

# Perfil de **Textiles Utilitarios** del mercado de Estados Unidos



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



Este perfil de producto ha sido elaborado en el mercado estadounidense por la consultora Freedomia Custom Research, Inc., utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Los Ángeles, y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y de PROMPERÚ. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: "MINCETUR - Plan de Desarrollo de Mercado de Estados Unidos".





# Índice

<b>Introducción</b>	<b>6</b>
<b>Metodología de Estudio</b>	<b>10</b>
<b>1. Evaluación del Mercado</b>	<b>12</b>
1.1 Tamaño del Mercado	12
<b>2. Análisis de la Demanda</b>	<b>26</b>
2.1 Descripción y características del producto	26
2.2 Usos y formas de consumo	35





2.3 Segmentos de mercado de mayor consumo	37
2.4 Tendencias y oportunidades en el mercado	44
<b>3. Condiciones de Acceso al Mercado</b>	<b>48</b>
3.1 Impuestos y aranceles	51
3.2 Barreras de ingreso al mercado	53
<b>4. Comercialización y Distribución</b>	<b>59</b>
<b>5. Fuentes de Información</b>	<b>66</b>



# Introducción

## Situación actual

Este estudio tiene como objetivo entender el tamaño del mercado de Textiles Utilitarios: Textiles para el Hogar y Alfombras, su estructura y cadenas de distribución para determinar qué oportunidades pueden existir para los productos peruanos en el mercado de Estados Unidos. El estudio buscará dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el tamaño actual de la demanda de textiles utilitarios y alfombras en Estados Unidos y cuáles son las perspectivas de crecimiento?
- ¿Cuál es la producción nacional, importaciones (de Perú), las exportaciones y la demanda de textiles utilitarios y alfombras en Estados Unidos?
- ¿Cuáles son los principales factores que afectan la demanda?
- ¿Cuáles son las principales definiciones de los productos y como se diferencian? ¿Cuáles son los principales usos y formas de consume de los textiles utilitarios y alfombras?
- ¿Cómo se comercializan y venden estos productos en los canales de venta por menor?
- ¿Quiénes son los principales proveedores (empresas y países)? ¿Cuál es la principal ruta de acceso al mercado?
- ¿Qué características demográficas tienen los principales consumidores y mercado objetivo?
- ¿Qué tendencias de consumo afectan el mercado y crean mayor impacto? ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de determinados productos (especialmente de la oferta peruana)?

- ¿Cómo impactan los impuestos/aranceles, regulaciones de importación y otras barreras de acceso el ingreso al mercado?

## Alcance del proyecto

Este informe se enfoca en el mercado de textiles utilitarios y alfombras en Estados Unidos para el 2014 a 2019

## Productos:

Textiles Utilitarios

- Textiles para el Hogar
  - » Toallas, trapos, fundas de almohada, colchas, edredones, cortinas, mantas, cobertores
  - » Textiles del hogar en muebles

- Alfombras
  - » Alfombras y tapetes

## Notas

A lo largo de este informe el crecimiento anual se expresa como la tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) calculadas entre dos años seleccionados.

- Algunas cifras agregadas pueden no ser iguales a los totales debido al redondeo.
- Porcentajes TCAC se redondean a dos dígitos significativos

Las partidas o subpartidas del HTS (Harmonized Tariff Schedule) y los códigos de North American Industry Classification System (NAICS) en este reporte, incluyen todos los productos pertenecientes a la categoría de textiles utilitarios:



Tabla N°1: Productos textiles utilitarios, según partidas y subpartidas del HTS y códigos NAICS

Número HTS y NAICS	Descripción
HTS 57	Alfombras y otros revestimientos para pisos
HTS 6301	Mantas de hogar y mantas de viaje
HTS 6302	Ropa de cama, mantelería, ropa para el baño y paños de cocina
HTS 6303	Cortinas y estores; cenefas y demás
HTS 6304	Artículos textiles para mueble y materiales textiles
HTS 9404.90	Artículos de ropa de cama y similares (excepto colchones y bolsas de dormir), con o sin relleno, incluyendo edredones, almohadas y cojines
NAICS 3141.10	Alfombras y tapetes
NAICS 3141.20	Cortinas y ropa de cama
NAICS 3141.21	Cortinas y similares
NAICS 3141.29	Otros productos textiles para el hogar

Este artículo presenta un análisis integral de los textiles para el hogar. Los resultados se basan en investigaciones secundarias, incluyendo encuestas disponibles, artículos, publicaciones comerciales y noticias.

En el Capítulo I, se presenta un resumen de los resultados, incluyendo el tamaño de mercado, acceso al mercado y la ruta típica de acceso. En el Capítulo II, se desarrolla un análisis del tamaño del mercado, incluyendo la demanda, producción, importaciones y exportaciones. Luego en esa sección se analizan las características de mercado, tales como los usos del producto, formas de consumo, canales

de venta al por menor, panorama competitivo, la demografía de los usuarios finales y las tendencias de consumo. En el Capítulo III, se examinan temas de acceso al mercado, incluyendo impuestos, aranceles, regulaciones de importación clave y otras barreras no arancelarias. Capítulo IV, se identifica la ruta típica de acceso al mercado para los productos peruanos. Las secciones finales incluyen información de la industria y fuentes, listas completas de las importaciones y una lista más completa de los precios por menor.

La sección de impuestos incluye los siguientes códigos de país:

**Tabla N°2: Lista de código de país**

AU = Australia	CL = Chile	JO = Jordania	MX = México	PE = Perú
BH = Bahrein	CO = Colombia	KR = Corea del Sur	OM = Omán	SG = Singapur
CA = Canadá	IL = Israel	MA = Marruecos	PA = Panamá	



## Metodología de Estudio

El estudio se basó principalmente en investigación secundaria y primaria en casos específicos, para la recolección de datos para el análisis.

- Fuentes secundarias fueron utilizadas para establecer un conjunto de supuestos base y realizar estimaciones. Fuentes usadas:
  - » Estudios actuales de Freedonia sobre las industrias, tales como Bed & Bath Furnishings; United States y Carpets & Rugs
  - » Proyecciones económicas consensuadas de Freedonia
  - » Reportes financieros y comunicados de prensa
  - » Presentaciones e informes de inversión
  - » Datos gubernamentales
- Fuentes primarias: se realizaron visitas a tiendas (auditorías) para recoger datos con respecto a la comercialización, colocación de productos y tendencias de venta. Investigación primaria adicional en forma de llamadas que fueron hechas de manera oportunista y limitada para validar las hipótesis.



# 01

---

## Evaluación del Mercado

### 1.1 Tamaño del Mercado

El tamaño del mercado es medido a nivel de importación y de fabricación restándole la exportación, la cual se formula utilizando datos de la encuesta anual de fabricantes del Census, así como información del USITC para importaciones y exportaciones usando las subpartidas

HTS establecidas (véase la introducción para la lista). El crecimiento se calculó usando datos históricos de comercio y producción; también se utilizaron indicadores de Freedomia que incluyen el gasto de construcción de viviendas y los gastos de consumo personal.



Tabla N°3: Oferta y demanda de textiles para el hogar, alfombras y tapetes en Estados Unidos (USD millones)

Ítem	2014	2019	TCAC 19/14
Producción	12 599	16 939	6,10%
Importaciones Netas	11 164	13 503	3,90%
Demanda	23 763	30 442	5,10%
Producción	12 599	16 939	6,10%
+ Importaciones	12 561	15 111	3,80%
- Exportaciones	1 397	1 608	2,90%
Demanda	23 763	30 442	5,10%
% Demanda Importaciones Perú	0,03%	0,04%	
Importaciones de Perú	6,60	11	10,80%
Demanda Nivel Retail*	43 000 - 45 000	47 000 - 50 000	2-3%

Fuente: Freedonia Custom Research, Inc.

\* La demanda a nivel retail y su crecimiento fue calculado por Cotton Incorporated.



## Resumen de la demanda

La demanda de textiles para el hogar, alfombras y tapetes en Estados Unidos ascendió a USD 23,7 mil millones en 2014 y se prevé que crecerá 5,1% anual hasta USD 30,4 mil millones en 2019. Este crecimiento se debe a la mejora en la confianza de los consumidores y a un mercado inmobiliario más fuerte que los cinco años anteriores a 2014. El gasto en textiles para el hogar está ligado al gasto en materias primas para la casa, que se espera aumente conforme el mercado de viviendas se recupera. Los envíos de textiles para el hogar están compuestos por sábanas y fundas de almohada, ropa de cama y baño, entre otros textiles para el hogar. El crecimiento de la demanda de textiles del hogar sería estimulado por el aumento en ventas de sábanas y fundas de almohadas. La demanda de tapetes y alfombras se proyecta aumentaría a 2019 debido a una combinación en el aumento en volumen requerido, mejora en la calidad de las fibras, el uso de losetas para el piso y el incremento de los precios.<sup>1</sup>


## Demanda 2014

El tamaño del mercado de textiles para el hogar, alfombras y tapetes en 2014 fue de USD 23,7 mil millones. La producción estadounidense representó USD 12,5 mil millones, principalmente compuesta de alfombras y tapetes (USD 10,2 mil millones). El resto de los textiles fabricados en Estados Unidos correspondieron a USD 2,3 mil millones de la demanda. Las importaciones representaron USD 12,5 mil millones de la demanda global, siendo los de textiles para el hogar USD 10,3 mil millones y los tapetes y alfombras un adicional de USD 2,4 mil millones. Las importaciones provenientes del Perú en ambas categorías representaron menos del 1% de la demanda de Estados Unidos. Las exportaciones estadounidenses totalizaron USD 1,3 mil millones en 2014, siendo en su mayoría alfombras y tapetes, las cuales ascendieron a USD 1,1 mil millones, mientras que las exportaciones de textiles para el hogar fueron de aproximadamente USD 278 millones<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Fuente: Estimados de Freedonia

<sup>2</sup> Fuente: Estimados de Freedonia



## Demanda 2019

La demanda de textiles para el hogar, alfombras y tapetes se prevé que aumente a USD 30,4 mil millones en 2019, creciendo a un promedio de 6,1% por año. La producción estadounidense de textiles para el hogar crecería modestamente hasta 2019 a USD 2,6 mil millones y se beneficiará de un fortalecido mercado de vivienda y mejora en confianza del consumidor<sup>3</sup>. La producción de alfombras y tapetes se espera aumente a USD 14,3 mil millones en 2019, impulsada por condiciones económicas más favorables, los esfuerzos por mejorar los hogares y la recuperación en el gasto inmobiliario<sup>4</sup>. Las importaciones de textiles para el hogar se espera que continúen satisfaciendo a la mayoría de la demanda y se prevé aumente a USD 12,1 mil millones, mientras que las de alfombras y tapetes aumentarían a USD 2,9 mil millones. Las exportaciones de ambas categorías crecerían 2,9% hasta llegar a USD 1,6 mil millones en 2019, siendo USD 308 millones en textiles y USD 1,3 mil millones en alfombras y tapetes<sup>5</sup>.

