

Enero 2011

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES
AV. JAVIER PRADO ESTE N° 2875
Piso 6 - LIMA 41 ☎ (51-1) 618-3333.
FAX: (51-1) 346-1879
<http://www.adexperu.org.pe>

GERENCIA DE MANUFACTURAS

Sra. Eco. Ysabel Segura A.
Gerente de Manufacturas
✉: ysegura@adexperu.org.pe
anexo 4300

Srta. María Julia Castillo
Coordinadora Comités Textil, Artesanía y Joyería
Gerencia de Manufacturas
✉: mcastillo@adexperu.org.pe
anexo 3327

Sra. Sindy Marquez Fox
Coordinadora Comités Metalmeccánico y Químico
Gerencia de Manufacturas
✉: smarquez@adexperu.org.pe
anexo 3372

Sr. Ricardo Agama A.
Coordinador Comité Confecciones
Gerencia de Manufacturas
✉: ragama@adexperu.org.pe
anexo 1180



1. EDITORIAL.-

Tal como se sospecha, los precios del algodón siguen en aumento, colocando al confeccionista en una situación muy riesgosa, en la que, en contraste con países como China, cuyos precios tienden a la baja, nos encontramos entre la espada y la pared, obligados a disminuir aun más los costos, lo que en muchos casos, significa trabajar sin rentabilidad, con el fin de poder mantener al cliente..

El Drawback es ya de 5% y el TLC con EEUU podría tener sanciones, que afectarían directamente a nuestras exportaciones, debido a que a la fecha, no se cuenta con una adecuada ley Forestal. ¿Qué podemos hacer?

No es novedad que una prenda peruana es distinta. La calidad del algodón hace una prenda superior, que puede ser vendida a precios más elevados. Pero ¿es acaso el valor agregado de la materia prima suficiente como para ser competitivos en el mercado mundial? La calidad sostenida del producto no es un diferencial y mucho menos una ventaja competitiva. Este es ahora un aspecto básico de todo negocio. ¿Entonces, dónde puedo encontrar la diferenciación?

Las iniciativas de agregar valor a través de la inclusión del diseño y las marcas propias han tenido resultados positivos en ciertas economías. Las mezclas de fibras (alpaca-algodón) tienen oportunidades en Europa. Prendas de características superiores son solicitadas en muchos países, lo que permite diferenciar nuestra industria e incrementar nuestros precios de venta.

Es también útil incursionar en temas de responsabilidad social y manejo ambiental, que, más allá de ser aspectos fundamentales en toda empresa, son también importantes aspectos de diferenciación.

La disminución de costos y la Gestión de la Calidad deben ser incluidas. Pero lo más importante es la constante innovación. Las ventajas competitivas son determinadas por la habilidad de una empresa o grupos de empresas para innovar y mejorar continuamente sus productos, procesos y servicios.

En los artículos que hemos recopilado, buscamos informar sobre el panorama mundial, esperando le sean de utilidad en la toma de decisiones de su empresa.

Gerencia de Manufacturas



SALUDOS DE ANIVERSARIO Y BIENVENIDA A LOS NUEVOS INTEGRANTES DE LA INSTITUCIÓN.

En esta sección saludamos a las empresas asociadas del área, que durante el mes de Febrero celebraron un año más de vida institucional:

EMPRESA	FUNDACION
Perú Étnico S.A.C.	01/01/2001
Textil San Cristóbal S.A.	17/01/1996
Teditex S.A.C.	24/01/1991
Confecciones Textimax S.A.	27/01/1993
Confecciones Choque	02/02/1993
Khantati E.I.R.L.	03/02/2003

A todas ellas, por intermedio de sus cuadros directivos, administrativos y operativos les hacemos llegar nuestro más cordial saludo y deseos de éxito en un nuevo año de labores. ¡Felicidades!

