzo recién pasado, las ventas de vestuario al mercado estadounidense cayeron 21 por ciento respecto del mismo mes del año anterior, y alcanzaron los US\$100.23 millones.

Tony Malouf, empresario de la industria del vestuario, indicó que entre los nuevos retos que plantea el mercado estadounidense se encuentra, incluso, el despacho de pedidos diarios, y ello requerirá a la región hacerse de insumos más baratos y cercanos para su pronto procesamiento.

Diversificar mercados

Para hacer frente a la desaceleración económica en EE. UU., los empresarios de la industria de vestuario y textil también quieren diversificarse.

Liggia Barrios, coordinadora ejecutiva del Área de Mercadeo y Promoción Comercial de Vestex, informó que para promover a la industria guatemalteca y apoyar el contacto de los exportadores con compradores internacionales se promoverán varias actividades este año.

Una de ellas será el “Apparel Sourcing Show”, que celebrará su 17 edición anual del 13 al 15 de mayo en el Centro de Convenciones Grand Tikal Futura, y a donde se prevé asistan cientos de compradores de todo el mundo.