Las siguientes tablas estiman el tamaño del mercado de textiles para el hogar y alfombras y tapetes por separado. Es importante mencionar que las diferencias entre sus estimaciones pueden atribuirse a los productos incluidos, así como el nivel de valoración (fabricante o venta por menor).

El tamaño del mercado de textiles para el hogar (tabla I-2) se estima a nivel de fabricante e importación. Se calculó usando datos de la encuesta anual de fabricantes del Censur y datos de importación/exportación del USITC (véase la introducción de códigos HTS). El crecimiento se calculó usando datos históricos de comercio y producción; así como indicadores de Freedonia como el gasto en construcción de viviendas y los gastos de consumo personal.

El tamaño de mercado de las alfombras y tapetes (tabla I-3) se mide a nivel de fabricante/importación. Se calculó utilizando la encuesta anual de fabricantes de Censur, así como información de

<sup>3</sup> Fuente: Freedonia Focus Report, Bed & Bath Furnishings: UnitedStates

<sup>4</sup> Fuente: Freedonia Industry Study, Carpets & Rugs

<sup>5</sup> Fuente: Estimados de Freedonia

importaciones y exportaciones del USITC (véase la introducción para la lista). Igualmente, el crecimiento de dicho sector se calculó haciendo uso de información histórica de comercio y producción,

así como también los indicadores mencionados desarrollados por Freedonia para los gastos de construcción de viviendas y los gastos de consumo personal.

**Tabla N°4: Oferta y demanda de textiles para el hogar en Estados Unidos (USD millones)**

Ítem	2014	2019	TCAC 19/14
Textiles para hogar			
Producción	2 379	2 639	2,10%
+ Importaciones	10 122	12 164	3,70%
- Exportaciones	278	309	2,10%
Demanda	12 223	14 495	3,50%
% Demanda Importaciones Perú	0,05%	0,06%	
Importaciones de Perú	5,70	9,20	10,00%

Fuente: Freedonia Custom Research, Inc.

Tabla N°5: Oferta y demanda de alfombras y tapetes en Estados Unidos (USD millones)

Ítem	2014	2019	TCAC 19/14
Alfombras y tapetes			
Producción	10 220	14 300	6,90%
+ Importaciones	2 439	2 947	3,90%
- Exportaciones	1 119	1 300	3,00%
Demanda	11 540	15 947	6,70%
% Demanda Importaciones Perú	0,01%	0,01%	
Importaciones de Perú	0,90	1,80	15,00%

Fuente: Freedonia Custom Research, Inc.



## Producción local

### Producción de textiles para el hogar

La producción estadounidense de textiles para el hogar (ver tabla II-3) se viene recuperando, aunque representa un pequeño porcentaje de la demanda total. En el mercado estadounidense de textiles para el hogar, el modesto resurgimiento de la producción local se debe a una variedad de factores, incluyendo el aumento en los salarios en China y la fuerte caída en los precios del combustible. Por ejemplo, en 2013 el costo energético por kilogramo de hilo en Estados Unidos fue 16 centavos, equivalentes al 5% de los costos, mientras que en China fue 42 centavos, que equivale al 9% de los costos. Incluso con el resurgimiento de la producción local, la mayoría de los textiles para el hogar provienen del extranjero. Fabricantes estadounidenses han tenido éxito en operaciones de acabado y producción en nichos de materiales avanzados. Por ejemplo, Vomfort Revolution y Hollander Home Fashions abrieron nuevas instalaciones de producción en Estados Unidos para la fabricación de artículos en

“memory foam” y ropa de cama funcional, respectivamente<sup>6</sup>.

### Producción de alfombras y tapetes

La producción estadounidense de alfombras y tapetes (tabla II-4) se espera que crezca en línea con los avances en la demanda. Ello respondería a los esfuerzos de los fabricantes de tomar ventaja de los bajos costos de la energía para expandir y reubicar fábricas en Estados Unidos. Existe cerca de 200 empresas de alfombras y tapetes en Estados Unidos, que van desde pequeñas y medianas empresas dirigidas a nichos de mercado o tipos de producto a grandes empresas que integran varios segmentos. Shaw y Mohawk fueron los principales proveedores de alfombras y tapetes en Estados Unidos en 2014, con 50% de las ventas. Las empresas Beaulieu of América, Interface y Tarkett, representaron un 15% de la demanda en 2014<sup>7</sup>.

## Importaciones

Las importaciones de textiles para el hogar, alfombras y tapetes ascendieron

---

<sup>6</sup> Fuente: USDA [://www.ers.usda.gov/data-products/chart-gallery/detail.aspx?chartId=54339&ref=collection&embed=True&widgetId=37373](http://www.ers.usda.gov/data-products/chart-gallery/detail.aspx?chartId=54339&ref=collection&embed=True&widgetId=37373)

<sup>7</sup> Fuente: Freedonia Industry Study, Carpets and Rugs

a USD 12,5 mil millones en 2014 y representando el 52% de la demanda. Las importaciones de textiles para el hogar ascendieron a USD 10,1 mil millones, mientras que las de alfombras y tapetes alcanzaron USD 2,4 mil millones. Las importaciones de ambas categorías provenientes del Perú representaron menos del 1% de la demanda. Se esperan que las importaciones de textiles para el hogar aumenten a USD 12,1 mil millones y las de alfombras y tapetes a USD 2,9 mil millones para 2019.

### Importaciones de textiles para el hogar

Se espera que las importaciones dominen la demanda de textiles para el hogar en 2019. Según Textile World 2015, “los envíos del extranjero continuarán teniendo la mayor participación en la demanda de textiles de Estados Unidos”; ello a pesar de que existe cierta evidencia de que la producción doméstica se viene reanimando, recuperando una parte grande de la participación perdida. No obstante, no existe evidencia que sugiera cambios importantes en el corto plazo. Una encuesta realizada a ejecutivos de la industria estadounidense (incluyendo confecciones) indica que el regreso de

fábricas a Estados Unidos o “reshoring” aumentaría en 7% (para toda la industria, no solo textiles)<sup>8</sup>.

Las importaciones de textiles para el hogar pasaron de 46% hace una década a 83% de la demanda en 2014. El acceso libre de aranceles al mercado es un factor importante en el crecimiento de las importaciones y podría aumentar. Bajo el acuerdo comercial Trans Pacific Partnership (TPP), muchos fabricantes asiáticos podrían ver una disminución en sus aranceles textiles, los cuales son actualmente considerables, de hasta 32%. Grupos industriales textiles de Estados Unidos creen que el TPP podría conducir a pérdidas en empleos domésticos si es que los fabricantes occidentales, quienes a menudo utilizan textiles para el hogar estadounidenses, trasladan sus compras a Vietnam y otros socios asiáticos del TPP<sup>9</sup>.

### Importaciones de alfombras y tapetes

Las importaciones correspondieron al 21% de la demanda de alfombras y tapetes de Estados Unidos en 2014, mientras que en 2009 abarcó el 15%. Este es el resultado de una combinación de factores que incluyen el incremento de las importaciones de

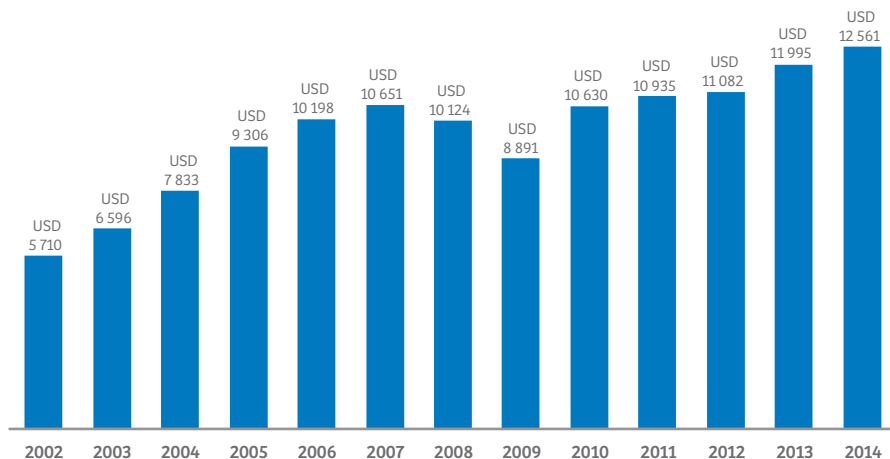
<sup>8</sup> Fuente: TextileWorld.com : <http://www.textileworld.com/textile-world/features/2015/02/textiles-2015-more-improvement-ahead/>

<sup>9</sup> Fuente: Congressional Research Service: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/R42772.pdf>

alta gama y un consumidor preocupado por conseguir artículos más baratos, usualmente importados de países como China e India. Se proyecta que las importaciones de estos productos aumenten 3,9% anualmente hasta el 2019. Este crecimiento sería impulsado por los consumidores de sectores económicos altos, quienes buscan productos hechos a mano y de alta gama. El rebote en los gastos de construcción no residencial y de acabados inmobiliarios también

contribuiría con dicho crecimiento. Sin embargo, se estima que para el 2019 las importaciones de tapetes y alfombras obtengan a una menor participación sobre la demanda que en 2014. Una combinación de precios bajos del gas natural en Estados Unidos y salarios más altos en países como China permitiría a los fabricantes estadounidenses sin incrementar su competitividad frente a fabricantes extranjeros, favoreciendo a la producción local<sup>10</sup>.

