

19

**Las exportaciones peruanas de prendas de vestir: Un
sector con Ventajas Competitivas Sostenibles**

(Lima, agosto de 1994)

Las exportaciones peruanas de prendas de vestir: Un sector con Ventajas Competitivas Sostenibles (*)

(Lima, agosto de 1994)

Desde que Michael Porter empezó a desarrollar el tema de las ventajas competitivas de las naciones (1) se dispone de nuevos elementos para contestar a la pregunta de cuáles son las razones por las cuales algunos países e industrias tienen éxito en el contexto internacional y otros no.

Sus estudios demuestran que el nuevo paradigma es el de la competitividad, basada en un esfuerzo sistemático y nacional que busque cada vez mayores niveles de eficiencia y calidad en la producción.

En este contexto, para que un país o una industria tengan “éxito” en el comercio internacional se requiere que toda la “línea de producción” y sus correspondientes servicios, es decir, lo que se denomina el “complejo exportador” esté en el camino de la búsqueda de mayor competitividad y, por supuesto, se requiere también un entorno macroeconómico favorable que estimule la competencia y permita -con reglas de juego claras, estables y con instituciones promotoras- el desarrollo de empresas preparadas para una economía mundial globalizada y cada vez más exigente.

Precisamente, en una decisión con la que estamos de acuerdo, el Ministerio de Industria, Turismo, Comercio y Negociaciones Internacionales-MITINCI- ha contratado los servicios de una empresa consultora que dirige precisamente Michael Porter y a la que se le ha encomendado identificar los sectores en los que el Perú tiene ventaja competitiva.

Una propuesta preliminar de sectores con ventajas competitivas sostenibles

Hace algunos años se publicó un trabajo en el que se hacía una propuesta preliminar de sectores en los que debería enfatizarse el esfuerzo nacional de exportación (2).

Por una serie de características ventajosas se proponían seis sectores: textil confecciones (con especial énfasis en las prendas de vestir fundamentalmente elaboradas con fibra de algodón, lana de ovino o pelo fino de alpaca); sector pesquero (que incluye una amplia gama de recursos hidrobiológicos y la acuicultura).

También el sector agropecuario-agroindustrial (en el que se considera productos como el maíz gigante del Cusco, colorantes naturales, frutas y hortalizas, flores frescas, café, cacao, menestras, en todos los cuales la diversidad de microclimas y tipos de suelos brindan

evidentes ventajas); sector de bienes de capital y servicios (en particular los relacionados a la producción de maquinaria y equipo minero, pesquero y eléctrico, así como los correspondientes servicios de consultoría e ingeniería especializada); sector maderas y sus manufacturas (productos como láminas, tableros contrachapados, parqueté, durmientes, partes y piezas para muebles , cajones, etc.).

Asimismo, se incluía el sector de derivados de metales no ferrosos (con productos como las barras y perfiles de cobre, productos de zinc aleados y aleaciones a base de zinc y plata, fungicidas, óxidos de plomo, óxidos de zinc, entre otros).

Faltaría agregar a la propuesta original, el sector turismo, por la importante connotación que tiene en la generación de divisas para el país.

Se debe destacar que en los siete sectores encontramos potencialmente ventajas competitivas sostenibles, es decir, la posibilidad de las empresas de desarrollarse a largo plazo, con adecuadas políticas públicas con relación a aspectos como tecnología, patentes, economías de escala, economías de ámbito, ubicación geográfica, entre otros.

No se trata, por lo tanto, de sectores en los que -por el hecho de tener ya una serie de ventajas comparativas naturales o dinámicas- todo está hecho. La experiencia demuestra que las únicas industrias o empresas que triunfan son las que tienen la capacidad y flexibilidad necesarias para adaptarse rápidamente a los requerimientos del cambio, en un esfuerzo interminable de búsqueda de mayor eficiencia y calidad, para ser competitivos a largo plazo.

No sabemos cuáles serán los resultados del trabajo que viene elaborando el equipo dirigido por Porter, pero existe la seguridad que en sus conclusiones estarán estos sectores.

Las exportaciones de prendas de vestir

Precisamente, uno de los sectores de punta en dicha estrategia de exportación (3) es el sector textil-confecciones. Varias de las razones por las que este sector se ha convertido en los últimos años en uno de los más dinámicos de la denominada exportación no tradicional.