En esta edición:

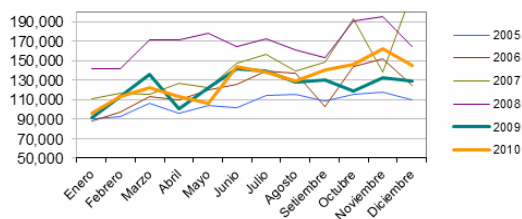
- 1 Editorial
- 2 Exportaciones del sector Textil-Prendas de Vestir.
- 3 Francia y Alemania capacitan Futuros Líderes Textiles.
- 4 China se sube en el vagón verde
- 5 Perspectiva económica del para los EEUU y el mundo
- 6 Calendario Ferial
- 7 Conociendo a Nuestros Asociados: Perú Étnico SAC

Además de nuestras secciones.-

- > ¿Sabías que?
- > Saludos de Aniversario y Bienvenida.

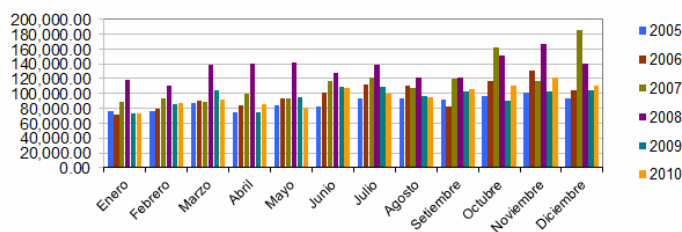
2. EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL-PRENDAS DE VESTIR.-

Comportamiento de las Exportaciones Mensuales de los Sectores Textil y Prendas de Vestir / Enero - Diciembre (2005 - 2010)
Miles US\$ FOB



Fuente: Adex Data Trade (actualizado al 02.02.2011)

Comportamiento de las Exportaciones del Sector Prendas de Vestir / Enero Diciembre (2005 - 2010) (Miles de US\$ FOB)



Fuente: Adex Data Trade (actualizado al 02.02.2011)

Exportaciones de Prendas de Vestir por Tipo de Tejido (Acumulado ENE-DIC 2010/2009) Miles De US\$ FOB

PRENDAS DE VESTIR EN GENERAL	VALOR FOB US\$			
	2010	2009	VAR % 2010/2009	PART. % 2010
TOTALES	1,171,022	1,146,336	2.15%	100%
PRENDAS DE VESTIR DE TEJIDO DE PUNTO	1,070,112	1,054,099	1.52%	91.38%
PRENDAS DE VESTIR DE TEJIDO PLANO	100,910	92,237	9.40%	8.62%

Fuente: Adex Data Trade (actualizado al 02.02.2011)

Elaboración: GAM

Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido de Punto (Acumulado ENE-DIC 2010/2009) Miles De US\$ FOB

PRENDAS DE VESTIR DE TEJIDO DE PUNTO	VALOR FOB US\$			
	2010	2009	VAR % 2010/2009	PART. % 2010
TOTALES	1,070,112	1,054,099	1.52%	100%
1 Prendas vestir de tejido punto ALGODÓN	915,584	912,721	0.31%	85.56%
2 Prendas vestir de tejido punto FIBRAS SINTETICAS O ARTIFIC.	90,678	85,114	6.54%	8.47%
3 Prendas vestir de tejido punto LANA Y PELO FINO	31,588	26,730	18.17%	2.95%
4 Prendas vestir de tejido punto LAS DEMAS MAT. TEXTILES	32,262	29,534	9.24%	3.01%

Fuente: Adex Data Trade (actualizado al 02.02.2011)

Elaboración: GAM

Exportaciones de Prendas de Vestir de Tejido Plano (Acumulado ENE-DIC 2010/2009) Miles De US\$ FOB

PRENDAS DE VESTIR DE TEJIDO PLANO	VALOR FOB US\$			
	2010	2009	VAR % 2010/2009	PART. % 2010
TOTALES	100,910	92,237	9.40%	100%
1 Prendas vestir de tejido plano ALGODÓN	70,704	65,624	7.74%	70.07%
2 Prendas vestir de tejido plano FIBRAS SINTETICAS O ARTIFIC.	20,626	18,562	11.12%	20.44%
3 Prendas vestir de tejido plano LANA Y PELO FINO	5,743	4,831	18.88%	5.69%
4 Prendas vestir de tejido plano LAS DEMAS MAT. TEXTILES	3,837	3,219	19.18%	3.80%