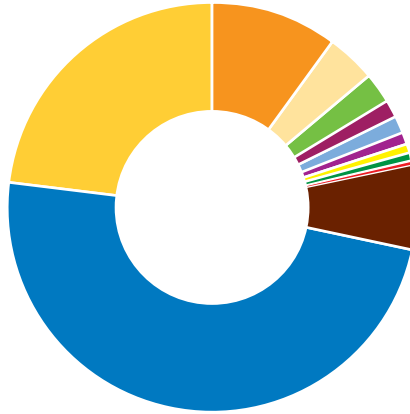
### Gráfico N°1: Importaciones de textiles para el hogar, alfombras y tapetes, por año (USD millones)



Fuente: US International Trade Commission (USITC)

<sup>10</sup> Fuente: Estudio de Freedonia, Carpets and Rugs

## Gráfico N°2: Importaciones de textiles para el hogar, alfombras y tapetes, por país (USD millones)



China 6 041,33   India, 2 855,72   Pakistán, 1 263,72   Turquía, 471,10   México, 415,82   Canadá, 172,15  
Egipto, 170,54   Portugal, 120,40   Italia, 99,80   Bélgica, 90,22   Perú, 6,62   Otros, 853,50

Fuente: US International Trade Commission (USITC)

## Exportaciones

### Exportaciones de textiles para el hogar

Las exportaciones de textiles para el hogar constituyen solo el 2% de la demanda, o USD 279 millones. Si bien Estados Unidos exporta textiles para el hogar a 199 países, casi dos tercios de estas fueron a socios

occidentales con los que se tiene tratados de libre comercio. Estos mercados de exportación han beneficiado el comercio de fabricantes estadounidenses con países de América del Norte y Central<sup>11</sup>. Se prevé que las exportaciones de textiles para el hogar aumenten modestamente a USD 308 millones en 2019. Este crecimiento moderado sería impulsado por ventas de productos en nichos de mayor valor<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Fuente: National Council of Textile Organizations [://www.ncto.org/industry-facts-figures/trade/](http://www.ncto.org/industry-facts-figures/trade/)

<sup>12</sup> Fuente: Estimados de Freedonia



Tabla N°6: Exportaciones de Estados Unidos en HTS 6302 Ropas de casa - Linen

Código HTS	2002	2003	2004	2005
	6302 Ropa de cama, textiles para la mesa, baño y cocina	179 021	173 697	169 290

Tabla N°7: Exportaciones de Estados Unidos en HTS 6303 cortinas y similares

Código HTS	2002	2003	2004	2005
	6303 cortinas, cortinas de interiores y cenfas de cama	41 352	33 672	42 625

Tabla N°8: Exportaciones de Estados Unidos en HTS 6304 materiales textiles para muebles NESOI

Código HTS	2002	2003	2004	2005
	6304 furnishing articles of textile materials NESOI	21 255	27 471	25 390

Tabla N°9: Exportaciones de Estados Unidos en HTS 9404.90.40.00 almohadas, cojines y muebles similares

Código HTS	2002	2003	2004	2005
	9404904000 pillows, cushions, and similar furnishing	55 549	56 115	65 660



2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
(USD miles)								
183 978	181 324	164 092	125 568	156 322	185 387	198 861	193 051	203 304

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
(USD miles)								
63 522	75 720	88 247	84 737	88 686	102 171	120 094	125 379	135 317

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
(USD miles)						
36 878	38 402	32 722	31 776	35 140	38 917	51 092

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
(USD miles)						
93 790	109 068	113 683	88 167	104 455	111 644	128 944




Tabla N°10: Exportaciones de Estados Unidos en HTS en 6301 mantas

Código HTS	2002	2003	2004	2005	2006
	6301 mantas de cama y mantas de viaje	33 237	30 498	34 762	35 771

### Exportaciones de Alfombras y Tapetes

Las exportaciones de alfombras y tapetes de Estados Unidos ascendieron a USD 1,1 mil millones en 2014. La recuperación moderada en el gasto de construcción

residencial entre 2009 y 2014 y el poco dinamismo del sector no residencial durante ese periodo estimularon a los fabricantes de alfombras y tapetes a buscar mercados extranjeros. Para 2019 se prevé que las exportaciones de

Tabla N°11: Exportaciones de Estados Unidos en HTS 57 alfombras y otros revest

Código HTS	2002	2003	2004	2005	2006
	Sub total 57 Alfombras y otros revestimientos textiles de suelo	709 954	710 193	802 474	927 472

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
(USD miles)							
32 559	38 239	35 447	33 665	37 043	39 736	39 255	35 366

alfombras y tapetes aumenten 3,0% por año, apoyadas por el creciente gasto en construcción en Canadá y México. No obstante, ganancias más inmediatas se darán producto del uso intensivo de revestimientos y losetas en esos países.

Por ejemplo, el uso de suelo laminado y madera se ha extendido en Canadá, mientras que uso de baldosa decorativa es común en México. El crecimiento de las exportaciones también se apoyará en el aumento de la demanda de productos estadounidenses en el Caribe<sup>13</sup>.

### Revestimientos textiles para el suelo

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
(USD miles)							
035 430	1 110 153	857 872	1 006 281	1 077 287	1 105 466	1 125 050	1 118 767

<sup>13</sup> Fuente: Estudio de Freedonia, Carpets&Rugs



# 02

## Análisis de la Demanda

### 2.1 Descripción y características del producto

#### Textiles para el hogar

Los textiles para el hogar incluyen mantas, sábanas, ropa de cama, cortinas, cenefas de cama, objetos de decoración en materiales textiles, edredones, colchas, almohadas y cojines, entre otros. Estos productos son utilizados en mercados residenciales y no residenciales.

#### Sábanas - Ropa de Cama

Las sábanas se utilizan como ropa de cama. El algodón es la tela más popular para estos productos debido a su suavidad y durabilidad. Las sábanas de poliéster

y microfibras son alternativas viables al algodón. La ropa de cama de mayor calidad utiliza fibras extra largas conocidas como "long-staple", incluyendo el Pima, Supima y fibra de algodón egipcio. El conteo de hilo o "threadcount" se refiere a la cantidad de hilos verticales y horizontales por pulgada cuadrada de tela. En general, un conteo de hilos más alto produce una tela más suave. Las telas de alta calidad poseen un conteo de hilo de 200 a 800.

El tejido de la tela también impacta en la calidad. El satén es un tejido en algodón que produce una sensación muy suave y brillante, pero suele ser un poco menos

resistente que un tejido más apretado. El percal es una tela durable usada típicamente en sábanas; esta posee un conteo de hilos de al menos 180. El

algodón peinado, como indica su nombre, ha sido peinado para remover fibras cortas y dejar las más largas, lo que hace que sea una tela fuerte y suave.



---

Fuente: [www.macys.com](http://www.macys.com)



## Mantas

Las mantas usualmente están hechas de material acolchado, con tejido de punto. Las mantas tejidas son el estilo más común, siendo las de punto más ligero y las que se utilizan a menudo fuera de

la cama. Las mantas acolchadas tienen tres capas, frente, revés y centro, que proporcionan calidez y a menudo tienen un atractivo decorativo. Los tamaños de manta incluyen "throw", "twin", "double", "queen", "king" y "California King".



---

Fuente: [www.houzz.com](http://www.houzz.com)

## Edredones o "Comforters"

Los Edredones son ropa de cama que añaden estilo y calidez. Estos textiles están usualmente rellenos de plumas o alternativas tales como el poliéster. Las plumas son un aislante natural que

no es pesado y es generalmente mejor para regular la temperatura que los rellenos artificiales. El poder del relleno o "fillpower" es la medición de la densidad y calor del relleno. Un edredón para uso durante todo el año tendría un "fillpower" de 550 o más.



---

Fuente: [www.jcpenny.com](http://www.jcpenny.com)

## Almohadas

Las almohadas de cama están comúnmente rellenas de plumas, fibras sintéticas o "memoryfoam". Combinaciones de diferentes tipos de

plumas pueden reducir el costo del artículo. El relleno sintético suele ser más barato que el natural, mientras que el "memoryfoam" suele ser más firme y grueso.



---

Fuente: [www.amazon.com](http://www.amazon.com)



## Cojines

Los cojines están hechos de dos piezas, que son el relleno y la funda. Los rellenos están hechos de fibras sintéticas, plumas y la espuma, mientras que las fundas están hechas de seda, terciopelo, poliéster, gamuza, algodón, felpa, yute o cuero. Los cojines se utilizan en toda la casa y también

incluyen productos impermeables para el aire libre. Algunos son hechos a mano, mientras que otros son fabricados en serie. Usualmente incluyen un cierre o un sistema para quitar la funda que permite la limpieza y mantenimiento. Los estilos comunes incluyen volante, vintage, moderno y bohemio<sup>14</sup>.



---

Fuente: [www.homedepot.com](http://www.homedepot.com)

---

<sup>14</sup> Source: Ebay.com [://www.ebay.com/gds/The-Ultimate-Guide-to-Buying-Cushion-Covers-/10000000177319909/g.html](http://www.ebay.com/gds/The-Ultimate-Guide-to-Buying-Cushion-Covers-/10000000177319909/g.html)

Additional Source: Better Homes and Gardens [://www.bhg.com/shop/buying-guide/decor/cushions-buying-guide.html](http://www.bhg.com/shop/buying-guide/decor/cushions-buying-guide.html)

## Cortinas

Las cortinas incluyen modelos con patrones, sólidos y funcionales, como térmicos y “blackouts”, así como cenefas y cortinas para ventanas. Las longitudes incluyen cortinas soleras, “apron”, “puddle” y al piso. Las cortinas soleras se encuentran en las cocinas y salas de

desayuno y son más cortas que otros tipos de cortinas. Las “apron” son más largas que las soleras, pero más cortas que las que van al piso o las “puddle”. Estas se utilizan en ventanas que se abren con menos frecuencia. Las cortinas al piso dan a la habitación un estilo pulido, mientras que las puddle son de estilo formal utilizado en habitaciones de menos uso.



---

Fuente: [www.overstock.com](http://www.overstock.com)



## Alfombras y tapetes

Los revestimientos de suelos incluyen a las alfombras copetudas, tejidas, entre otras. Estos productos se dirigen a consumidores residenciales, no residenciales y equipos de transporte. Entre las variedades de alfombras copetudas, el estilo broadloom representó la mayor parte de la demanda en 2014 y se prevé seguiría siendo el líder en este segmento en 2019. Las alfombras broadloom se seleccionan a menudo debido a su bajo costo, facilidad de instalación y una apariencia atractiva, haciéndolas ideales para usos residenciales y en empresas. En el mercado de transporte, los tapetes y alfombras copetudas se usan a menudo para la gran mayoría de vehículos de motor debido a su costo moderado, peso ligero y la capacidad de aislar el interior del vehículo del ruido, vibraciones y calor generado por el funcionamiento del vehículo<sup>15</sup>.

## Alfombras

Existen muchos tipos de alfombras, incluyendo las de pelo cortado ("cut pile"), rizado ("loop pile") o patrones. Las de pelo cortado son uniformes e incluyen el estilo "saxony", una alfombra densa y recortada a media pulgada de alto para lugares formales. Estas alfombras pueden mostrar las costuras, huellas y marcas de la aspiradora. Al acabado liso del saxony se le llama felpa. Las texturizadas son otro tipo de alfombra de pelo cortado, el cual es más denso que el saxony, pero también con un tacto muy suave. Este estilo a menudo posee dos tonos con una superficie irregular que le da una apariencia informal, siendo esta una opción muy popular. Su construcción apretada ayuda a resistir el suelo y se utiliza comúnmente para habitaciones familiares. Las alfombras frisadas tienen una fibra de pelo corto, durable y trenzado,

---

<sup>15</sup> Freedonia Industry Study, Carpets and Rugs

adecuadas para las áreas comerciales congestionadas. Las fibras de este estilo se enrollan en diferentes direcciones, lo que les permite ocultar huellas y otras marcas comunes, y da una apariencia informal.

Las alfombras rizadas son durables y se utilizan para áreas de alto tráfico; los tipos incluyen la bereber y alfombras rizadas niveladas. Las bereberes cuentan con lazos grandes sin cortar de tonos naturales y fibras de nylon, lana u olefina que varían en tamaño. El bereber es más denso que la mayoría de estilos y es resistente a las manchas. Los dueños de mascotas suelen elegir este tipo de alfombra ya que resiste las manchas y no permite que las garras de las mascotas se atoren en las

fibras. Las alfombras rizadas niveladas contienen rulos sin cortar de igual altura que generan una superficie suave. Estas son fáciles de mantener y son usadas en áreas de alto tráfico, y son conocidas por ser más duras y rígidas que otras.