En primer lugar, siguiendo el principio que lo primero que hay que evaluar es lo que necesita el mercado y, en particular el cliente, las prendas de vestir tienen una amplia demanda a nivel mundial.

Para fines de los años ochenta, se estimaba que la demanda mundial de confecciones era cercana a los US\$ 70,000 millones frente a una oferta peruana que en esos años no era superior a los US\$ 30 millones. Por supuesto, en esta demanda total se incluyen

tanto prendas de vestir para un mercado de alta calidad y moda, como las confecciones para un consumo masivo en el que la demanda se orienta fundamentalmente en base al precio (en este último mercado, los principales competidores son Taiwán, Hong Kong, Corea y Pakistán).

Las empresas peruanas pueden trabajar en ambos mercados, aunque los mayores éxitos conseguidos hasta el momento se vinculan a productos de alta calidad, en los que nuestros principales competidores son Italia, Grecia, Turquía y Portugal.

Otra característica fundamental es que este sector es una de las actividades manufactureras más intensivas en mano de obra. Como referencia, en una prenda estándar, el costo de la mano de obra representa, aproximadamente, el 35% del costo total, porcentaje que se incrementa en los productos más elaborados, como por ejemplo las chompas de alpaca.

Se estima que, por cada US\$ 10 millones de exportación de prendas de vestir, se generan 1,063 nuevos puestos de trabajo directos. Este aspecto resulta vital en un país como el nuestro en el que los niveles de subempleo y desempleo superan el 90% de la población económicamente activa. Además, la mano de obra empleada en la producción de prendas de vestir -predominantemente femenina- es de muy alta calidad y ha demostrado destreza y preparación para adaptarse a las mayores exigencias de los distintos mercados.

Un tercer factor se refiere a la capacidad que tiene el sector para generar un mayor valor agregado y, consecuentemente, multiplicar la generación de divisas con relación a la exportación de la fibra o el hilado de algodón y alpaca.

Como referencia, cada kilo de prendas de vestir que se exporta, representa -en promedio- entre cuatro y siete veces más divisas que lo correspondiente a cada kilo exportado de hilado.

Esto quiere decir que, si dedicamos toda la materia prima que disponemos a la producción de prendas de vestir, los niveles de exportación podrían tranquilamente cuadruplicarse en un periodo de tiempo relativamente corto.

En cuarto lugar, se trata de una de las industrias cuya relación capital invertido por cada puesto de trabajo es una de las más bajas de toda la actividad exportadora (alrededor de US\$ 1,200 por puesto de trabajo).

Esto se relaciona al hecho que la industria de las confecciones constituye la última etapa del proceso de producción textil, por lo que se dispone -en este caso- de una compleja

capacidad industrial ya instalada, es decir, la parte más fuerte de la inversión ya se ha realizado en años anteriores en infraestructura textil de hilandería y tejeduría.

Se estima que, por cada US\$ 10 millones de exportación de prendas de vestir se requiere invertir alrededor de US\$ 2.3 millones en bienes de capital, con una vida útil entre 10 y 15 años.

Por lo tanto, siguiendo a Porter, ésta es una de las industrias en las que debería enfatizarse porque “no hay que empezar de cero”. Además, se cuenta con experiencia en el diseño y moda por lo que se puede afirmar que se trata de una actividad que ha alcanzado madurez y nivel tecnológico competitivo y que está, por lo tanto, en capacidad de tener un permanente acceso a los mercados internacionales.

También debemos destacar que las empresas exportadoras de prendas de vestir son muy poco consumidoras de divisas. En una prenda de vestir estándar, el componente importado promedio no supera el 10% del costo total.

En su mayor parte, este componente importado está vinculado a la compra en el exterior de algunos tintes, botones, moles, entretelas, etiquetas, que todavía no se han logrado producir en el país con la calidad adecuada; también se incluye -en algunos casos- el correspondiente pago por el uso de marcas como Givenchy, Yves Saint Laurent, Pierre Cardin, Coco Chanel, entre otras.

Finalmente, disponemos de materia prima peruana de muy alta calidad. En el Perú se producen diferentes variedades de algodón siendo las dos más reconocidas a nivel mundial: el Tangüis (fibra larga) y el Pima (fibra extralarga); también se producen lana de oveja y pelo fino de alpaca (que tienen una calidad comparable con la cachemira, mohair y el angora).

Por todo lo señalado, el sector textil-confecciones presenta características óptimas para el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles a largo plazo.

