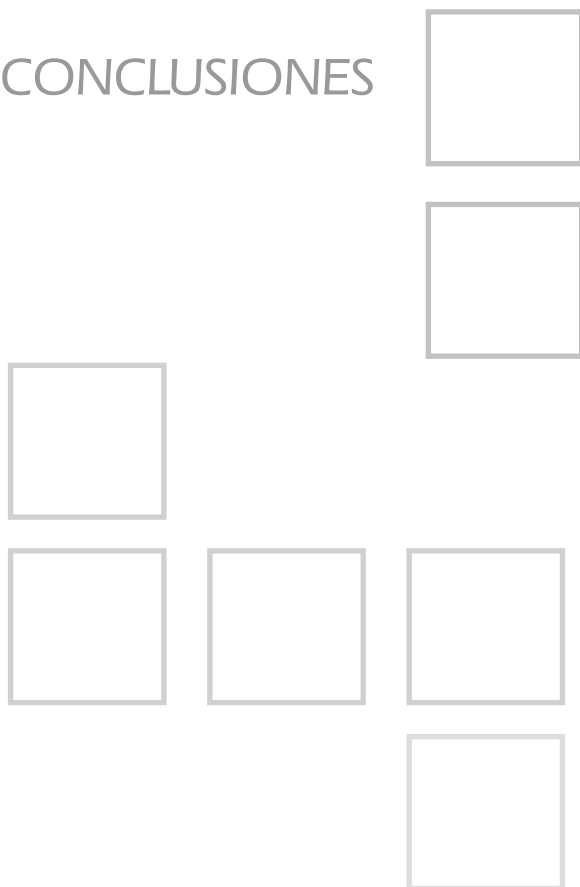


# Capítulo VI



CONCLUSIONES



## CONCLUSIONES

El proceso de liberalización del comercio internacional presiona a los países para que desarrollen políticas de promoción en favor de sus sectores con mayor potencial exportador. En el Perú, el sector textil al disponer de factores productivos de calidad como las fibras de algodón y pelo fino, de una mano de obra diestra (heredera de la milenaria cultura Paracas) y de una clase empresarial emprendedora, se convierte en un sector con capacidad para ganar participación en el mercado internacional.

Fue a inicios del siglo XX, cuando unos audaces hacendados costeños y serranos tomaron el riesgo de crear desmotadoras de algodón e hilanderías para procesar lana y pelo fino, estableciendo con ello la base industrial que sustentaría el crecimiento textil peruano. El despegue de las exportaciones de prendas de vestir se da recién en las últimas dos décadas gracias al trato preferencial que otorgó EE.UU.

En el capítulo II, revisamos las principales tendencias del comercio internacional, observando que las exportaciones mundiales crecen a un ritmo mayor que la producción mundial, que los aranceles se han reducido significativamente incluso en los países de menor desarrollo y que la inversión extranjera se está orientando hacia los países con mayor potencial de crecimiento (países asiáticos y de Europa Central y Oriental).

En el Perú, el ritmo de crecimiento de las exportaciones es mucho mayor al crecimiento del PBI, las exportaciones de prendas de vestir favorecidas por el tratamiento preferencial de EE.UU. se han incrementado; sin embargo, la IED no crece significativamente y el ahorro nacional es aún insuficiente para financiar proyectos de inversión, de tal manera que el crecimiento del sector exportador (generador de divisas) se vuelve trascendente para generar crecimiento. Sin embargo hay cosas por hacer, el Perú se encuentra en una ubicación rezagada en el ranking de competitividad del Foro Económico Mundial, esto supone una agenda de tareas pendientes para mejorar la competitividad cuya ejecución se vuelve urgente a fin de que el país se convierta en un jugador importante en el comercio internacional de textiles.

En el capítulo III revisamos algunas de las principales teorías sobre el comercio internacional y la competitividad, observamos como el concepto tradicional del comercio internacional, sustentado en la ventaja comparativa, resulta insuficiente para explicar en tiempos recientes los efectos de la intervención de las multinacionales y los impactos generados por los cambios en el entorno y por las decisiones empresariales. Valoramos la importancia de los clusters y las cadenas productivas como espacios donde sectorialmente se pueden apreciar las tareas pendientes y se pueden realizar los ajustes pertinentes. Destacamos los aportes de Michael Porter, en particular su diamante de competitividad nacional, que aplicado al sector textil peruano, revela sus potencialidades y debilidades. Finalmente, y como respuesta a la agenda de competitividad de Porter, el Gobierno, en concertación con las instituciones privadas ha definido Planes Estratégicos de Exportaciones (PENX) y Planes de Competitividad, que tienden a promover un marco institucional fuerte y proponer medidas necesarias para acelerar el desarrollo del sector exportador peruano.

En el capítulo IV, analizamos el mercado de los principales países importadores de prendas de vestir, así como las características de las exportaciones peruanas. A nivel de segmentos, identificamos las prendas de tejido de punto y las de tejido plano, señalamos la importancia para el país del mercado de EE.UU. y de las exportaciones de prendas de punto. Asimismo, se mostraron las principales tendencias en el comercio de las prendas de vestir, y se destacaron los crecimientos de las importaciones europeas, en particular los crecimientos notables en las importaciones de España, Italia y la Federación Rusa. En Latinoamérica se destacó el nivel de las importaciones chilenas y venezolanas.