Las alfombras de patrón permiten más opciones de texturas y estampados. Estas logran patrones esculpidos con variados niveles de loops sin cortar bajos y rulos superiores cortados. El patrón se ve como si se hubiese cortado la alfombra y generalmente cuenta con varios tonos de un color. El cambio de color ayuda a disfrazar el desgaste y suciedad. Este estilo dura menos que las rizadas, pero son más suaves<sup>16</sup>.



---

Fuente: [www.shawfloors.com](http://www.shawfloors.com)

---

<sup>16</sup> Fuente: Lowes.com ://[www.lowes.com/projects/build-and-remodel/carpet-buying-guide/project](http://www.lowes.com/projects/build-and-remodel/carpet-buying-guide/project)  
Fuente adicional: CarpetBuyersHandbook ://[www.carpetbuyershandbook.com/buying-carpet/](http://www.carpetbuyershandbook.com/buying-carpet/)



## Tapetes

Los tapetes se utilizan en comedores, salas, dormitorios, pasillos, cocinas, halls de entrada, entre otros. Estos se fabrican de diferentes maneras, incluyendo, copetudos, crochet, tejido plano y trenzados. Los tapetes anudados a mano requieren de mano de obra intensiva y son creados por maestros tejedores, siendo productos únicos y en general muy durables. Los tapetes copetudos son hechos a máquina o con herramientas de mano, y pueden ser producidos rápidamente

y a bajo costo, pero se deterioran más que otros estilos. Los tapetes en crochet pueden ser hechos a máquina y tienen una apariencia bordada, mientras que los de tejido plano pueden ser producidos a mano o máquina. Estos no poseen grosor al igual que los trenzados, aunque estos últimos son reversibles<sup>17</sup>. Los tapetes son hechos en lana, seda, algodón, fibras de plantas y materiales sintéticos. Los tapetes de lana se desgastan, mientras que los de fibras de plantas son menos costosos pero difíciles de limpiar y menos duraderas<sup>18</sup>.



---

Fuente: [www.wayfair.com](http://www.wayfair.com)

---

<sup>17</sup> Fuente: [Macys.com ://www1.macys.com/campaign/buyingguides/arearug/index\\_popup.jsp](http://www1.macys.com/campaign/buyingguides/arearug/index_popup.jsp)

<sup>18</sup> Fuente: [HGTV.com ://www.hgtv.com/design/decorating/furniture-and-accessories/picking-the-perfect-area-rug](http://www.hgtv.com/design/decorating/furniture-and-accessories/picking-the-perfect-area-rug)

## Fibras de alpaca

Según Flooring Lady, los tapetes de alpaca se vienen popularizando en Estados Unidos, aunque son considerados artículos de lujo. A nivel retail, estos tapetes se venden a precios más altos que los hechos

en otros materiales como la lana. También son considerados sostenibles, lo que es una ventaja para las empresas peruanas. Sus fibras son resistentes al agua y las manchas, son calientes, hipoalergénicas y más fuertes que la lana. Lo único negativo de estas fibras es su rareza y costo inicial<sup>19</sup>.



---

Fuente: [www.cliffhousealpacas.com](http://www.cliffhousealpacas.com)

## 2.2 Usos y formas de consumo

### Textiles para el hogar

Los textiles para el hogar son utilizados por consumidores residenciales y no residenciales en una gran variedad de

formas. El consumo residencial incluye el gasto en distintos ambientes del hogar, como cocinas, baños, salones, comedores y dormitorios. El consumo no residencial incluye el uso asociado con

---

<sup>19</sup> Fuente: The Flooring Lady ://[www.theflooringlady.com/alpaca\\_rugs\\_000735.html](http://www.theflooringlady.com/alpaca_rugs_000735.html)



alojamientos, salas y oficinas. El gasto en ambos casos corresponde a reparaciones, remodelaciones y nuevas adquisiciones.

### Alfombras y tapetes

Los usos y formas de consumo para las alfombras y tapetes incluyen los residenciales y no residenciales. La demanda está compuesta por compras nuevas, reemplazos y remodelaciones.

El estilo preferido de los consumidores residenciales es de alfombras y tapetes copetudos, los que representaron el 86% de la demanda en 2014. Esta preferencia se debe al uso común de alfombras de pared a pared, utilizadas por propietarios y constructores, debido a su rendimiento y estética a precios moderados. Las alfombras y tapetes tejidos representan el 3% de la demanda, y se utilizan principalmente en residencias caras, ya que su alto costo relativo a otras alternativas los hace inasequibles para otros tipos de propietarios. Otras alfombras y tapetes incluyen los indoor/outdoor y así como los que se usa para cubrir superficies duras. Estas tienden a

ser productos de bajo costo, muchas de las cuales son importaciones baratas. Muchos consumidores han añadido alfombras indoor/outdoor para crear un ambiente más residencial o por comodidad<sup>20</sup>.

El mercado no residencial consta de oficinas, centros comerciales, institucionales, industriales y otras estructuras no residenciales. Los revestimientos de pisos en construcciones no residenciales suelen ser especificadas por arquitectos, diseñadores y propietarios de los edificios, o adquiridas por los usuarios. La competitividad de un producto para este mercado se basa en factores, como el precio, diseño, durabilidad y estética. Históricamente, las alfombras y tapetes son usados en la mayoría de revestimientos de pisos instalados en estructuras no residenciales<sup>21</sup>.

Cabe resalta que el sector de transportes es un gran demandante, tanto de alfombras como tapetes, las cuales son empleadas en la fabricación y remodelación de vehículos motorizados, así como en otros medios de transporte. Al ser industria, pertenece a la categoría de consumidores no residenciales.

---

<sup>20</sup> Fuente: Freedonia Industry Study, Carpets and Rugs

<sup>21</sup> Fuente: Freedonia Industry Study, Carpets and Rugs

## 2.3 Segmentos de mercado de mayor consumo

### Textiles para el Hogar

La mayor parte del consumo de textiles para el hogar lo realizan las familias. Por otro lado, también existen clientes no residenciales, como alojamientos, hoteles y hospitales.

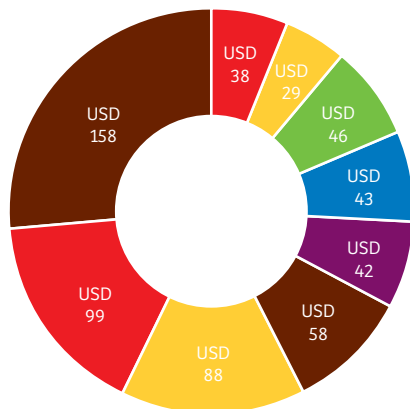
Los crecimientos en las compras de estos textiles están liderados por consumidores en grupos de edad de 25-34 años y 45-54 años. Los consumidores entre 25-34 años adquieren estos productos por primera vez según se van mudando afuera de sus casas, aunque el valor de los artículos es típicamente más bajo que otros grupos de edad. Entre los de 45-54 años, las

compras de estos textiles responden a la necesidad actualizar estilos anticuados, usualmente después de que sus hijos se mudan de las casas. En general, las tasas de compras vienen aumentando en todos los grupos de edad con excepción de los mayores de 64 años de edad.

Los gráficos muestran información sobre el gasto promedio anual en textiles para el hogar por grupo demográfico. En la encuesta, textiles para el hogar se definen, como los usados en el baño, dormitorio, cocina y comedor, otras ropas de cama, cortinas, fundas, cojines decorativos y materiales de costura.



Gráfico N°3: Gasto anual promedio en textiles para el hogar, por nivel de ingresos antes de impuestos, en valor (USD)



■ USD 5 000

■ USD 5 000 a USD 9 999

■ USD 10 000 a USD 14 999

■ USD 15 000 a USD 19 999

■ USD 20 000 a USD 29 999

■ USD 30 000 a USD 39 999

■ USD 40 000 a USD 49 999

■ USD 50 000 a USD 69 999

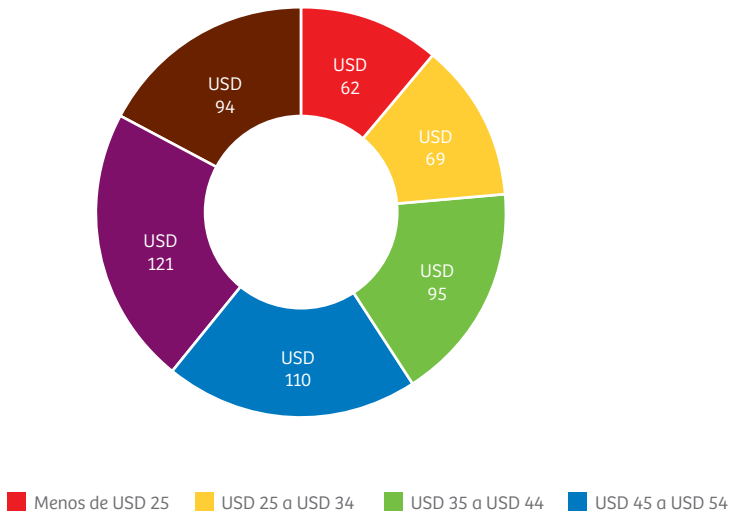
■ USD 70 000 a más

Fuente: Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Survey<sup>22</sup>



<sup>22</sup> [://www.bls.gov/cex/home.htm](http://www.bls.gov/cex/home.htm)

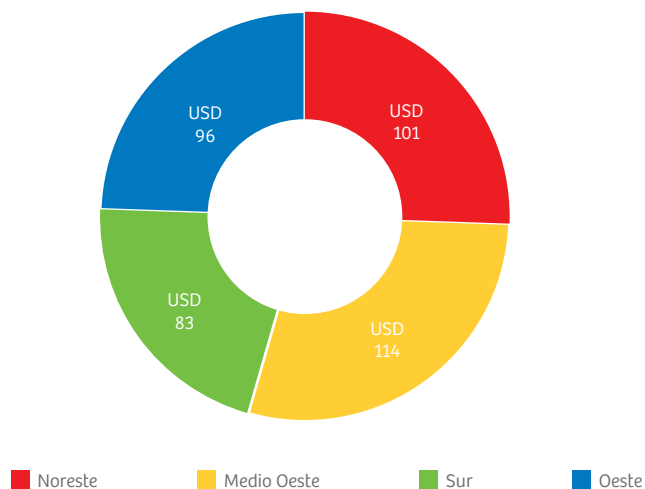
Gráfico N°4: Gasto promedio anual en textiles del hogar, por edades, en valor (USD)



Fuente: Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Survey



Gráfico N°5: Gasto promedio anual de textiles del hogar, por región, en valor (USD)



