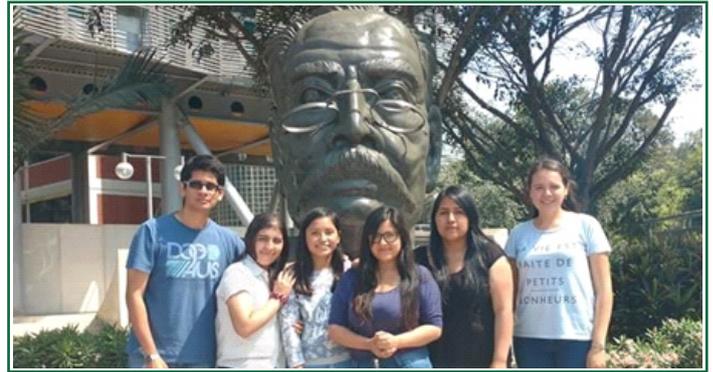


ESTUDIO SOBRE LAS OPORTUNIDADES PARA COMERCIALIZAR PRENDAS DE VESTIR DE ALGODÓN NATIVO A STUDY ABOUT OPPORTUNITIES TO COMERCIALIZE NATIVE COTTON CLOTHING

Angela Araceli Estrada Martínez; Luisa Del Pilar Tinoco Quispe;
Kelly Fiorella Chamay Pardo; Sebastián Alejandro Quiñonez Gutiérrez;
Renzo Renato Alfaro Alejos; Shirley Jenine Moya Pantoja y
Erika Milagros Arca Pérez.
Estudiantes de la Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales.



Recepción: 2016-10-05 / Aceptación: 2016-12-15

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es demostrar que se pueden generar oportunidades de negocio en la comercialización de prendas de vestir de algodón nativo. Para realizar este estudio, se extrajo información de portales de inteligencia comercial, libros, tesis; al mismo tiempo, se visitó los puntos de venta de prendas de Algodón Nativo, de este modo, se mostró la propuesta de valor de este tipo de prendas; además, se analizó el entorno nacional e internacional para conocer las oportunidades de su comercialización y demostrar que estas existen.

Palabras clave: Algodón Nativo, comercialización, productos orgánicos.

ABSTRACT

The objective of this research is to demonstrate that there are business opportunities in the market to commercialize native cotton clothes. To carry out the study, the information was extracted from commercial intelligence portals, books, and thesis. In addition, we visited outlets of native cotton garments. It showed the value proposition of native cotton garments; also, the national and international environment to know the opportunities of its commercialization. There are opportunities for the commercialization of native cotton garments nationally and internationally.

Keywords: Native cotton, commercialization, organic products.

INTRODUCCIÓN

Iniciamos nuestra investigación en la búsqueda semántica de lo que significa la palabra emprendimiento que viene del francés “entrepreneur”, que significa pionero y se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para denominar a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto.

Asimismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. Por lo tanto, la acepción que nos compete es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más (Jaramillo, 2008)

Durante los últimos años, la comercialización merece la progresiva atención de compañías, instituciones y gobiernos, dado que no solo son muchas y heterogéneas las organizaciones que manifiestan un creciente interés en las técnicas de la comercialización, sino que esta es una idea que ha adquirido gran importancia para las economías nacionales (Barabagallo, 2005)

Las actitudes de los consumidores y las tendencias de los mercados de productos agrícolas están cambiando en relación a temas como crisis y seguridad alimentaria, inocuidad y competitividad de la agricultura (Ávila, Herrera y Espinel, 2009). Estos cambios están haciendo que los consumidores se interesen más por lo orgánico y saludable, razón por la cual la comercialización de prendas de algodón nativo se beneficia de estas nuevas tendencias del

mercado.

La nueva tendencia saludable en Lima ha contribuido al incremento de tiendas de productos orgánicos y naturales, gracias a que este tipo de productos tienen mejor acogida en zonas de ingresos medios, altos y también de educación superior, con características socioeconómicas que influyen en que esta tendencia de expansión, se pueda trasladar a regiones de mayor poder adquisitivo afirmó (Higuchi, 2015). Este hecho favorecería directamente a la producción de prendas de vestir a base de algodón nativo debido a la aceptación que tendrían en este emergente mercado.