La Evolución de las Exportaciones Peruanas de Prendas de Vestir

¿Cómo se explica el que, en diferentes contextos macroeconómicos y aun teniendo las mismas dificultades que otros exportadores, las empresas que producen confecciones siguen incrementando sus ventas en el exterior en los años noventa?

La respuesta es una sola: el sector textil-confecciones tiene posibilidades competitivas sostenibles. En la segunda mitad de los años ochenta, cuando participaron en un programa especial de incentivos y compromisos, las empresas respondieron y pudieron

-en ese contexto- aliviar los mayores costos que tenían producto de la ineficiencia del entorno.

Fue una estrategia coyuntural que, dentro de las circunstancias desfavorables en las que operaban las exportaciones, cumplió sus objetivos y, principalmente, demostró que las prendas de vestir de algodón y de alpaca, en sus diversas variedades, son productos de “punta” en cualquier estrategia que desarrollemos para impulsar nuestras exportaciones. El paso siguiente hubiera sido ampliar los beneficios del programa piloto a otros sectores con potencialidad competitiva, pero el entorno macroeconómico cambió más rápido.

Desde principios de los años noventa, se ha aplicado un severo programa de ajuste y estabilización y se han iniciado un conjunto de importantes reformas estructurales que apuntan a la liberalización y modernización de la economía peruana.

En este nuevo marco, han desaparecido varios de los problemas que generaban ineficiencias en las empresas exportadoras de prendas de vestir, aunque todavía se mantienen algunos de tipo general -como el atraso cambiario, los sobrecostos financieros o la no devolución de impuestos, o de tipo sectorial, como los problemas como el abastecimiento de hilado y tejido para las empresas confeccionistas, pero las exportaciones de prendas de vestir no han dejado de crecer.

¿Podríamos imaginarnos lo que sucedería en este sector en un entorno macroeconómico por lo menos neutro con respecto a la exportación? Sin exagerar, la meta de US\$ 400 millones de exportación de prendas de vestir podría quedar corta.

Con acuerdo a la información oficial del Comité de Prendas de Vestir de la Sociedad Nacional de Industrias, las exportaciones de estos productos se incrementaron casi en cinco veces en el período comprendido entre 1987 y 1993.

En 1987, las exportaciones de confecciones elaboradas fundamentalmente con algodón, lana de ovino y pelo fino de alpaca ascendieron a US\$ 27 millones; en 1988 -estimuladas por el Programa Piloto del Decreto Supremo 019, las empresas más que duplicaron sus exportaciones; en 1989, éstas exportaciones ya ascendían a US\$ 100 millones; en 1990 -aún a pesar de la incertidumbre que creó el cambio de gobierno y de las consecuencias de las severas medidas de ajuste que se adoptaron en agosto de ese año- las exportaciones de prendas de vestir crecieron a US\$ 118 millones.

Entre 1991 y 1993, el crecimiento ha sido lento, pero sostenido, llegando a fines de ese período a un total de US\$ 151 millones.

Desde una perspectiva más general y tomando como referencia la información elaborada por la Oficina de Sistemas y Estadística de la Superintendencia Nacional de Aduanas-SUNAD (4), en 1993 aparecen, entre los principales productos exportados por el Perú, las camisetas de punto de algodón en el puesto número trece y con un valor FOB de US\$ 50.5 millones, luego de la harina de pescado, de diez productos mineros o derivados y de los espárragos.

En puestos inferiores, pero siempre dentro de los cincuenta principales productos exportados, figuran los sueters, jerséis y pullovers de algodón; las camisas de punto de algodón para hombres; blusas, blusas camiseras y los pantalones, totalizado un valor FOB exportado de US\$ 78.4 millones, sin considerar -con razón del interés particular de este artículo- las exportaciones de hilados y tejidos de algodón y de alpaca.

Citando a la misma fuente, en el período comprendido entre enero y mayo de 1994, aparecen en el puesto número trece los t-shirts y camisetas de punto de algodón con un valor FOB de US\$ 21.6 millones y superando en esta oportunidad incluso a los espárragos.

Con montos menores de exportación, -pero siempre dentro de los cincuenta principales productos-están las camisas de punto de algodón para hombres o niños, blusas y blusas camiseras, suéteres, jerséis y pantalones con un valor FOB cercano a los US\$ 30 millones. Con acuerdo a la SUNAD, en los primeros cinco meses de 1994, las exportaciones de textiles y prendas de vestir ascendieron en total a US\$ 132,3 millones.