En el capítulo V, determinamos aspectos tanto de la demanda como de la oferta en el mercado de las prendas de vestir, el ajuste de ambos componentes es fundamental para identificar la competitividad de las exportaciones peruanas, reconocer las partidas arancelarias más competitivas y aquellas en las que se están perdiendo oportunidades. Se concluyó que las camisas para hombres y para mujeres, los pantalones para mujeres y los suéteres son productos estrellas nacies, es decir productos en los cuales el país está incrementando su participación en el total de exportaciones, así mismo el total de exportaciones de la partida está en crecimiento. Se identificaron a los T-shirts, pijamas, pantalones de hombres, ropa de cama y prendas de bebés como oportunidades perdidas, es decir categorías de productos para los cuales su demanda mundial está creciendo pero cuyas exportaciones van perdiendo participación.

Queremos referirnos, además, a la amenaza que representa el crecimiento de las exportaciones textiles chinas, las que aprovechando tanto una mano de obra barata como economías de escala, incursionan con facilidad en los mercados europeo y americano. Es prácticamente imposible competir con ellas en la producción de prendas poco diferenciadas. Una alternativa es orientar la estrategia nacional hacia un posicionamiento en segmentos de mercado sofisticados y donde podamos poner en valor la calidad de nuestras fibras.

El mercado es amplio y diversificado, mientras que la capacidad productiva del país es limitada; esto debiera inducir a que nuestros productores desarrollen alianzas entre grandes, medianas y pequeñas empresas en actividades complementarias. Se debe presionar al Gobierno a fin de que defina un marco legal que promueva la asociatividad y el consorcio. Sugerimos desarrollar marcas sólidas que permitan activar una red de diseño y distribución, en primer lugar orientada hacia el mercado más próximo que es el latinoamericano, para luego continuar con una internacionalización hacia los principales países importadores de prendas de vestir. Hay que homologar a las pequeñas empresas, incrementar las capacidades productivas y tecnológicas en tela plana y pelo fino.

En síntesis, consideramos que potenciar el sector de las prendas de vestir es imprescindible, porque es un sector muy intensivo en mano de obra y donde resulta barato crear un puesto de trabajo. Es tarea del Gobierno arriesgar e invertir en el desarrollo de un paquete tecnológico y de un mercado para las prendas de tejido plano y para las confecciones en pelo fino. Pocos son los sectores que ofrecen posibilidades de generación de empleo, de divisas, de capacitación de la mano de obra y de desarrollo tecnológico como el sector de confecciones, vivimos tiempos de mucha competencia y el Perú felizmente dispone de una tradición textil, de artesanos y emprendedores que pueden hacer la diferencia en el mercado global. Ya se han realizado los diagnósticos, existen los planes, se sabe que hay que hacer, se necesita simplemente una decisión política, seleccionar actores e invertir, fundamentalmente invertir en desarrollo tecnológico y de mercados, en primer lugar las instituciones públicas pero también las empresas y asociaciones empresariales del sector privado □

## TEXTOS ACADÉMICOS

Charles P. Kindleberger, "Economía Internacional", Editorial Aguilar S.A. España, 1958.

R. French Davis, "Economía internacional Teorías y políticas para el desarrollo", Editorial Fondo de cultura económica, México 1979.

P.R. Krugman, M Obstfeld, "Economía internacional, Teoría y política", Quinta edición, Pearson Educación S.A. España 2001.

Fidelis Ezeala Harrison, "Economic Development: Theory and Policy applications" 1998.

Francisco Medina Martínez, "La Industria Textil en el Cuzco 1928-1980", 1982,

Michael Porter, "Ventaja Competitiva de las Naciones", 1990

Berthil Ohlin, "La política de expansión en condiciones de desequilibrio" extraído de Los premios Nóbel de economía 1969 - 1977, Banco de México, Fondo de Cultura Económica.

PNUD - Oficina del Perú, "Mapa de Potencialidades del Perú: Una primera aproximación a nivel Provincial", FIMART Primera edición Lima Perú, 2003.

## INFORMES

Frederick H. Abernathy, Anthony Volpe and David Weil, "The apparel and textile industries alter 2005: Prospects and Choices", Harvard Center for Textile and Apparel Research, Diciembre 2005.

Naciones Unidas, "Las empresas transnacionales y la internacionalización de la investigación y el desarrollo", Nueva York y Ginebra 2005.

Mario D. Tello y asistencia de otros, "Inventario de restricciones al comercio exterior peruano y la planificación de metodologías para su desmantelamiento" Centrum Investigación, PUCP, Febrero 2005.

US CENSUS BUREAU, "Annual Benchmark report for Retail Trade and Food Services: January 1992 Through February 2005", Marzo 2005.

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Rusia, "Estudio de Mercado sobre la Confección Textil en la Federación Rusa", ICEX, Abril 2005.

Jan P. Servaas, compilación para CBI, Centre for the Promotion of Imports from developing countries, "EU market survey 2005, Outwear, including leather garment", Junio 2005.