Asimismo, el mercado internacional le es favorable debido a que los productos de algodón nativo con diseños y acabados originales tienen un gran potencial de exportación, y se espera que en un futuro cercano se ingrese al mercado europeo (Santa Cruz, 2014)

Sin embargo, los artesanos que producen este producto no tienen las condiciones adecuadas para desarrollarse plenamente, es así que artesanos que producen estos artículos, no tienen acceso a la capacitación que les permita saber de qué manera pueden fomentar la comercialización de sus productos, lo que las limita a esperar a que los potenciales clientes lleguen a sus talleres o a la eventual organización de algunas ferias de otros pueblos que las inviten para mostrar sus artesanías; a su vez, tienen que pedir ayuda al estado para que el ministerio de agricultura les brinde el apoyo que las artesanas necesitan (Tuñoque y Saavedra, 2015)

Desde que se declaró el interés del Estado por recuperar la producción del algodón nativo, se han confirmado nueve colores diferentes:

Blanco, bombacín, colombino, pardo oscuro, crema, pardo claro, fijo o lila, pardo colorado y verde (aunque este último no es muy común), sin embargo, estos no son definitivos ya que dependiendo de la exposición al sol y el tipo de ambiente en el que se desarrolle el cultivo, se puede generar una variación en los colores originales (Fustamante, 2012)

Según un informe realizado por el Ministerio del Ambiente, los lugares de mayor producción serían los departamentos de Ancash, La Libertad, Lambayeque, Lima, Piura, Tumbes y Cajamarca, que conforman la mayor parte de la Costa peruana (Ministerio del Ambiente, 2014)

RESULTADOS

Resolver emprender y llevar a cabo una idea de negocio no es una decisión sencilla, previamente se debe realizar un estudio de las oportunidades de negocios, sobre qué es conveniente comercializar en relación a la demanda y las preferencias de las personas en un momento determinado.

A continuación, se muestra un estudio sobre las oportunidades existentes para comercializar prendas elaboradas con Algodón Nativo .

Prendas de vestir de Algodón Nativo.

Las prendas de vestir elaboradas con fibras de algodón nativo, tienen características que les genera un valor agregado y cierto grado de exclusividad debido al cuidado que se tiene durante toda la cadena de suministros; es decir,

desde el cultivo del algodón, su riego, cosecha, transporte y procesamiento.

Las prendas que en la actualidad se ofrecen en el mercado aprovechan la variedad de tonalidades naturales de las fibras del Algodón nativo, evitando el uso de tintes artificiales que puedan generar algún tipo de reacción alérgica en algunas personas. Por otra parte, las prendas de vestir han mejorado sus estándares de calidad ya que ahora los productos deben ser certificados para asegurar que los productos sean orgánicos y así tener la posibilidad de ingresar a mercados internacionales.

En base a las visitas que se realizaron a ferias y tiendas de productos de Algodón nativo, se logró comprobar que la mayor parte de los productos ofrecidos son para bebés, niños y niñas, y mujeres. Además se ofrecen accesorios como boinas, bufandas y chales.

Análisis del macro entorno.

Factores políticos.

Como motor de estímulo agrario, el Ministerio de Agricultura cuenta con el Programa de Compensaciones para la Competitividad AGROIDEAS, programa que otorga recursos en apoyo a la gestión empresarial, asociatividad y adopción de tecnología para los negocios sostenibles que involucran a productores agrarios, ganaderos o forestales organizados, a fin de elevar su competitividad y consolidar su participación en el mercado (Ministerio de Agricultura y Riesgo, 2012)

Asimismo, PROMPERÚ tiene seminarios

gratuitos de capacitación denominados “Miércoles del Exportador” cuyo propósito es fortalecer la Cultura Exportadora a través del desarrollo de temas relativos al proceso operativo de exportación, la gestión empresarial exportadora y los mecanismos de promoción de las medianas, pequeñas y micro empresas (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, 2016)

Estos dos programas del Estado apoyan a los agricultores a desarrollar su idea de negocio, promoviendo su capacitación y de ese modo su competitividad.