Teniendo en cuenta, ya no los productos sino las cincuenta principales empresas exportadoras del país, en 1993, Industrias Nettelco figura en el puesto número dieciocho; Credisa, División Textil S.A. en el puesto número veintiocho; Industrial Textil Piura S.A. en el número treinta y cinco; e Inca Tops S.A. en el puesto número cuarenta y tres.

En cuanto a las principales empresas usuarias del Sistema de Admisión Temporal en 1993, con acuerdo a la Aduana Aérea, entre las diez primeras, seis son exportadoras de prendas de vestir. Estas son Industrias Nettelco S.A., Tejidos San Cristóbal S.A., Credisa División Textil S.A., Textiles Populares S.A., Complejo Textil Grocio Prado S.A. y Compañía Textil Boston S.A.

Por el lado de la Aduana Marítima, las principales empresas confeccionistas usuarias del Sistema de Admisión Temporal en 1993 fueron Fábrica de Tejidos San Jacinto S.A., Credisa División Textil S.A. e Industrial Textil Piura S.A.

Finalmente, y ratificando la creciente importancia que vienen teniendo las empresas exportadoras de prendas de vestir, aún en un contexto macroeconómico no del todo

favorable, entre las sesenta principales empresas exportadoras durante 1993 -según el ranking elaborado por la Sociedad Nacional de Industrias-, alrededor del 20% corresponden a empresas del sector.

Las exportaciones de Prendas de Vestir al mercado norteamericano

El mercado norteamericano es el principal destino de nuestras exportaciones en general y lo es también de las exportaciones de prendas de vestir. En un número anterior de Entorno Económico (5) analizábamos precisamente el comportamiento competitivo que han venido teniendo los principales rubros textiles de exportación a los Estados Unidos y las características de entrada del producto en el contexto de las negociaciones bilaterales correspondientes. Afirmábamos que:

“El Perú puede mejorar cualitativamente sus relaciones comerciales con los Estados Unidos, su mercado natural más importante y, en este marco, a pesar de las restricciones que seguirán existiendo por algún tiempo, las prendas de vestir elaboradas principalmente con algodón o alpaca son muy competitivas y pueden expandirse en especial en aquellos productos con mayor valor agregado, alta calidad y con aprovechamiento de marcas, estilos y colores...” (6)

En un documento publicado por la Sociedad Nacional de Industrias se analiza la evolución favorable que han venido teniendo en los últimos años las exportaciones peruanas de prendas de vestir hacia el mercado norteamericano.

“En el primer trimestre de 1993 las exportaciones peruanas de prendas de vestir dirigidas al mercado de Estados Unidos han mostrado un comportamiento dinámico y creciente en términos de valor, al haberse exportado US\$ 33 millones frente a los US\$ 31 millones exportados en el primer trimestre de 1992... a pesar de que las variaciones que inciden en la competitividad de las exportaciones continúan sin mostrar mejoría apreciable...” (7)

Las prendas de mayor demanda son los polos, blusas y camisas de algodón en tejido de punto que representaron cerca del setenta por ciento del total de las exportaciones de prendas de vestir destinadas a Estados Unidos, el segundo grupo de mayor importancia está constituido por los pantalones y las chompas de algodón.

Información más reciente proveniente de la misma fuente, nos muestra que, entre enero y mayo de 1994, las exportaciones de prendas de vestir al mercado norteamericano totalizaron 541 000 docenas, con un valor de US\$ 35 millones, lo que significa un incremento del 33% con respecto a igual período del año anterior, confirmándose el crecimiento sostenido que se viene observando desde años anteriores.

Las categorías más importantes de exportación -como se aprecia en el Cuadro No. 1- son la 338-s y la 339-s que incluyen camisas y polos de algodón con mayor valor agregado, lo que significa que las empresas exportadoras de prendas de vestir, en un entorno difícil, con un tipo de cambio atrasado y pequeños márgenes, han realizado importantes esfuerzos para exportar prendas más elaboradas (bordados, etc.) de manera que se justifique el margen a obtenerse. Ello es otra demostración de la capacidad de respuesta del sector.

Como se puede apreciar, la variedad de los productos que exportamos al mercado norteamericano y su comportamiento creciente, reflejan -no obstante, las dificultades que hoy todavía tienen las empresas exportadoras de prendas de vestir y el sector exportador en general-, que estamos en condiciones de atender los requerimientos más exigentes del mercado internacional.