Fuente: Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Survey

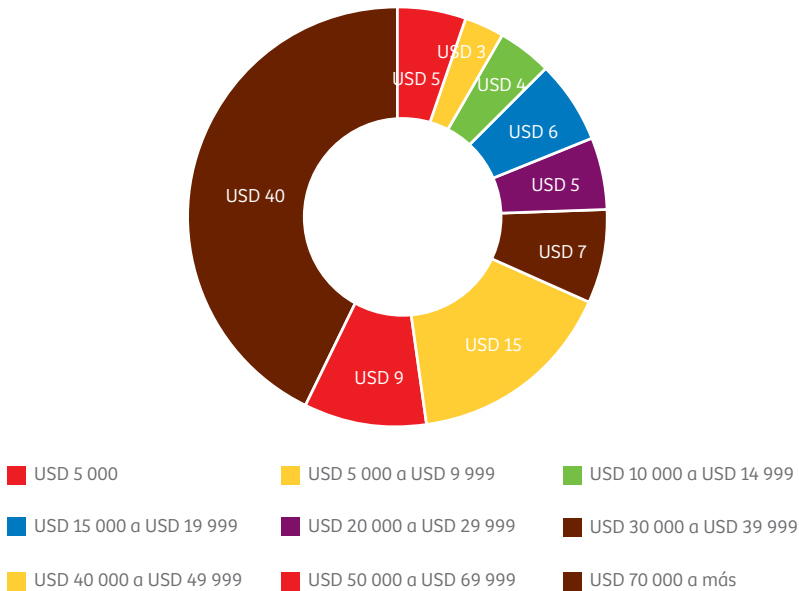


## Alfombras y tapetes

La demanda de alfombras y tapetes está principalmente influenciada por las tendencias en construcción, ya que esta representa más del 90% de la demanda total. La remodelación y reparación constituyen la mayor parte de la demanda del sector construcción. El segundo mercado más grande es el sector de transporte, en donde las alfombras y

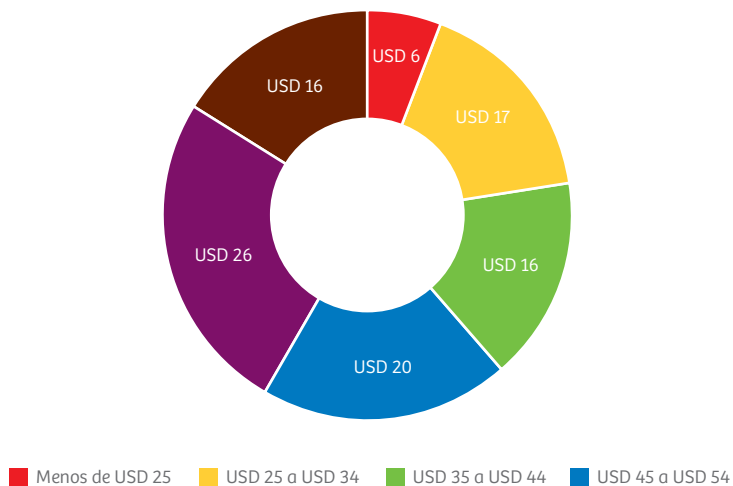
tapetes se utilizan para la fabricación y remodelación de vehículos motorizados, aviones, barcos y vehículos recreativos. Los siguientes gráficos muestran el gasto promedio anual por grupo demográfico en revestimientos de suelo. En la encuesta, revestimientos de suelo se definen como reemplazos o adquisiciones nuevas de alfombras de pared a pared, tapetes tamaños de la habitación y otros revestimientos no permanentes.

**Gráfico N°6: Gasto promedio anual en revestimientos de suelo, por nivel de ingreso antes de impuesto, en valor (USD)**



Fuente: Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Survey

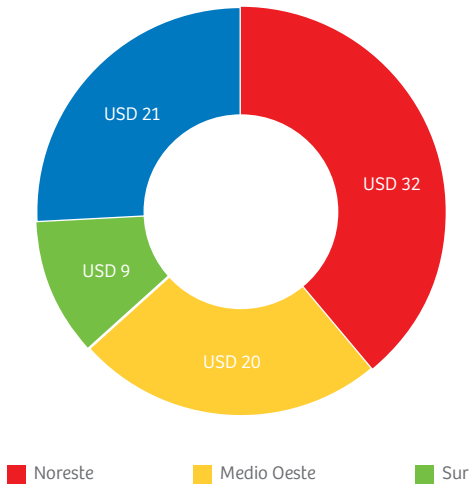
Gráfico N°7: Gasto promedio anual en revestimiento de suelo, por edades, en valor (USD)



Fuente: Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Survey



Gráfico N°8: Gasto promedio anual en revestimiento de suelo, por región, en valor (USD)



Fuente: Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Survey



## 2.4 Tendencias y oportunidades en el mercado

### Tendencias en los textiles para el hogar

La demanda de textiles para el hogar alcanzó en 2005 los USD 10,2 mil millones. El consumo fue impulsado por un crecimiento en el sector inmobiliario y el aumento del ingreso disponible. Este mercado se contrajo desde 2006 a 2009 y luego entró en recesión después de la crisis iniciada en 2007. La demanda disminuyó 11% en 2009 resultado de que las terminaciones de vivienda cayeran a su mínimo en 50 años. A pesar de la gran disminución del gasto inmobiliario no residencial durante el período 2009-2011, la demanda creció en 2010 debido a la liberación del gasto textil reprimido. Los precios del algodón también aumentaron en 2010 y 2011, como consecuencia del aumento en la demanda global de textiles. En 2012, la demanda cayó 2,3%, pero en 2013 y 2014 vio una recuperación debido a que las terminaciones de viviendas aumentaron y mejoró la confianza del consumidor. Se prevé un avance de 2,1% anual en la demanda hasta 2019, impulsado por una mejora del

sector inmobiliario y el incremento en la confianza del consumidor<sup>23</sup>.

### Tendencias en almohadas y cojines

Las ventas de almohadas y cojines han experimentado aumentos en valor y han permanecido relativamente aisladas contra la competencia de precios de productores extranjeros, debido a que es económicamente poco práctico y atractivo el envío de estos productos voluminosos a largas distancias; es decir prima la venta local sobre la exportación. Además, la creciente penetración del memory foam de mayor valor y otros tipos especiales de almohadas de cama han impulsado el crecimiento de la demanda. Los consumidores suelen reemplazar sus almohadas cada dos años, aunque no es raro que algunas personas mantengan una almohada por los 7-10 años de vida de su colchón, dependiendo de la calidad real y percibida del producto, siendo las almohadas de plumas consideradas como de alta calidad y larga duración<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Fuente: Freedonia Focus Report, Bed& Bath Furnishings

<sup>24</sup> Fuente: Freedonia Focus Report, Bed& Bath Furnishings

## Tendencias en toallas y trapos de baño

Las tendencias incluyen el desarrollo de productos hechos en micro-algodón (baja torsión), bambú y fibras “orgánicas”. Además, consumidores preocupados por conservar energía están buscando toallas de menor peso y secado más rápido. Innovaciones en materiales, como el uso de diferentes tipos de fibras y técnicas de tejido, y otros aspectos de la fabricación de las toallas, están permitiendo a reducir los tiempos de secado manteniendo la absorbencia y suavidad.

La demanda de estos productos se proyecta crecería debido a aumentos en los niveles de ingreso personal disponible en Estados Unidos. Esta tendencia podría impulsar las ventas de productos más costosos con suavidad superior y marcas prominentes. Además, las toallas hechas de materiales antimicrobianos, súper absorbentes, orgánicos y con otras mejoras podrían contribuir al crecimiento de las ventas<sup>25</sup>.

## Tendencias en ropas de cama y sábanas

Problemas con la durabilidad han

provocado descontento entre los consumidores de ropas de cama y sábanas. Este problema de calidad podría llevar a los consumidores a gastar en otros artículos sustitutos. Un reporte de Cotton Incorporated señala que los textiles para el hogar no son artículos prioritarios en el gasto personal, por lo que la calidad podría ser un obstáculo para las ventas. Por esa razón tanto los minoristas como las marcas deben asegurarse de que la calidad coincida con las expectativas del cliente y así evitar posibles pérdidas de ventas. La ropa de cama y sábanas es una de las categorías de textiles para el hogar más grande, y posee puntos de precio medio altos (ropa de cama USD 159 y sábanas USD 81), por lo que es importante cumplir con las expectativas de calidad. Según Colton Incorporated, la mayoría de los consumidores de Estados Unidos consideran que la durabilidad y longevidad son cualidades muy importantes al momento de realizar la compra, y esperan que estos productos duren de seis a ocho años para la ropa de cama y cuatro años para las sábanas. El estudio de Colton Incorporated concluye que algunas de estas expectativas no se estarían cumpliendo en la actualidad.

---

<sup>25</sup> Fuente: Freedonia Focus Report, Bed & Bath Furnishings



### Tendencias en las marcas blancas de los textiles para el hogar

Otro factor importante a tomar en cuenta en el mercado de textiles para el hogar es la competencia entre marcas blancas y los productos de marca. Luego de 2005, los fabricantes nacionales se centraron en las marcas; sin embargo, la recesión causó que los consumidores se tornaran hacia productos de marca blanca debido a los precios bajos. Ello condujo a que muchos fabricantes textiles se asociaran con distribuidores minoristas para producir marcas blancas y satisfacer esta demanda<sup>26</sup>.

### Tendencias en las alfombras y tapetes

La demanda de alfombras y tapetes en Estados Unidos se proyecta avanzaría

4,5% por año, llegando a los 14,6 mil millones de pies cuadrados (1,3 mil millones de metros cuadrados) en 2019, valorizados en USD 16,2 mil millones. Estas ganancias serían estimuladas por el rebote en los gastos de construcción de edificios y el continuo interés del consumidor en realizar proyectos de reemplazo y remodelación de alfombras y tapetes viejos. Sin embargo, un crecimiento más acelerado sería frenado por la competencia de revestimiento de suelo duro, segmento que le ha ganado participación en el mercado a las alfombras y tapetes en la última década<sup>27</sup>.

Los tapetes y alfombras residenciales han enfrentado una fuerte competencia por parte de los suelos duros durante la última década, ya que estos poseen una vida

---

<sup>26</sup> Fuente: Freedonia Focus Reports, Bed & Bath Furnishings

<sup>27</sup> Fuente: Freedonia Industry Study, Carpets&Rugs

<sup>28</sup> Fuente: Freedonia Industry, Study Carpets and Rugs

útil más larga y así que tienden que ser reemplazado con menos frecuencia. Los pisos de superficies duras han superado a las alfombras y tapetes como el principal revestimiento de suelo no residencial debido a sus propiedades estéticas y rendimiento. Si bien las alfombras y tapetes son menos costosos inicialmente, los pisos de superficie dura ofrecen vidas más largas, mayor durabilidad y requisitos de mantenimiento mínimos<sup>28</sup>.