Tabla 1

PBI por sectores económicos 2014-2017 (FUENTE: MEF, BCRP, INEI, IEDEP)

SECTORES	2014	2015	2016*	2017*
PBI	2,4	3,3	3,8	4,2
Agropecuario	1,9	3,3	0,9	3,8
Manufactura	-3,6	-1,7	-2,8	3,9
Comercio	4,4	3,9	2,5	3,4

* Estimado proyectado

Factor social – cultural

Según Fustamante (2012), muchos de los tintes utilizados en la industria textil ya han sido prohibidos por la Comunidad Europea, como son, los colorantes azoicos que por su contacto directo con la piel del ser humano, tienen un alto potencial de llegar a causar cáncer; lamentablemente, los tintes azoicos sintéticos son los colorantes más utilizado, lo que representa más del 50% de toda la producción de tintes textiles. Asimismo, se han identificado

Factores económicos.

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima estima que el Producto Bruto Interno (PBI) peruano se situará en 3,8% en el 2016 y en 4,2% en el 2017, por debajo de las proyecciones del MEF de 4,8% y del BCR de 4,5%, para el 2017.

La inversión privada va a reaccionar un poco más lenta de lo que proyecta el Ejecutivo, así como el consumo privado. Ambos explican casi el 80% del PBI, por lo que nuestras proyecciones son menores que las estimaciones del MEF y las del BCR”, precisó César Peñaranda, director ejecutivo del IEDEP. (Gestión, 2016)

umbrales de contenido de níquel en los tintes usados por la industria textil, sustancia que es considerada como un elemento que genera alergia en la piel. (Sarasola, 2002).

Sin embargo, se han identificado diversos beneficios del algodón nativo para la salud humana, es así que las semillas se usan como emplastos para calmar zonas adoloridas, las hojas como infusión para calmar la fiebre,

emplastos de hojas y semillas para curar heridas, entre otros usos populares.

El Perú posee grandes ventajas comparativas que pueden convertirlo en una referencia de moda a escala regional y mundial, no solo posee el mejor algodón en el ámbito internacional, sino que ha consolidado su marca país y goza del talento de nuevas generaciones de diseñadores, que con su labor tejen nuestro futuro y generan miles de puestos de trabajo; por esta razón, las empresas peruanas deben competir con los mismos estándares de calidad requeridos en los mercados internacionales, aunque si bien es difícil competir en precio, tienen que apostar por la innovación y el valor agregado para lograr sus objetivos, identificando sus debilidades, por ejemplo, en el sector textil-confección se requiere trabajar aún más en la comercialización y el desarrollo de las colecciones (Fernández, 2016)

Para alcanzar el máximo potencial, la industria peruana de la moda debe enfocarse en desarrollar marcas de prestigio, diversificar los destinos de exportación para sus prendas de vestir y apostar por una competencia enfocada en altos estándares de calidad dejando de lado la competencia basada en el precio de los productos.

Factores tecnológicos

Es difícil tener una gran producción del algodón nativo de colores, debido a que este algodón, tiene fibras cortas que no pueden ser procesadas industrialmente con la tecnología existente, lo que hace necesaria la innovación tecnológica para recuperar el algodón nativo de

colores. Cancio y Cortijo (2012) postulan la posibilidad de hilar industrialmente algodón 100% de ANC mediante el incremento del número de rodillos con que cuenta el tren de estiraje, como el primer paso para darle la torsión de la mecha y acortar la distancia de encartamiento.

Factores ecológicos

Teniendo en cuenta que el teñido usado en la industria textil convencional, es el proceso que genera mayor impacto contra el medio ambiente y gastos adicionales en los procesos industriales, debido al uso del agua y energía además de la producción de residuos tóxicos; encontramos que el algodón nativo tiene la ventaja de que no tiene que ser teñido durante el proceso de fabricación y que además, el color de las prendas de algodón de colores no se desvanece e incluso se vuelven más intensos después del lavado, por tal motivo, si el proceso de teñido es eliminado del proceso de producción, se puede ahorrar hasta la mitad del costo de los textiles y además eliminar el costo de la contaminación con colorantes tóxicos.