Fuente: Adex Data Trade (actualizado al 02.02.2011)

Elaboración: GAM

A lo largo de todo el año 2010, se ha mantenido una leve, pero sostenida mejora en las exportaciones de prendas de vestir. Con un 91.3% de participación, las prendas de tejido de punto siguen encabezando el total. Sin embargo, hubo un fuerte incremento de prendas de tejido plano, con respecto al año 2009.

El algodón ha sido el principal componente en el año 2010, aunque es notable el crecimiento de las prendas de lana y pelo fino, tanto en punto como en plano. Finalmente, las fibras sintéticas y artificiales están cobrando mayor importancia, sobre todo en las prendas de tejido plano, ocupando el 20% de las exportaciones de dichas prendas.

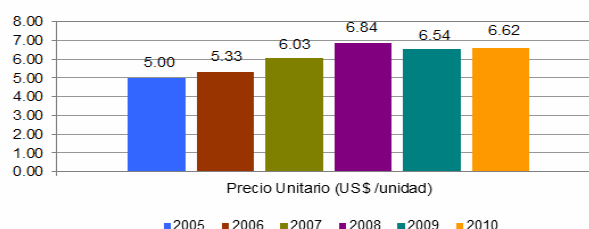
Exportaciones de Prendas de Vestir (Miles de US\$ FOB / ENE-DIC 2005-2010)

Año	Miles US\$ FOB	CANTIDAD (miles de unid.)	Precio Unitario (US\$ /unidad)
2005	1,049,749.23	209,838.21	5.00
2006	1,176,978.10	220,627	5.33
2007	1,392,816.69	230,802	6.03
2008	1,612,873.85	235,814	6.84
2009	1,146,336.28	175,376	6.54
2010	1,171,022.18	177,008	6.62

Fuente: Adex Data Trade (Data Preliminar al 02.02.11)

Elaboración: GAM

Precios Unitarios Promedios de las Exportaciones de Prendas de Vestir (Miles de US\$ FOB / ENE-DIC 2005-2010)



Fuente: Adex Data Trade (Data Preliminar al 02.02.11)

Elaboración: GAM

Los precios unitarios mantienen una leve tendencia positiva, pese a que durante la mayor parte del año, los precios se establecieron por debajo del valor 2009. Aun no se llega a los niveles del 2008, sin embargo, esta recuperación ha sido de suma importancia para el sector.

Principales Exportadores

EXPORTADORES DE PRENDAS DE VESTIR (MILES DE US\$ FOB) ACUMULADO ENE - DIC 2009-2010

Nº	EMPRESA	VALOR FOB (MILES DE US\$)			
		2010	2009	VAR % 2010/2009	PART. % 2010
TOTALES		1,171,022	1,146,336	2.15%	100.00%
1	DEVANLAY PERU S.A.C.	90,393	74,076	22.03%	7.72%
2	TOPY TOP S.A.	85,900	88,055	-2.45%	7.34%
3	CONFECCIONES TEXTIMAX S.A.	74,091	66,579	11.28%	6.33%
4	TEXTIL SAN CRISTOBAL S.A.	45,866	34,057	34.67%	3.92%
5	INDUSTRIAS NETTALCO S.A.	40,845	30,835	32.46%	3.49%
6	HILANDERIA DE ALGODON PERUANO S	36,659	30,389	20.63%	3.13%
7	COTTON KNIT S.A.C.	34,979	36,765	-4.86%	2.99%
8	TEXTIL DEL VALLE S.A.	30,863	23,511	31.27%	2.64%
9	INDUSTRIA TEXTIL DEL PACIFICO S.A.	30,805	25,007	23.19%	2.63%
10	PERU FASHIONS S.A.C.	28,961	31,101	-6.88%	2.47%
LAS PRIMERAS 10		499,362	440,375	13.39%	42.64%
LAS DEMAS		671,660	705,962	-4.86%	57.36%