### Oportunidades para la oferta peruana

Según la página Flooring Lady, las alfombras de alpaca son cada vez más comunes en Estados Unidos, aunque, por lo general, aún son consideradas artículos de lujo. Estos productos tienden a comandar precios más altos que los fabricados en materiales más comunes

como la lana. Las alfombras de alpaca son consideradas sostenibles, lo que podría ser utilizado como una ventaja de mercadeo para las empresas peruanas. Asimismo, las fibras de alpaca tienden a ser hipoalergénicas, resistente al agua y las manchas, calientes y más fuertes que la lana. Las desventajas de las alfombras de fibra de alpaca son su rareza y el costo inicial<sup>29</sup>. Tomando en cuenta la subida en la popularidad de las alfombras de alpaca en Estados Unidos, los fabricantes peruanos tendrían la oportunidad de capitalizar esta tendencia y posicionar al Perú como un líder en la producción de estos artículos. El incremento en el uso de revestimientos duros podría incrementar la demanda de alfombras no permanentes, lo que también beneficiaría a exportadores peruanos de alfombras de alpaca.

---

<sup>28</sup> Fuente: Freedonia Industry, Study Carpets and Rugs

<sup>29</sup> Fuente: The Flooring Lady ://[www.theflooringlady.com/alpaca\\_rugs\\_000735.html](http://www.theflooringlady.com/alpaca_rugs_000735.html)



# 03

## Condiciones de Acceso al Mercado

El comercio de textiles y alfombras entre Estados Unidos y Perú está regulado por el Acuerdo de Promoción Comercial APC Perú-Estados Unidos o APC (en inglés: US-Peru Trade Promotion Agreement). Este acuerdo puesto en vigor desde principios de 2009 elimina los aranceles de textiles y alfombras para las exportaciones peruanas a Estados Unidos<sup>30</sup>. Para calificar al estatus de cero aranceles, todos los productos textiles deben cumplir las normas y estándares de origen (con algunas excepciones)<sup>31</sup>. Estas normas indican que la producción del hilo y todas las demás operaciones posteriores de fabricación se deben “producir en Estados Unidos o Perú”<sup>32</sup>.

Como señala la Administración de Comercio Exterior de Estados Unidos (ITA, por sus siglas en inglés), los siguientes insumos también deben cumplir la norma de origen:

- Los tejidos elásticos de la subpartida HTS 5806.20 y partida HTS 6002 deben ser fabricados en el Perú o Estados Unidos y cumplir con la regla “fabric-forward” o “tela en adelante” (los hilos pueden provenir de cualquier país).
- Las telas de revestimientos visibles deben ser fabricados en la región y cumplir con la regla “fabric-forward” o “tela en adelante” (los hilos pueden provenir de cualquier país).

<sup>30</sup> Fuente: ITA [://web.ita.doc.gov/tacgi/overseasnew.nsf/country/Peru#Tariffs](http://web.ita.doc.gov/tacgi/overseasnew.nsf/country/Peru#Tariffs)

<sup>31</sup> Fuente: ITA [://web.ita.doc.gov/tacgi/fta.nsf/FTA/Peru?opendocument&countryePeru](http://web.ita.doc.gov/tacgi/fta.nsf/FTA/Peru?opendocument&countryePeru)

<sup>32</sup> Fuente: USTR.gov [s://ustr.gov/sites/default/files/uploads/agreements/fta/peru/asset\\_upload\\_file827\\_9516.pdf](http://ustr.gov/sites/default/files/uploads/agreements/fta/peru/asset_upload_file827_9516.pdf)

- El algodón o hilos sintéticos empleados para las partidas HTS 5204 y HS 5401 deben ser locales.
- Las telas para bolsillos deben ser fabricadas en Estados Unidos o Perú, usando hilos de estos países.
- Adicionalmente, la ropa usada procedente de Perú no califica en el acuerdo para su entrada libre de arancel.

En casos donde no haya materiales disponibles comercialmente en el Perú o Estados Unidos necesarios para la producción, la norma de origen podrá ser ignorada en algunas ocasiones. En estas situaciones se da una disposición de “escasez” haciendo que los productos

califiquen para el acceso libre de arancel .

La siguiente es una lista de excepciones a la norma de origen (incluyendo excepciones por escasez):

- El tejido de punto (capítulo HTS 60) sigue la regla fibra en adelante o “fiber-forward” (la fabricación de la fibra y todas las operaciones posteriores deben ocurrir en Estados Unidos o Perú).
- Los brassieres o sostenes (subpartidas HTS 6212.10) siguen la regla de origen de corte y ensamble “cut-and-assemble” -hilados y tejidos pueden ser originarios de cualquier parte, pero la tela debe cortarse y el brassiere debe ser montado en Estados Unidos o Perú.

---

<sup>33</sup> Fuente: ITA short supply list: [://otexa.trade.gov/PDFs/Annex3-B\\_2.pdf](://otexa.trade.gov/PDFs/Annex3-B_2.pdf)



- Equipaje (subpartidas HTS 4202.12, 4202.22 4202.32, 4202.92) sigue la regla de origen “fabric-forward” o “tela en adelante” (los hilos pueden ser procedentes desde cualquier lugar).
- Requisito de elastómeros regionales - los hilos de elastómeros deben ser originarios de la región.
- Hilado de nylon - fabricantes de telas de nylon de Estados Unidos y Perú pueden abastecerse de los hilos provenientes de México, Canadá e Israel, excepto hilos de nylon elastomérico.
- Filamentos de rayón viscoso pueden ser procedentes de cualquier lugar.
- Hasta 10% (en peso) de las fibras o hilados pueden ser procedentes de fuera de la región, con la excepción de los elastómeros (spandex), estos deben ser originarios de la región completamente.
- Escasez de la oferta - fibras, hilados y tejidos en la lista de productos escasos

(Anexo 3-B del APC Perú-Estados Unidos) se han determinado como no disponibles en la actualidad en Estados Unidos o Perú, por lo que estos pueden proceder de otros países y aun calificar como productos libres de arancel. Por ejemplo, una tela de materiales en dicha lista puede provenir de cualquier país, para luego ser cortada y montada en una prenda de vestir en el Perú e importada a Estados Unidos libres de aranceles. Distintos productos pueden ser agregados o quitados de la lista de escasez según sea necesario<sup>34</sup>.

Nota: otros accesorios “como collares, puños, cortes, bordados, lazos de la correa, cremalleras, y similares no están considerados dentro de las normas de origen del producto”<sup>35</sup>.

El acuerdo entre Perú y Estados Unidos también incluye disposiciones de protección contra la coproducción de textiles entre Perú y los otros países que formaban parte de la ATPDEA

<sup>34</sup> Fuente: ITA [://web.ita.doc.gov/tacgi/fta.nsf/FTA/Peru?opendocument&country=Peru](http://web.ita.doc.gov/tacgi/fta.nsf/FTA/Peru?opendocument&country=Peru)

<sup>35</sup> Fuente: ITA [://web.ita.doc.gov/tacgi/fta.nsf/FTA/Peru?opendocument&country=Peru](http://web.ita.doc.gov/tacgi/fta.nsf/FTA/Peru?opendocument&country=Peru)

(Bolivia, Colombia y Ecuador). Textiles coproducidas por Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador “no pueden acogerse al trato preferencial bajo el APC Estados Unidos-Perú”. Asimismo, el acuerdo incluye una disposición para evitar daños graves

a la industria de Estados Unidos como el “mecanismo de salvaguardia textil”. Finalmente, el acuerdo aborda derechos de propiedad intelectual e impone “sanciones disuasorias contra la piratería y la falsificación”<sup>36</sup>.

### 3.1 Impuestos y aranceles

El APC Perú-Estados Unidos, elimina los impuestos y tarifas al comercio entre

ambos países de textiles para el hogar, alfombras y tapetes.<sup>37</sup>



<sup>36</sup> Fuente: ITA ://web.ita.doc.gov/tacgi/fta.nsf/FTA/Peru?opendocument&country=Peru

<sup>37</sup> Fuente: ITA ://web.ita.doc.gov/tacgi/OverSeasNew.nsf/alldata/China

Tabla N°12: Tarifas de importación

HTS o NAICS	Descripción	Impuesto General	Impuesto Perú
57	Alfombras y otros revestimientos del suelo <sup>38</sup>	Liberado - 8% (países con tarifa especial: AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, KR, MA, MX, OM, PA, PE, SG)	Liberado
6301	Mantas y tapetes de hogar y de viaje <sup>39</sup>	Liberado - 8,50% (países con tarifa especial: AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, KR, MA, MX, OM, PA, PE, SG)	Liberado
6302	Ropa de cama, textiles para cocina, baños y mesas <sup>40</sup>	Liberado - 20,90% (países con tarifa especial: AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, KR, MA, MX, OM, PA, PE, SG)	Liberado
6303	Cortinas y persianas interiores; cortinas o cenefas de cama <sup>41</sup>	6,40% - 11,30% (países con tarifa especial: AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	Liberado
6304	Artículos textiles y revestimientos para el hogar, neso <sup>42</sup>	3,2% - 14,9% (países con tarifa especial: AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	Liberado
9404.90	Artículos textiles para la cama y muebles similares (excepto colchones y bolsas de dormir), con o sin relleno, incluye edredones, almohadas y cojines <sup>43</sup>	4,4% - 12,8% (países con tarifa especial: AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, KR, MA, MX, OM, PA, PE, SG)	Liberado

### Códigos de País

AU = Australia	CL = Chile	JO = Jordania	MX = México	PE = Perú
BH = Bahrein	CO = Colombia	KR = Corea del Sur	OM = Omán	SG = Singapur
CA = Canadá	IL = Israel	MA = Marruecos	PA - Panamá	

<sup>38</sup> Fuente: USITC [s://hts.usitc.gov/current](https://hts.usitc.gov/current) - <sup>39</sup> Fuente: USITC [s://hts.usitc.gov/current](https://hts.usitc.gov/current)

<sup>40</sup> Fuente: USITC [s://hts.usitc.gov/current](https://hts.usitc.gov/current) - <sup>41</sup> Fuente: USITC [s://hts.usitc.gov/current](https://hts.usitc.gov/current)

<sup>42</sup> Fuente: USITC [s://hts.usitc.gov/current](https://hts.usitc.gov/current) - <sup>43</sup> Fuente: USITC [s://hts.usitc.gov/current](https://hts.usitc.gov/current)

## 3.2 Barreras de ingreso al mercado

El APC entre Estados Unidos y Perú otorga acceso libre de aranceles a los textiles para el hogar, alfombras y tapetes del Perú. Sin embargo, hay un fuerte nivel de competencia en el mercado, debido a la presencia de fabricantes internacionales de precios bajos. Antes de que se abolieran las cuotas textiles en 2005, existían contingencias de importación y comercio establecidas durante 40 años. Después de que los textiles se adhirieron a las reglas generales de la OMC en enero de 2005, las importaciones procedentes de China se dispararon. Además de la competencia China, el NAFTA dio mejor acceso a competidores mexicanos y canadienses al mercado estadounidense. Mayor competencia proviene de países que están incluidos en los acuerdos de libre comercio entre Estados Unidos y Centroamérica y República Dominicana (CAFTA-DR), la Iniciativa Cuenca del Caribe (ICC) y el Tratado de Libre Comercio Estados Unidos

-Corea del sur. Estos acuerdos permiten que ciertas exportaciones de los países miembros puedan entrar al mercado estadounidense libres de impuestos sólo si se fabrican con tejidos producidos en la región. El escenario competitivo podría ser realzado con futuros acuerdos comerciales.<sup>44</sup>

### Barreras no arancelarias

#### Requisitos de pruebas de inflamabilidad:

Los requisitos de la Comisión de Seguridad del Producto (CPSC, por sus siglas en inglés) sobre inflamabilidad caen bajo el título 16 subcapítulo D del Acta Regulatoria de Telas Inflamables (Flammable Fabric Act Regulations). Estos reglamentos afectan a la ropa, textiles para el hogar, incluidas las alfombras y tapetes, así como el papel, plástico, espuma y otros materiales de uso en interiores<sup>45</sup>.

