

Webinar Exportador

Noemi Quintana

nquintana@promperu.gob.pe

2020

Seminarios Virtuales Especializados

Tendencias de la industria textil Post COVID19

Consumidor y tendencias PostCovid19

Noemí Quintana | Especialista de mercado



Una economía Post Covid



2020

- Contracción económica mundial proyectada de -4,9%, excepto para China que crecerá 1%

Por vez primera, se proyecta un crecimiento negativo para todas las regiones en 2020

Proyecciones	2020
Estados Unidos	-8,0
Alemania	-7,8
Francia	-12,5
Italia	-12,8
España	-12,8
Japón	-5,8
Reino Unido	-10,2
Canadá	-8,4
China	+1,0
India	-4,5
Brasil	-9,1
México	-10,5

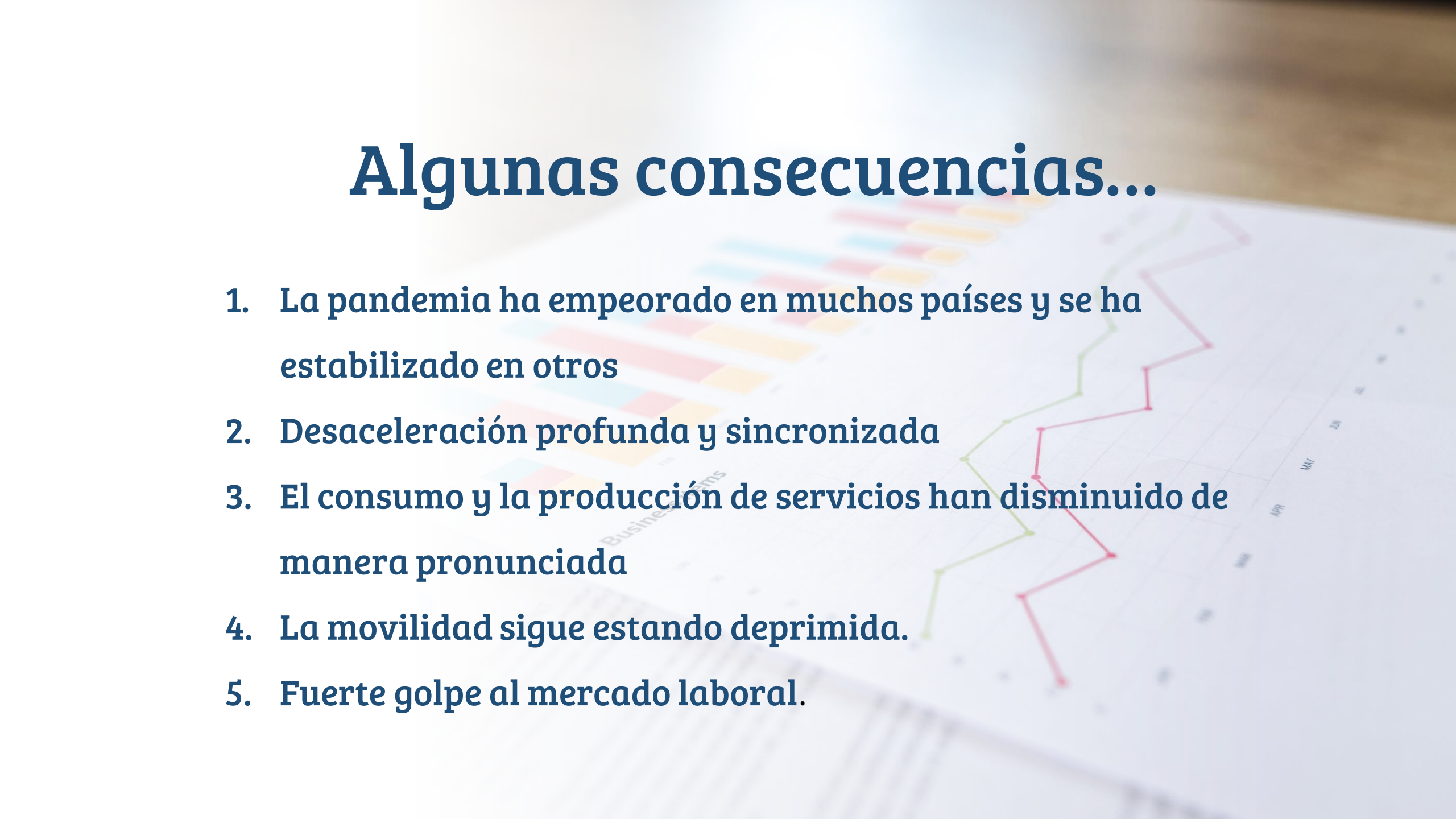
La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto más negativo que lo previsto en la actividad en el primer semestre de 2020 y la recuperación será, según las proyecciones, más gradual de lo que se había pronosticado

Fuente : FMI

2020

- El comercio mundial sufrirá una contracción, de aproximadamente -11,9%, debido a la demanda mucho más débil de bienes y servicios, incluido el turismo.