Encontramos otras ventajas adicionales del algodón en su producción agrícola, pues los cuidados para el cultivo de este son mínimos, y no requiere de fertilizantes ni pesticidas; asimismo, puede crecer en zonas áridas y salinosas que muy pocos cultivos pueden resistir.

Estas características son favorables para el ahorro de agua durante la siembra, evitar la erosión y contaminación del suelo; además,

puede ser una buena opción para sembríos asociativos en los bosques secos de Lambayeque (Fustamante, 2012)

Análisis de sector

Comunidades Artesanales

Según el Instituto Nacional de Estadística, en el departamento de Lambayeque se registran 6 811 artesanos algodoneros, concentrándose la mayor parte de ellos en los distritos de Mórrope y Túcume, quienes en conjunto representan el 63,8% de la población de artesanos de Algodón Nativo (Fustamante, 2012).

Por otro lado, el incremento de la venta de productos elaborados en Algodón Nativo, ha motivado a los artesanos a organizarse en talleres artesanales, entre ellos, la Asociación de Artesanas de La Colorada, La Asociación de Artesanas de Arbosol y Huaca de Barro; también la Asociación de Artesanos de Túcume (Fustamante, 2012)

Si bien es cierto que estos artesanos se han agrupado para aprovechar mejor el potencial del algodón nativo, aún hay problemas que deben enfrentar, tales como: los limitados campos de cultivo, la falta de capacitación en siembra, manejo agronómico y fitosanitario de los cultivos de algodón nativo (Fustamante, 2012)

Oferta de productos

Según el documento "Industria de la vestimenta y textiles en Perú" realizado por PROMPERÚ para la feria Perú Moda 2014, en la actualidad,

las prendas de algodón peruano que más destacan en las exportaciones son los t-shirts o polos de algodón, polo shirt para caballero de algodón, t-shirts sintético, polo shirt para dama de algodón y sintético, suéter de algodón y prendas para bebé, entre otros (PROMPERU, 2014)

Por esa razón, y con el fin de satisfacer la demanda de nuestros potenciales clientes, los productos que ofreceremos serán prendas de vestir confeccionadas artesanalmente con Algodón Nativo; entre las prendas que elaboraremos se encontrarán principalmente los polos y chompas para hombres y mujeres. También se planea, en un futuro, elaborar accesorios como chalinas, guantes y gorros.

Por lo general, estas prendas son elaboradas en la zona norte del país y su comercialización no es masiva, pues se distribuye principalmente entre los mismos pobladores. Por ese motivo, es que mediante esta idea de negocio se quiere impulsar la producción y comercialización, primero, en el Perú y, posteriormente, está proyectada hacia el exterior.

Demanda Interna

Movimientos dentro del sector textil, como el desarrollo de marcas, desfiles y apertura de tiendas de productos de prendas de vestir a base de algodón, han logrado una gran demanda interna por parte de los consumidores los consumidores ya que a la hora de vestir se fijan tanto en la calidad del tejido como en los colores, y estos muestran una tendencia conservadora a la hora de seleccionar una prenda.

En el país cada vez más, se viene promoviendo el deporte como estilo de vida saludable, lo que genera un mercado de oportunidad para la ropa deportiva, especialmente ropa de buena calidad y de marcas reconocidas, pues el segmento de mayor capacidad adquisitiva es el que acostumbra ir al gimnasio (Coloma, 2015)

La Oficina de Comercio Exterior del Perú (OCEX) en Los Ángeles informó que se ha logrado reunir con directivos estadounidenses de la empresa Alo Clothing, marca especializada en indumentaria deportiva, para comenzar el contacto con proveedores peruanos de prendas de algodón (Periodismo en Línea, 2015)

Es importante recordar que en el 2014 el sector de ropa deportiva o casual peruana, alcanzó a vender al extranjero 33,7 millones de dólares.