<sup>44</sup> Fuente: Export Gov [://www.export.gov/PERU/build/groups/public/@eg\\_pe/documents/webcontent/eg\\_pe\\_092393.pdf](http://www.export.gov/PERU/build/groups/public/@eg_pe/documents/webcontent/eg_pe_092393.pdf)

<sup>45</sup> Fuente: Consumer Product Safety Commission [://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CFR-2012-title16-vol2/xml/CFR-2012-title16-vol2-chap11-subchapD.xml](http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CFR-2012-title16-vol2/xml/CFR-2012-title16-vol2-chap11-subchapD.xml)

Por ejemplo, el requerimiento 16 del Código Federal de Regulaciones (CFR) 1630/1631 sobre alfombras y tapetes, indica que cada uno de estos productos debe ser sometido a prueba de inflamabilidad utilizando ocho muestras de tamaño 22,86 x 22,86 cm. Para pasar la prueba, las muestras se someten a una llama estándar y estas deben evitar que los restos carbonizados se extiendan más allá de 2,54 cm del punto de incineración original. Siete de las ocho muestras deben cumplir este criterio para que el producto pase el examen<sup>46</sup>.

### Requisitos de etiquetado:

Requisitos de etiquetado bajo el CFR 16 partes 303, 300 y 301, indican que todos los textiles (incluidos los textiles utilitarios)

y productos de lana y piel tengan una etiqueta que revele el contenido de fibra o piel, el nombre u otra identificación emitida y registrada por la Comisión del fabricante, importador, distribuidor o vendedor y el país de origen<sup>47</sup>. Según el CFR 16 1630, si una alfombra o manta ha añadido un tratamiento ignífugo este debe etiquetarse como tal con la letra "T".

La siguiente información fue conseguida directamente de la página de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission) con respecto a la información de etiquetado<sup>48</sup>:

Las tres características que deben ser reveladas pueden estar impresas en una o varias etiquetas independientes. Éstas podrían aparecer junto con otro tipo

---

<sup>46</sup> Source: US Government Publishing Office [://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=39ead98fbb401708d7d-15da5d52c2c5d&mc=true&node=se16.2.1630\\_11&rgn=div8](http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=39ead98fbb401708d7d-15da5d52c2c5d&mc=true&node=se16.2.1630_11&rgn=div8)

<sup>47</sup> Source: US Customs and Border Protection [://help.cbp.gov/app/answers/detail/a\\_id/22/related/1/session/L2F2LzEudGltZS8xNDU2NgUSNTU3L3NpZC81OWoyQWllbQ%3D%3D/~regulations-for-importing-textiles](http://help.cbp.gov/app/answers/detail/a_id/22/related/1/session/L2F2LzEudGltZS8xNDU2NgUSNTU3L3NpZC81OWoyQWllbQ%3D%3D/~regulations-for-importing-textiles)

<sup>48</sup> Source: Federal Trade Commission [://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/three-ding-your-way-through-labeling-requirements-under-textile#intro](http://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/three-ding-your-way-through-labeling-requirements-under-textile#intro)

de información, como, por ejemplo, las instrucciones de cuidado. De hecho, a los consumidores y empresas de lavado profesionales les resulta útil ver el contenido de fibra en la misma etiqueta que las instrucciones de cuidado.

Toda la información requerida debe ser

80% polyester  
20% SEDA

Asimismo, toda la información del contenido de fibra debe aparecer en proximidad inmediata entre sí.

100% crosslinked rayon

o

100% Egyptian Cotton

claramente legible, visible y fácilmente accesible para el consumidor.

Toda información sobre el contenido de fibra debe estar impresa en el mismo tipo de letra y caracteres de igual tamaño y prominencia. Por ejemplo, la siguiente etiqueta no es correcta:

Es posible utilizar otros términos que no sean engañosos y que describan la fibra con precisión. Por ejemplo:



Otra información no necesaria puede aparecer en la misma etiqueta con los elementos requeridos. Cabe resaltar que cualquier información adicional no debe ser engañosa y no debe minimizar, restar atención o entrar en conflicto con las indicaciones requeridas.

El país de origen debe estar en la parte frontal de la etiqueta, mientras que el contenido de la fibra y la identidad del fabricante o distribuidor pueden aparecer en el reverso de la misma. En este caso, la etiqueta debe fijarse al producto en uno de sus bordes para que el reverso sea visible.

#### Nota:

La frase "Fiber Content on Reverse Side" (Contenido de Fibra en el Reverso) no es necesaria.

Toda la información debe estar impresa en inglés. Otros idiomas pueden ser incluidos, siempre que la versión en inglés esté presente.

#### Excepción:

El requerimiento del idioma inglés no se aplica a divulgaciones en anuncios de promoción en publicaciones o periódicos en idiomas extranjeros. La información requerida no debe aparecer de forma abreviada, señalada con signos de ídem o en notas al pie de página.

Algunas abreviaciones de nombres de países que sí son permitidas se presentan a continuación:

### Tabla N°13: Ejemplos de etiquetas correctas

100% Lyocell Made in México Rn 00003	55% Polyester 45% Cotton Size 10 Made in Usa Rn 00001	100% Cotton Exclusive of Decoration Machine wash warm Tumble dry medium Warm iron -12- Made in New Zealand Kangaroo Imports, inc.
---	---	--

Fuente: [www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/threading-your-way-through-labeling-requirements-under-textile#country](http://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/threading-your-way-through-labeling-requirements-under-textile#country)<sup>49</sup>

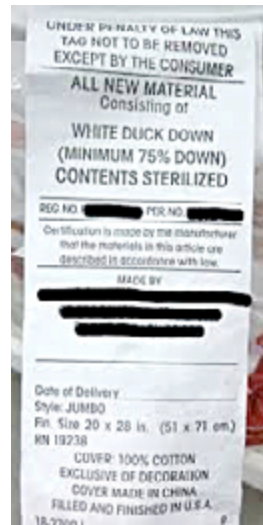
<sup>49</sup> Fuente: Office of Textiles and Apparel (OTEXA)

## Tabla N°14: Ejemplos de etiquetas correctas

Frente	Reverso
<p>Elegant Lines™ Size 10 Made in USA of imported fabric</p>	<p>100% silk dryclean only RN00001</p>

Fuente: [www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/threading-your-way-through-labeling-requirements-under-textile#country](http://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/threading-your-way-through-labeling-requirements-under-textile#country)<sup>49</sup>

## Gráfico N°9: Ejemplos de etiquetas reales



50

Fuente: [www.thepillowbar.com](http://www.thepillowbar.com)

<sup>49</sup> Fuente: Office of Textiles and Apparel (OTEXA)

<sup>50</sup> [www.thepillowbar.com](http://www.thepillowbar.com)

### Propiedad Intelectual:

Las violaciones de los derechos de autor y de marcas registradas es un problema potencial para la entrada de productos en el mercado Estados Unidos. Los fabricantes no están permitidos de copiar intencionalmente diseños o falsificar productos y tratar de venderlos en Estados Unidos. Una marca o "trademark" se considera a una palabra, nombre, símbolo, dispositivo o una combinación de estos, utilizado por los fabricantes y comerciantes para identificar las mercancías y distinguirlas de los productos de sus competidores. Los nombres de marcas de indumentaria,

nombres de empresas textiles y logos engloban esta categoría, por lo que no pueden ser copiados. Para protegerse, las empresas pueden solicitar la inscripción de sus marcas en la Agencia de Protección de Aduanas (US Custom and Border Protection) para evitar que productos que infringen los derechos de autor puedan ser importados a Estados Unidos. Sin embargo, si la mercancía ingresa a Estados Unidos, las empresas pueden tomar acción contra los infractores poniéndose en contacto con el Centro Nacional de Coordinación de los Derechos de Propiedad Intelectual (National Intellectual Property Rights Coordination Center) y el Departamento de justicia<sup>51</sup>.



<sup>51</sup> Fuente: Office of Textiles and Apparel (OTEXA) : [://web.ita.doc.gov/tacgi/eamain.nsf/b6575252c552e8e28525645000577bdd/17ea7d90cff6969385256f0300500689?OpenDocument](http://web.ita.doc.gov/tacgi/eamain.nsf/b6575252c552e8e28525645000577bdd/17ea7d90cff6969385256f0300500689?OpenDocument)

# 04

## Comercialización y Distribución

La ruta de acceso al mercado de textiles para el hogar provenientes del Perú incluye a fabricantes, exportadores, importadores, distribuidores y puntos de venta minoristas. La primera etapa en la ruta de acceso al mercado comienza con los fabricantes, los cuales producen artículos, como mantas, ropa de cama, cortinas, y otros textiles para el hogar. El siguiente paso en la ruta de acceso al mercado involucra al exportador, el cual puede en algunos casos ser el fabricante, y es responsable de transportar las mercancías del Perú a Estados Unidos. Seguidamente, un importador toma

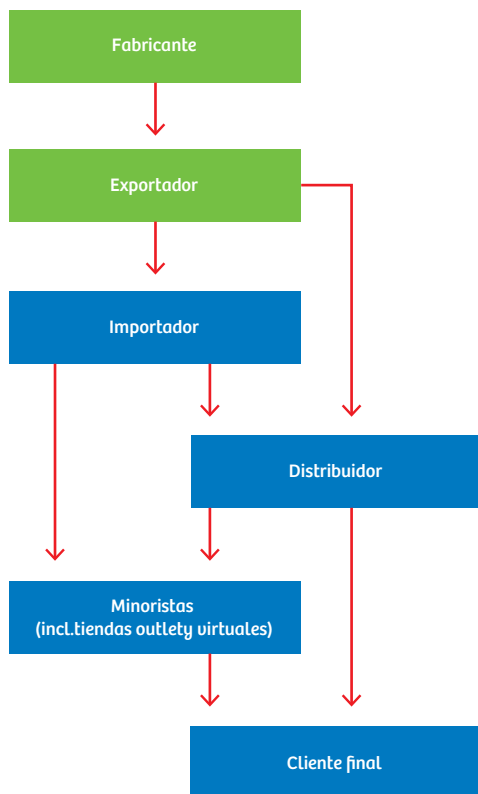
posesión de las mercancías una vez que lleguen a los puertos de Estados Unidos. Estos trabajan con distribuidores para el transporte de la mercancía dentro de Estados Unidos. El distribuidor mueve los bienes hacia los puntos de venta minoristas o en algunos casos distribuye directamente a los usuarios finales. Los puntos de venta minoristas involucran a tiendas outlets, tiendas de autoservicios, tiendas por departamento, boutiques especializadas y tiendas de comercio electrónico. Los minoristas comercializan los productos a los usuarios finales<sup>52</sup>.