Algunas consecuencias...

1. La pandemia ha empeorado en muchos países y se ha estabilizado en otros
 2. Desaceleración profunda y sincronizada
 3. El consumo y la producción de servicios han disminuido de manera pronunciada
 4. La movilidad sigue estando deprimida.
 5. Fuerte golpe al mercado laboral.
- 
- The background of the slide features a blurred image of a business chart. On the left, there is a bar chart with bars in shades of blue, orange, and red. On the right, there is a line graph with two lines, one green and one red, plotted against a grid. The x-axis of the line graph is labeled with months: 'Apr', 'May', and 'Jun'. The overall image is out of focus, serving as a decorative background for the text.

2021

- El crecimiento mundial está proyectado en 5,4%.
- Se prevé que, conforme la demanda interna repunte gradualmente el crecimiento del comercio aumente a alrededor de 8%.

Se prevé que el crecimiento del comercio aumente a alrededor de 8% en 2021

Proyecciones	2020	2021
Estados unidos	-8,0	+4,5
Alemania	-7,8	+5,4
Francia	-12,5	+7,3
Italia	-12,8	+6,3
España	-12,8	+6,3
Japón	-5,8	+2,4
Reino unido	-10,2	+6,3
Canadá	-8,4	+4,9
China	+1,0	+8,2
India	-4,5	+6,0
Brasil	-9,1	+3,6
México	-10,5	+3,3

Se proyecta que en 2021 la tasa de crecimiento de las economías de mercados emergentes y en desarrollo aumente a 5,9%, gracias en parte al repunte que se pronostica para China (8,2%).

Fuente : FMI



**Que pasa con el
sector textil ?**

El sector textil es uno de los más dependientes de los suministros chinos. La cadena de suministro global está muy focalizada en Asia.



McKinsey estima que los ingresos de la industria de la moda mundial (confecciones y calzado) se contraerán entre un -27% y un -30% en 2020, aunque la industria podría recuperar un crecimiento positivo del 2% al 4% en 2021





- **Menos desfiles de moda**
- **Menos colecciones individuales**
- **Showrooms digitales**
- **Marcas que proporcionan experiencias virtuales**
- **Omnicanalidad**
- **Delocalization vs. neo-relocalización**
- **Offshoring Vs. Nearshoring**



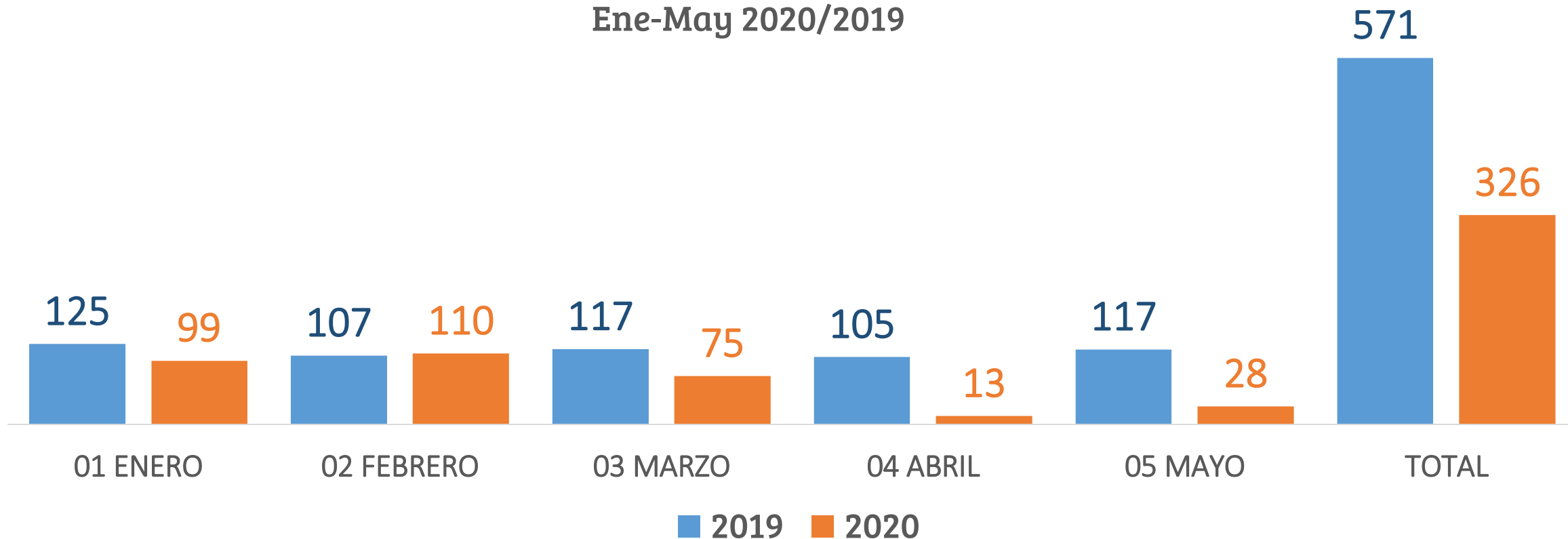
**La industria se
vuelve más
centrada en el
cliente, digital y
sostenible**