Fuente: Adex Data Trade (Data Preliminar al 27.01.11)

Elaboración: GAM

El año 2010 fue beneficioso para el subsector Textil, que incrementó sus valores exportados en 14.9%. El Top 10 de empresas Textiles registró un crecimiento de 21.6% con respecto al acumulado ENE-DIC 2009 y participando del 56.3% de las exportaciones del subsector.

Los crecimientos más importantes: Sudamericana de Fibras SA (60.4%), Michell y Cia. S.A. (28.36%), Productos del Sur (43.3%) e Industria Textil Piura S.A. (111%).

A lo largo del año 2010, el Top 10 de Prendas de Vestir ha tenido un crecimiento de 13.4% con respecto al año 2009, lo que contrasta con la baja de 4.9% del resto de empresas. En general, las exportaciones se incrementaron en 2%. El Top 10 concentró el 42.64% de las exportaciones del sector.

Los principales crecimientos en el acumulado son para Devanlay (22%), Textil San Cristóbal (34.7%), Industrias Nettalco (32.5%) y Textil del Valle (31.3%).

EXPORTADORES DE TEXTILES (MILES DE US\$ FOB) ACUMULADO ENE- DIC 2009-2010

Nº	EMPRESA	VALOR FOB (MILES DE US\$)			
		2010	2009	VAR % 2010/2009	PART. % 2010
TOTALES		387,161	337,041	14.87%	100.00%
1	SUDAMERICANA DE FIBRAS S.A.	57,489	35,837	60.42%	14.85%
2	MICHELL Y CIA S.A.	45,694	35,611	28.31%	11.80%
3	INCA TOPS S.A.	20,900	17,464	19.68%	5.40%
4	CIA. IND. TEXTIL CREDISA-TRUTEX S.A.A.	19,368	17,120	13.13%	5.00%
5	TEXTILES CAMONES S.A.	17,385	28,065	-38.05%	4.49%
6	PRODUCTOS DEL SUR S.A.	15,294	10,673	43.30%	3.95%
7	IDEAS TEXTILES S.A.C.	13,264	15,913	-16.65%	3.43%
8	INDUSTRIA TEXTIL PIURA S.A.	12,089	5,728	111.06%	3.12%
9	PERU PIMA SA.	8,305	5,816	42.80%	2.15%
10	1818 S.A.C.	8,093	6,967	16.16%	2.09%
LAS PRIMERAS 5		217,883	179,194	21.59%	56.28%
LAS DEMAS		169,279	157,848	7.24%	43.72%

Fuente: Adex Data Trade (Data Preliminar al 02.02.2011)

Elaboración: GAM

Principales Partidas

PARTIDAS EXPORTADAS DEL SECTOR PRENDAS DE VESTIR (MILES DE US\$ FOB) ACUMULADO ENE- DIC 2009-2010

Nº	#PARTIDA	DESCRIP. ARANCELARIA	VALOR FOB (MILES DE US\$)			
			2010	2009	VAR % 2010/2009	PART. % 2010
TOTALES			1,171,022	1,146,336	2.15%	100.00%
1	6109100031	T-SHIRT DE ALGODON PHOMB O MUJ. D'TEJ. TEÑIDO D'UN SOLO COLOR	157,987	154,440	2.30%	13.49%
2	6109100039	LOS DEMAS "T-SHIRTS" DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES	135,685	163,257	-16.89%	11.59%
3	6105100051	CAMISAS D'PTO ALG. C/QUE. Y ABERT DEL PARC. PHOMB. D'TEJ. TEÑIDO D'UN SOLO COLOR INCL. BL.	87,040	39,549	120.08%	7.43%
4	6106100090	LAS DEMAS CAMISAS BLUSAS DE PTO. DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	47,943	57,798	-17.05%	4.09%
5	6105100041	CAMISAS D'PTO ALG. C/ABERT DEL PARC. C. Y PUÑ. DE TEJ. ACAN. PHOMB. TEÑIDO D'UN SOLO COLO	45,445	58,198	-21.91%	3.88%
LAS PRIMERAS 5			474,099	473,241	0.18%	40.49%
LAS DEMAS			696,923	673,095	3.54%	59.51%