La demanda de prendas de algodón para Estados Unidos, según Periodismo en Línea, se incrementó debido a que los norteamericanos prefieren utilizar este tipo de ropa en sus quehaceres cotidianos y en su vida diaria.

Como se puede apreciar en el cuadro según APEIM, en el grupo 2 el NSE A, que es el que tiene mayor poder adquisitivo, el gasto promedio es de S/. 233, que está destinado a vestido y calzado, lo que puede significar una oportunidad de negocio para las prendas de vestir que estamos ofreciendo.

Según un estudio de Scotiabank (2015), difundido por el diario económico Gestión, Brasil es un importante destino para las prendas de algodón peruanas, ya que pueden entrar a este mercado con 0% de arancel. Es importante señalar que el mercado brasileño cuenta con

una clase media de alrededor de 50 millones de personas.

Según el informe realizado por SIICEX, los principales destinos para las prendas del algodón peruano son: Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Alemania y Chile. De estos países Estados Unidos fue el principal mercado (Siicex,2015)

Asimismo, existen también otros mercados como Venezuela, Brasil, Italia y Canadá para los t-shirts de algodón; Brasil, Alemania, Colombia y México en polo shirt de algodón para hombres. En las prendas para bebé de algodón destacan Chile, Venezuela, México y Argentina.

Actualmente el Perú no solo supera a países como China en los segmentos de alta calidad de polos de algodón, sino que también están en camino de ampliar el mercado hacia los sectores B y C, y hacia nuevas regiones del sur y noreste brasileño, lo que permitirá expandir aún su participación. Esta nueva ampliación de mercado se manifiesta en los pedidos que se consiguieron colocar durante el 2013, que superaron los US\$ 104 millones (Siicex,2015)

En el mercado brasileño se presenta una competencia permanente con proveedores de países asiáticos, los cuales buscan avanzar en el rubro en donde el Perú tiene el liderazgo; es decir en confecciones de algodón de alta calidad.

El estudio de Scotiabank (2015), señala además que pueden configurarse en interesantes mercados para las prendas de algodón peruano

Tabla 2

Ingresos y Gastos Promedio Según NSE 2015 - Promedios Lima Metropolitana

	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 2: Vestido y Calzado Gastos Promedio	S/.95	S/.233	S/.132	S/.89	S/.97	S/.76	S/.60	S/.59

* Ingreso estimado en base al gasto - INEI APEIM 2015: Data ENAHO 2014

países como Colombia y México. Ambos países pertenecen a la Alianza del Pacífico y las exportaciones peruanas cuentan con preferencias arancelarias.

Según el documento "Industria de la vestimenta y textiles en el Perú" realizado por PROMPERÚ para la feria Perú Moda 2014, las prendas que más destacan en las exportaciones son los t-shirts o polos de algodón, polo shirt para caballero de algodón, t-shirts sintético, polo shirt para dama de algodón y sintético, suéter de algodón y prendas para bebé, entre otros (PROMPERU, 2014)

Frente a ello, es importante destacar el importante papel que vienen cumpliendo las pequeñas empresas del Centro Comercial e Industrial de Gamarra, quienes han iniciado, durante el último año, su ingreso en el mercado brasilero, para la venta de sus productos directamente a los distribuidores en los mercados de Sao Paulo, Río de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre y otros.

DISCUSIÓN

Podemos afirmar que existen altas probabilidades de éxito en esta idea de negocio, puesto que, en

el caso del mercado interno las perspectivas son altas gracias a que la existencia de competidores es escasa, lo que nos brinda la oportunidad de atraer la atención de los potenciales consumidores, además se presenta una mayor oportunidad en el sector NSE A, ya que es el que tiene mayor poder adquisitivo. Además de los beneficios que estas prendas ofrecen en comparación con las prendas cuyos tintes son de origen artificial. Tal y como lo menciona Fustamante (2012) muchos de los tintes utilizados en la industria textil ya han sido prohibidos por la Comunidad Europea, como los colorantes azoicos que por contacto con la piel del ser humano tiene un alto potencial de llegar a causar cáncer; prohibición que brinda la oportunidad al algodón nativo, que cuenta con un color natural, de ingresar a este mercado. Otro de los factores que nos lleva a creer en un posible éxito, es el aumento del PBI, como ya es mencionado en la presentación de resultados. Según Gestión (2016), el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima, se estima un crecimiento del PBI en 3,8% el 2016 y 4,2% el 2017, lo que genera un mayor poder adquisitivo en el mercado interno.