Impacto en el sector textil Peruano

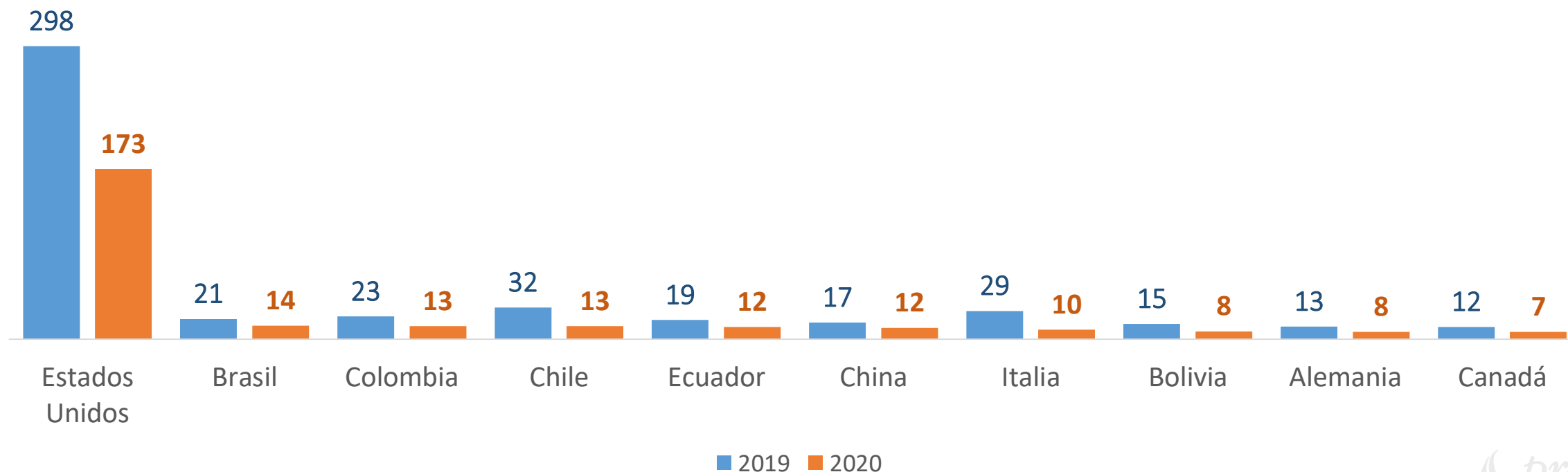
En el periodo Enero-Mayo de 2020, las exportaciones del sector textil y confecciones decrecieron en -42,9%, alcanzando un total de US\$326 millones