Fuente: Adex Data Trade (Data Preliminar al 27.01.11)

Elaboración: GAM

Por su parte, las primeras 5 partidas de Textiles crecieron en sus niveles de exportación en 0.86% representando el 31.3% de las exportaciones del subsector. Los crecimientos más importantes fueron el de las partidas 5105391000 (41%), 5501309000 (107.7%) y 5506300000 (52%).

Las 5 principales partidas de prendas de vestir crecieron en 0.2% con respecto a los totales del año anterior, concentrando 40.5% de las exportaciones de Prendas de Vestir. El producto con mayor crecimiento fue la partida 6105100051.

PARTIDAS EXPORTADAS DEL SECTOR TEXTIL (MILES DE US\$ FOB) ACUMULADO ENE-DIC 2009-2010

Nº	#PARTIDA	DESCRIP. ARANCELARIA	VALOR FOB (MILES DE US\$)			
			2010	2009	VAR % 2010/2009	PART. % 2010
TOTALES			387,161	337,041	14.87%	100.00%
1	5105391000	PELO FINO CARDADO O PEINADO DE ALPACA	36,621	25,974	40.99%	9.46%
2	5501309000	Demás cables de filamentos sintéticos, acrílicos o modacrílicos	25,181	12,122	107.73%	6.50%
3	6006220000	LOS DEMAS TEJIDOS DE PUNTO DE ALGODÓN TEÑIDOS	24,791	40,446	-38.71%	6.40%
4	5506300000	FIBRAS ACRILICAS O MODACRILICAS CARDADAS PEINADAS O TRANSFORMADAS P LA HILATURA	19,980	13,149	51.95%	5.16%
5	6004100000	CON UN CONTENIDO DE HILADOS DE ELASTOMEROS SUPERIOR O IGUAL AL 5% EN PESO, SIN HILOS DE CAUCHO	14,628	28,482	-48.64%	3.78%
LAS PRIMERAS 5			121,200	120,172	0.86%	31.30%
LAS DEMAS			265,961	216,869	22.64%	68.70%

Fuente: Adex Data Trade (Data Preliminar al 02.02.2011)

Elaboración: GAM

3.- FRANCIA Y ALEMANIA CAPACITAN FUTUROS LÍDERES TEXTILES.-

Resumen del Artículo de Textiles Panamericanos

Estos dos países realizaron recientemente foros y reuniones con estudiantes de la industria textil con miras a incrementar sus esfuerzos de investigación y desarrollo.

Francia y Alemania, al igual que otros países europeos, están intensificando sus esfuerzos para adaptarse al futuro de la industria textil. A pesar de lo que se pensaba hace solo unos pocos años, la industria textil en el continente europeo no va a desaparecer, sino que está evolucionando para convertirse en una industria de nicho, especializada en la manufactura de textiles técnicos y textiles altamente especializados, para uso en textiles para el hogar, en automóviles, aviones, construcción, etc.

Mientras que la manufactura de textiles en grandes volúmenes, para la exportación y el consumo masivo, se está desplazando hacia otras regiones como Asia y América Latina; los países de Europa (y Estados Unidos), se están concentrando en sectores más especializados de la industria, que requieren innovaciones en la manufactura y el procesamiento.

Para competir en este campo, se requiere no solo el uso de maquinaria altamente sofisticada y especializada, sino un personal altamente capacitado, con el deseo de enfrentarse a las innovaciones y desafíos impuestos por las nuevas tecnologías.