Así lo confirma la presencia y diversificación de nuestras confecciones en el mercado de los Estados Unidos, así como en Europa y Japón, la calidad de los productos, e, incluso, el hecho de considerar la marca peruana con un especial reconocimiento. Se trata, en consecuencia, de un sector con ventajas competitivas sostenibles cuyas exportaciones seguirán creciendo en los próximos años.

Notas:

(1) Los trabajos del profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard que se han traducido al español son los siguientes:

-**Estrategia Competitiva; Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia;** México, Editorial Continental; 1987; 407 páginas.

- **Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desarrollo Superior;** México, Editorial Continental; 1990; 550 páginas.

- **La Ventaja Competitiva de las Naciones;** Buenos Aires; Editorial Javier Vergara; 1991; 1,025 páginas.

(2) Véase: CORNEJO RAMÍREZ, Enrique... **Comercio Exterior hacia el 2021: Bases para la Elaboración de un Plan de Desarrollo de exportaciones;** Instituto de Comercio exterior del Perú-ICE; Lima, octubre de 1988; 35 páginas.

(3) Debemos anotar, sin embargo, que -salvo la promoción de las denominadas Exportaciones No Tradicionales durante la década del ochenta, en el Perú no hemos tenido hasta el momento una estrategia integral para el desarrollo de nuestras exportaciones. De manera que, cuando nos referimos al sector textil-confecciones como actividad de punta en nuestra exportación, ello obedece más a esfuerzos

desarrollados por los propios exportadores de prendas de vestir que a una estrategia deliberada. El régimen que estableció el Decreto Supremo 019 es, a este respecto, una excepción en el período de análisis.

(4) Véase al respecto: SUNAD, Oficina de Sistemas y Estadísticas Aduanas: **Boletín Estadístico de Comercio Exterior- Regímenes Definitivos; mayo de 1994**; Callao, julio de 1994; 71 páginas.

(5) CORNEJO RAMÍREZ, Enrique Javier...; **Las exportaciones de prendas de vestir peruanas al mercado norteamericano**. Artículo publicado en Revista “Entorno Económico”; No. 32; publicación del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad de Lima -CIESUL-; Lima, febrero-marzo de 1992; Páginas 35-48.

(6) **IBIDEM**; Página 48.

(7) SEGURA, Isabel...; **Comportamiento de las Exportaciones Peruanas de Prendas de Vestir**. Artículo publicado en el Boletín de Fabricantes de Prendas de Vestir de la Sociedad Nacional de Industrias; Año II, No. 25; Lima, agosto de 1993.

Cuadro No. 1

Perú: Principales Exportaciones de Prendas de Vestir a los Estados Unidos 1991-1994

(En millones de US\$)

<u>Producto/Año</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>	<u>1994 (Ene- May)</u>
Ropa deportiva, baño	796.2	20.2	70	318.5
Prendas de Vestir niños	11.7	153.3	514	234.5
Camisetas y Polos de punto Caballeros	347.5	4656	2570	981.6
Camisetas y Polos de punto Damas	888.6	3041.9	1441.9	950.2
T-shirts (Categorías 338 y 339)	36075.9	34091.4	50901.6	23186
Chompas de algodón	2532.3	2484.1	2944	1024.5
Pantalones y Shorts Caballeros Niños	7233	5693.6	4674.9	3806.5
Pantalones y Shorts para Damas	6992.8	6593.5	6120.7	2318.8
Ropa interior de algodón	1042.7	1095.4	1443.4	666.9
Guantes y mitones de lana	26.3	11.8	15.4	0.6
Abrigos de lana Damas Niñas	166.9	197.4	302.2	55.5
Chompas de lana Caballeros Niños	867.6	1262.1	1757.7	291.2
Chompas de lana Damas Niñas	1022.1	1132.6	1228.9	157.2
Otros	8556.6	3199.3	2908.4	1060.5
Total:	66560.2	63632.6	76893.1	35052.5

Fuente: Con base en información del Comité de Fabricantes de Prendas de Vestir de la Sociedad Nacional de Industrias.

(*) Artículo de Enrique Cornejo, como profesor de economía internacional de la Facultad de Economía de la Universidad de Lima, publicado en la Sección “Actualidad” de la Revista “Entorno Económico”; No. 54; Lima, agosto de 1994; editada por la Facultad de Economía y el Centro de Investigaciones y Sociales de la Universidad de Lima; Páginas 14-18.