Sector Textil : Exportaciones US\$ FOB millones
Ene-May 2020/2019



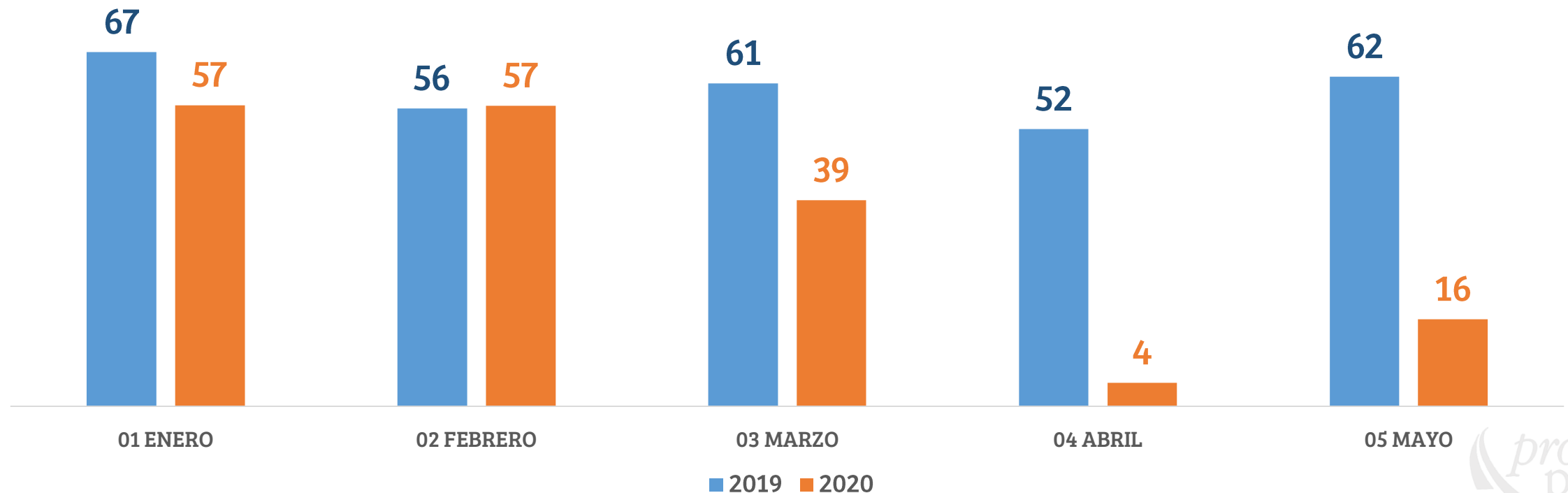
Los 10 principales mercados registran caídas importantes en el acumulado de Ene-May 2020

Sector Textil : Top 10 Mercado Exportaciones Peruanas US\$ FOB millones
Ene-May 2020/2019



EEUU es el 1er mercado destino para el sector textil. En el periodo Ene-May 2020, las exportaciones decrecieron en -41,9%

Sector Textil : Exportaciones Peruanas a China US\$ FOB millones
Ene-May 2020/2019



1006 empresas exportaron durante el periodo Ene-Mayo 2020, 257 empresas menos que en el periodo 2019

9 empresas



+ US\$ 10 millones

37 empresas



US\$ 10 millones
- US\$ 1 millón

195 empresas



+ US\$ 1 millón
- US\$ 100 mil

765 empresas



- US\$ 100 mil

Consumidor y tendencias PostCovid19



El impacto económico de la crisis del coronavirus COVID-19 hace que los consumidores sean conscientes de su gasto en productos no esenciales, como son los de la moda





Diseñar nuevas rutinas

La alteración de las rutinas diarias ha hecho que crezca la demanda de nuevas experiencias que ayuden a mantener la estabilidad y la sensación de normalidad

El hogar como santuario

Las marcas tienen la oportunidad de ayudar a los consumidores que buscan convertir su hogar en un centro de bienestar donde crear rutinas de autocuidado.



Vivir en terceras plataformas

Nuevas experiencias virtuales ayudan a que las personas de todas las edades se mantengan conectadas e inspiradas.

1. Loungewear

El cambio de rutina a consecuencia de la cuarentena, un mayor tiempo en casa y el trabajo remoto, marca la preferencia del consumidor por una indumentaria mucho más funcional y con un toque informal, la moda Loungewear incluye prendas como, joggers, buzos, cafareñas y t-shirts.





1. Loungewear



2. Básicos

El consumidor priorizara las prendas básicas , duraderas y atemporales tendremos que invertir en productos más esenciales y ser más creativos con lo que ya tenemos.

3. Confort/Homewear

Prendas que se ajustan a las necesidades reales del público: pijamas, ropa elástica y confortable. Se busca sentirse cómodo y elegante en casa. Uso de texturas más agradables como el algodón, lana y aquellos que son más amigables con la naturaleza y el cuerpo.





4. Prendas on screen

“Comfort below the waist, business above”.

Prendas diseñadas poniendo énfasis en los detalles superiores. Enfocadas para el uso de videollamadas o encuadres de selfie. Los artículos que quedan fuera de la pantalla, como zapatos y bolsos, serán menos importantes...



Zara UK



Pijama para Home Office Original Penguin

4. Prendas on screen

5. Athleisure

Con la nueva normalidad, el distanciamiento social y las reuniones en pequeños grupos, vamos hacia una moda informal casual. La ropa deportiva es la nueva la ropa de calle .





5. Sostenibilidad

La moda se enfrenta a una transformación sin precedentes por la incorporación de la sostenibilidad a los hábitos de los consumidores. La pandemia ha aumentado la conciencia ecológica de los consumidores. Existe mayor conciencia social en cuanto a los hábitos de consumo.

Consumidor y tendencias PostCovid19

Noemí Quintana | Especialista de mercado



Webinar
Exportador



Noemi Quintana

nquintana@promperu.gob.pe

**Seminarios Virtuales
Especializados**

**Preguntas
y respuestas**

www.promperu.gob.pe/consultaPPM.aspx