Desde ropa íntima que previene infecciones hasta ropa de bebés termorreguladora, los diseños e innovaciones en Europa están consolidando al viejo continente como el especialista en textiles técnicos y prendas inteligentes.



Peter D. Dornier, Dr. Gunnar Seide, Helga Krieger, Wolfram Kretschmar, y Karlheinz Liebrandt durante la entrega de premios a la innovación otorgado por la fundación Walter Reiner-Stiftung del sector textil de la VDMA.

La VDMA otorga premios a la innovación

Peter D. Dornier, presidente de la fundación Walter Reiners-Stiftung del sector de Maquinaria Textil Alemana de la VDMA, y presidente de la junta directiva de Lindauer Dornier GmbH, otorgó premios que celebran la innovación en la industria textil a un selecto grupo de ingenieros.

En su discurso, Peter D. Dornier señaló cómo está cambiando la imagen de los textiles en el continente europeo: Mientras que en otros tiempos, los textiles eran sinónimo con vestimenta, los textiles técnicos elaborados con compuestos de fibras, y su aplicación en las industrias automotriz, aeronáutica, espacial, y ecológica, caracterizan la imagen de la industria hoy y en el futuro.

"Los textiles técnicos de la actualidad cumplen con la función original de los textiles de proteger a las personas de los impactos dañinos causados por el medio ambiente. Las bolsas de seguridad en los armadures de los coches de carrera, hechos de fibras de carbono, así como los geotextiles usados en las represas para la protección contra inundaciones, son ejemplos de esta nueva realidad de los textiles, que es de importancia estratégica para nuestro país".



Informes: smarquez@adexperu.org.pe
fflores@adexperu.org.pe

Share your knowledge
with SharePeople

Programa de Asesores Holandeses expanding horizons • building leadership

<p>Voluntarios en actividad laboral (30-50 años de Edad)</p> <p>Asesoría en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia y organización • Marketing y ventas • Producción y logística • Finanzas y seguros • MIS Management Information System 	<p>Gastos a cubrir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel • Alimentación • Traslados Internos <p>Tiempo Mínimo: 2- 6 semanas</p> <p>Informes e inscripciones: smarquez@adexperu.org.pe fflores@adexperu.org.pe</p>
---	--



Avanzando juntos sobre la base de la confianza

Plataforma virtual de negocios entre mujeres empresarias a nivel mundial



Informes e inscripciones: smarquez@adexperu.org.pe
fflores@adexperu.org.pe

4.- CHINA SE SUBE EN EL VAGÓN VERDE

Recorrer el camino verde está en auge entre los fabricantes Chinos, aunque en diferentes niveles de adopción. En los sectores como prendas de vestir, joyería, pinturas y artículos electrónicos de consumo, cada vez más compañías están adoptando materiales ecológicamente seguros, lo que incluye el uso de sustitutos reciclados.

Los proveedores están motivados por dos factores principales. La mayoría está obligada, debido a las cada vez más exigentes regulaciones en sus destinos claves, como los Estados Unidos y la Unión Europea. Otros, utilizan la eco-tendencia como una herramienta de marketing, para escalar en la industria manufacturera y puedan diferenciarse de la despiadada competencia de gama baja. Debido a que hay un extra con los modelos "verdes", las compañías pueden cargar de 5 a 50% en dichos productos. Algunos ejemplos:

Alternativas naturales y sostenibles

Alternativas como los cultivos orgánicos y el uso de fertilizantes sintéticos, además de la eliminación de pesticidas, promueven producciones saludables, conservación de la biodiversidad y la reducción de químicos nocivos filtrados en el ambiente. Además, fibras como el bambú, sedas y las fibras de celulosa, son fuertes alternativas, por su corto ciclo de maduración, gran capacidad de reciclaje y la utilización (y reutilización) de toda la planta.

Traducción del artículo de <http://www.globalsources.com>



Economías verdes

La fabricación verde está en relación directa con los costos de adopción. El algodón orgánico, por ejemplo, es al menos 30% más costoso que el tradicional puesto que tiene menos cultivadores y proveedores. Sin embargo, paralelamente a su popularidad, el área cultivada ha ido creciendo de manera sostenida en los últimos años.