El mercado internacional tampoco se queda atrás, pues la Oficina de Comercio Exterior del Perú (OCEX) indica que diversos representantes

estadounidenses de la empresa Alo Clothing, marca especializada en indumentaria deportiva, tienen la iniciativa de establecer vínculos con proveedores peruanos de prendas de algodón. Con esto se pronostica un incremento de la demanda en el sector textil, específicamente en las prendas de vestir elaboradas con algodón nativo.

En conclusión, basados en los factores expuestos, creemos factible en la existencia de oportunidades para la comercialización de las prendas de algodón nativo y recomendamos que se animen a entrar a este negocio en un futuro ya que hay muy buenas oportunidades.

REFERENCIAS

- Ávila, J., Herrera, P., & Espinel, R. (2009). *Tendencias de los consumidores y mercados de productos agrícolas - un enfoque cualitativo*. Guayaquil: CIR-FIMCP.
- Barabagallo, J. (2005). *Comercialización*. Obtenido de <http://celce.galeon.com/apuntes.pdf/comerc1.pdf>
- Cancio, R., & Cortijo, D. (2012). *Innovación tecnológica para recuperar el algodón nativo de color*. Lima: Universidad de Lima.
- Coloma, E. (2015 – 09 -10). La Moda en el Perú: de la oferta limitada hacia la democratización. *Gestión*. p. 1.
- Fernández, D. (2016 – 06 -11). El Perú como potencia textil. *El Peruano*. pp. 8 - 9.
- Fustamante, K. (2012). *Procesamiento artesana del algodón nativo - una actividad económica viable o sólo una tradición*. (Tesis para optar el grado de Magister en Biocomercio). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Gestión. (2016). *CCL - PBI peruano crecerá 3.8% el 2016 y 4.2% el 2017*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/ccl-pbi-peruano-crecera-38-2016-y-42-2017-2174394>.
- Higuchi, A. (2015). *Características de los consumidores de Productos orgánicos y expansión de oferta en Lima*. *Apuntes*, 77, pp. 57-89. Obtenido 2016-06-31 de <http://www.scielo.org.pe/pdf/apuntes/v42n77/a02v42n77.pdf>
- Jaramillo, L. (2008). *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Obtenido de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Riesgo. (2012). *Agroideas - Programa de Compensación para la Competitividad*. Obtenido de <http://www.agroideas.gob.pe/web/>
- Ministerio del Ambiente. (2014). *Distribución y concentración de las razas locales de algodón nativo en la Costa Norte del Perú*. Lima: Ministerio del Ambiente.
- PROMPERÚ. (2014). *Industria de la vestimenta y textiles en Perú*. Lima: PROMPERÚ.
- Santa Cruz, V. (2014). *Productos elaborados con algodón nativo*. Obtenido de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-productos-elaborados-algodon-nativo-tienen-gran-potencial-exportacion-497617.aspx>
- Scotiabank. (2015). *Destino Negocio*. Obtenido de <http://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/potencialidades-de-las-prendas-de-algodon-peruano/>
- Siicex. (2015). *Servicios al Exportador*. Lima: Siicex
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). *Miércoles del Exportador*. Obtenido 2016-01-17 de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=388.38700#anclafecha
- Tuñoque, I. & Saavedra, Y. (2015). *Estrategias de promoción para las artesanías de algodón nativo de los talleres Santa Teresita y Santa Catalina - Mórrope 2015*. (Tesis para optar el grado de Bachiller). Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo, Perú.

Correo electrónico para correspondencia

angela0021.es@gmail.com