Para algunos, la transición se facilita por la ausencia de costos adicionales. Empresas chinas sustituyeron teñidos con azo y metales pesados por insumos verdes, pero sus costos de materiales han sido los mismos.

Para otros, cambiarse a una producción sostenible ha probado ser más rentable que antes. Algunos fabricantes de pantalones de denim, por ejemplo, son capaces de aumentar sus márgenes por encima de 50% por par.



Maximizando ventajas con eco-etiquetas

Los productores chinos esperan incrementar su competitividad obteniendo productos certificados con etiquetas de protección del ambiente. Dichos costos son subsidiados por los mismos compradores.

Los productos sin etiquetas extranjeras pueden presentar el equivalente local, una etiqueta ambiental china. Desarrollada bajo los estándares de ISO 14024, la marca es reconocida por muchas certificadoras internacionales y tiene acuerdos de reconocimiento mutuo con Alemania, Japón, Australia y otros..

PERÚ Ministerio de la Producción

CONVOCATORIA

Innovate Perú
FIDECOM
FONDO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO PARA LA COMPETITIVIDAD

*Co-financiamiento hasta el 75% del valor del proyecto.

200 MILLONES DE SOLES
NO REEMBOLSABLES PARA FINANCIAR
PROYECTOS DE INNOVACIÓN PRODUCTIVA

www.innovateperu.pe consultas@innovateperu.pe

Teléfonos: 723-4119 ó 725-0156

¿SABIAS QUE?

La tendencia por los cueros naturales ha aumentado. Para la temporada de invierno 2011, se está organizando un evento encargado por el diseñador Claude Vuillemet. Los seis temas de color son resultado de los debates de la mesa redonda derivados de los colores de la industria textil y de las tendencias que el diseñador Vuillemet forma parte. Vuillemet afirmó que el tema general de la colección "opposite course".

Los seis colores de las tendencias para el próximo invierno son: beige con rosado; verde azulado con marrones y verdes; gris con efecto de azul metálico; marrones, amarillo claro e intenso con verde; plomo con negro.

5.- PERSPECTIVA ECONÓMICA DEL ALGODÓN PARA LOS EE.UU. Y EL MUNDO.-

Fuente: Revista "COTTON USA Avances"
Revista "Información Agraria"

El 1o de Agosto marca el inicio de un nuevo año de cosecha del algodón con respecto al reporte estadístico del USDA (Departamento de Agricultura de los EE.UU.) La nueva cosecha de los EE.UU., estimada actualmente en 18.84 millones de pacas, 6.7 millones de pacas más que el año anterior. Se espera que consumo en los EE.UU. sea de 19.1 millones de pacas, lo cual habrá de reducir los inventarios a 2.7 millones de pacas – una razón de 14% de inventarios a uso – la más baja desde la cosecha del año 1994-95. El USDA tiene estimado el pronóstico de suministro y demanda tanto para los EE.UU. como para el mundo para el año de cosecha del 2009-10. Esta se compara con la cosecha del año anterior en las tablas que se presentan a continuación.

Suministro / Demanda de la Fibra de Algodón de los EE.UU.		
	2009-10	2010-11
Inventarios Iniciales	6.34	3
Producción	12.19	18.84
Importaciones	0	0
Consumo Local	3.45	3.6
Exportaciones	12.04	15.5
Inventarios Finales	3	2.7

Fuente USDA

Suministro / Demanda de la Fibra de Algodón Mundial		
	2009-10	2010-11
Inventarios Iniciales	30.44	46.98
Producción	101.15	116.95
Consumo	117.2	120.53
Inventarios Finales	46.98	45.44

Fuente USDA

Al observar los totales mundiales, los estimados del USDA arrojan 117 millones de pacas, 16 millones de pacas por encima de la cosecha del 2009 de 101 millones de pacas. Las estimaciones de consumo de 120 millones de pacas dan como resultado un faltante de unos 3 millones de pacas, y reducen así los inventarios finales a 45 millones de pacas – el inventario más bajo desde la cosecha de 1994/95.

La producción china de algodón para el 2010-11 en 32.5 millones de pacas, la misma del año anterior. El consumo en China se estima en 50,0 millones de pagas, por encima del consumo estriado de 48.50 millones de pacas para el 2009-10.

En el Perú, la evolución del precio del algodón importado ha sido bastante oscilante entre el 2000 y el 2010, con continuas alzas y bajas, dándose en el 2009 una disminución que situó los precios tanto del algodón importado como del precio nacional en chacra en niveles muy parecidos al 2000 (Entre S/. 1.50 y S/. 2.00 por kg.); mientras que en el 2010 se ha dado un alza que los ha llevado a un nivel que es de los más altos del periodo.

6. CALENDARIO FERIA. (<http://www.apparelnews.net/calendar>)



Texworld

Date: Monday, February 07 - Thursday, February 10

Location: Paris

Info: Paris Le Bourget;

www.messefrankfurt.com; (770) 984-8016

Premiere Vision

Date: Tuesday, February 08 - Thursday, February 10

Location: Paris

Info: Parc d'Expositions de Paris-Nord Villepinte;

www.premierevision.fr; (646) 351-1942



Magic

Date: Sunday, February 13 - Wednesday, February 16

Location: Las Vegas

Info: Las Vegas Convention Center;

www.magiconline.com; (877) 554-4834

(continua...)

(...viene de la pág. anterior)

**LONDON
FASHION
WEEK**

Playtime Tokyo**Date:** Tuesday, February 22 - Thursday, February 24**Location:** Tokyo**Info:** <http://www.playtimetokyo.com>**London Fashion Week****Date:** Friday, February 18 - Wednesday, February 23**Location:** London**Info:** www.londonfashionweek.co.uk ; +44 (0)20 7636 7788**Expo Pakistan****Date:** Friday, February 25 - Sunday, February 27**Location:** Karachi, Pakistan**Info:** info@expopakistan.gov.pk; www.tdap.gov.pk ; 92 (21) 111-444-11, 920-6494

6. CONOCIENDO A NUESTROS ASOCIADOS.- Perú Étnico S.A.C.

Perú Étnico es una corporación dedicada al diseño, fabricación, exhibición, comercialización y exportación de prendas de vestir tejidas en fibra de alpaca.

Desde su creación, Perú Étnico ha logrado crear productos que estén a la vanguardia de la moda, utilizando la más alta tecnología. Sus diseños se inspiran en la extraordinaria expresión artística de los antiguos peruanos, consiguiendo un producto con estilo, tradición y cultura.

En todos los procesos, orientan sus esfuerzos en la preservación del medio ambiente y la proyección social.

Perú Étnico tiene como misión llegar a ser los líderes en ventas a nivel nacional. Con tiendas en los lugares más estratégicos y exclusivos para su público objetivo, mantienen siempre sus estándares de calidad en todos los procesos y se encuentran hoy a la vanguardia de la tecnología para tener un crecimiento adecuado y un retorno de la inversión.



Contacto:
Sr. Jorge Molina - Gerente General

jmolina@ethnicperu.com

Telf: 445-5353
<http://www.ethnicperu.com>

Perú Étnico muestra su compromiso hacia el cliente objetivo, anticipándose a sus requerimientos y preferencias; se maneja de manera transparente, honesta y eficiente en las relaciones con los clientes, la competencia y el mercado en general.

El Compromiso como Organización es una visión compartida que aseguran la lealtad y la integración de un equipo gerencial con objetivos y propósitos comunes.

En lo referente a la calidad, Perú Étnico, está orientada en conseguir constantemente la satisfacción del cliente por medio de nuestros productos elaborados con materia prima de alpaca de altísima calidad. Además de el estricto control en todos los procesos que existen desde el inicio de la preparación del producto hasta la compra del cliente. ✓