---

<sup>52</sup> Fuente: [Zepol.com](http://Zepol.com) ([www.zepol.com](http://www.zepol.com))



## Gráfico N°10: Ruta de los textiles para el hogar



---

Fuente: Freedonia Custom Research, Inc.

La ruta de acceso al mercado de alfombras y tapetes comienza en la etapa de fabricación. El siguiente paso en la ruta de acceso al mercado, al igual que en el caso anterior, involucra a un exportador que en algunos casos es el mismo fabricante. Los exportadores transportan las mercancías a Estados Unidos para que luego un importador tome posesión de los bienes en el puerto.

El importador será el encargado de transportar las mercancías hacia los puntos de venta o almacenes de distribuidores. Los distribuidores luego tendrán el rol de mover las alfombras y tapetes a los puntos de venta minoristas o a los usuarios finales no residenciales. Los puntos de venta minoristas se encargarán de comercializar los productos al consumidor final.

Los minoristas de revestimientos para el suelo incluyen desde empresas de un solo local hasta grandes cadenas propietarias de cientos de puntos de venta a nivel nacional. Dos de los minoristas más grandes de alfombras y tapetes en Estados Unidos son Abbey Carpet Company y CCA Global<sup>53</sup>.

Los productos con fines residenciales generalmente se venden a través

de puntos de venta minoristas, aunque en algunos casos también son comercializados directamente a grandes consumidores, como empresas constructoras e inmobiliarias. En el caso de las empresas constructoras, comúnmente estas buscan contratos con los fabricantes directamente con el objetivo de obtener precios favorables. Los minoristas especializados y grandes minoristas, como Home Depot, Lowe y Menards compiten por clientes en el sector residencial.

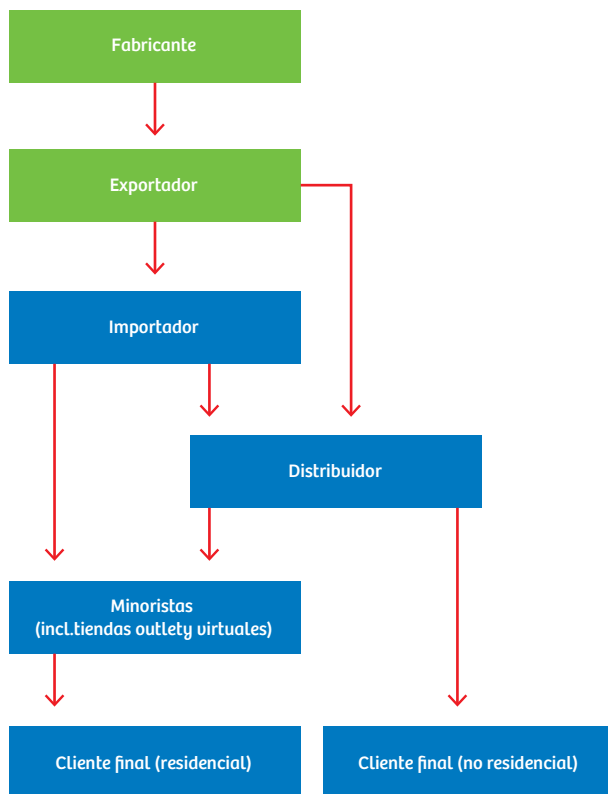
Por otro lado, los productos destinados a fines no residenciales a menudo se venden a través de fuerzas de ventas directas o distribuidores afiliados. Las alfombras y tapetes vendidos al mercado no residencial por lo general se distribuyen a través de la fuerza de ventas interna de un fabricante o de terceros (ventas directas). En algunos casos, los administradores o propietarios de edificios ofrecen contratos al por mayor para la sustitución de revestimientos de pisos. Un distribuidor líder de tapetes y alfombras para el mercado no residencial es Starnet World wide. Starnet tiene alianzas con grandes fabricantes, como Atlas Carpet Mills, Bentley Mills, J&J Flooring, Mannington, y Tarkett<sup>54</sup>.

<sup>53</sup> Source: Freedonia Study Carpets & Rugs

<sup>54</sup> Source: Freedonia Study Carpets & Rugs



Gráfico N°11: Ruta de las alfombras y tapetes



---

Fuente: Freedonia Custom Research, Inc.

## Acceso al mercado y oportunidad para la oferta peruana

En general, los exportadores de textiles para el hogar peruanos podrían asociarse con grupos de compra, tiendas especializadas y establecimientos de venta por menor de productos de alta gama, los cuales tienden a adquirir bienes más caros y de mayor calidad. Pequeños fabricantes peruanos podrían aprovechar mejor la oportunidad de venta a través de grupos de compra, ya que estos grupos tienden a asociarse con tiendas minoristas y comprar productos de muchos fabricantes individuales.

Actualmente, solo una pequeña cantidad de la demanda es hecha en Estados Unidos, siendo la mayor parte fabricada en el extranjero y luego importada a Estados Unidos. Los minoristas o retailers establecen negocios a través de empresas de compras que trabajan en Sudamérica o a través de un bróker de Estados Unidos que se encuentra conectado con brókeres de la región. La venta de estos productos es principalmente indirecta entre el fabricante en Sudamérica y la tienda en Estados Unidos. Sería difícil para pequeños fabricantes peruanos penetrar en el mercado de grandes fabricantes (como grandes minoristas y brókeres),



debido a los volúmenes de compra requeridos. Países con una producción grande, como Brasil, podrían apuntar a trabajar con estos corredores (brókeres) o grandes minoristas<sup>55</sup>. Sin embargo, los exportadores peruanos podrían beneficiarse de las compras de grupos de pequeños minoristas y revendedores para ofrecer productos de especialidad.

Según la Organización Mundial de Comercio, la mayoría proveedores de regiones en desarrollo buscan insertarse en la cadena de valor a través de funciones de mano de obra intensiva,

tales como corte, costura y confección. Sin embargo, es posible mejorar el posicionamiento en la cadena de valor aportando más valor agregado y actualizando continuamente los sistemas de producción. Un cambio hacia tecnologías de avanzada que permitan integrar los sistemas de producción y distribución parece ser altamente valorado, según dos estudios empíricos realizados en 2000 y 2011. En términos generales, la capacidad para producir productos de mayor valor agregado está estrechamente relacionada con la capacidad de actualizar los sistemas de



---

<sup>55</sup> Fuente: [s://www.westpointhome.com/](http://www.westpointhome.com/)

Fuente adicional: [//www.springs.com/springsglobal2013/web/default\\_en.asp?idioma=1&conta=44#ad-image-Q](http://www.springs.com/springsglobal2013/web/default_en.asp?idioma=1&conta=44#ad-image-Q) WorldTradeOrganization [s://www.wto.org/english/tratop\\_e/devel\\_e/a4t\\_e/globalreview13prog\\_e/textiles\\_and\\_apparel\\_28june.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/globalreview13prog_e/textiles_and_apparel_28june.pdf)

producción<sup>56</sup>. A pesar de que el Perú ha avanzado más allá de los trabajos de mano de obra intensiva, el continuar invirtiendo en capacidades y tecnología de producción contribuiría a que ganen nuevos negocios, entre segmentos y nichos de mercado.

Por lo antes expuesto, empresas, como Pier1 Imports y Crate & Barrel ofrecen productos de alta gama y mayor calidad, cuando se trata de textiles utilitarios (por ejemplo, alfombras, cortinas, almohadas y otros textiles para el hogar), los cuales incluyen productos fabricados en el

Perú. En las tiendas de alta gama como estas, los consumidores buscan diseños innovadores y alta calidad que puede ser encontrada en la oferta peruana.

Cabe destacar que existen también empresas más pequeñas, como Latin Collection y Threads of Peru, las cuales ofrecen diferentes productos de alpaca, incluyendo alfombras y mantas. Empresas de este perfil trabajan directamente con los proveedores peruanos por lo que podrían ser aliados importantes para las ventas de productos peruanos en Estados Unidos<sup>57</sup>.

<sup>56</sup> WorldTradeOrganization [s://www.wto.org/english/tratop\\_e/devel\\_e/a4t\\_e/global\\_review13prog\\_e/textiles\\_and\\_apparel\\_28june.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/global_review13prog_e/textiles_and_apparel_28june.pdf)

<sup>57</sup> The Latin Connection: [://www.latincollection.com/about-us-made-in-peru-accessories-home-decor-toys-dolls-accessories-for-purses-sale](https://www.latincollection.com/about-us-made-in-peru-accessories-home-decor-toys-dolls-accessories-for-purses-sale)

Threads of Peru [://threadsofperu.com/collections/textiles-for-home](https://threadsofperu.com/collections/textiles-for-home)

# 05

---

## Fuentes de Información

- Asociaciones o Grupos de Comercio
  - » North American Home Furnishings Association [www.nahfa.org](http://www.nahfa.org)
  - » National Textile Center [www.ntcresearch.org](http://www.ntcresearch.org)
  - » Sleep Products Safety Council [www.safesleep.org](http://www.safesleep.org)
  - » United States Census Bureau [www.census.gov](http://www.census.gov)
  - » United States Department of Commerce [www.commerce.gov](http://www.commerce.gov)
  - » Office of Textiles and Apparel [://otexa.ita.doc.gov](http://otexa.ita.doc.gov)
  - » United States Federal Trade Commission [www.ftc.gov](http://www.ftc.gov)
  - » United States International Trade Commission [www.usitc.gov](http://www.usitc.gov)
- Ferias Comerciales y Eventos de la Industria
  - » Tex world Ene 24- 26, 2016 NY, NY [://texworldusa.us.messefrankfurt.com/newyork/en/for-attendees/welcome.html](http://texworldusa.us.messefrankfurt.com/newyork/en/for-attendees/welcome.html)
  - » Premiere Vision Ene 19-20, 2016 NY, NY [://www.premierevision-newyork.com](http://www.premierevision-newyork.com)



- » Kingpins Show May 11-12, 2016 NY, NY ://[kingpinsshow.com/Main/Default/cities.aspx](http://kingpinsshow.com/Main/Default/cities.aspx)
- Publicaciones de Comercio
- » Bedroom ://[bedroomretailers.com](http://bedroomretailers.com)
- » Bed Times ://[bedtimesmagazine.com](http://bedtimesmagazine.com)
- » Casual Living [www.casualliving.com](http://www.casualliving.com)
- » Furniture Today [www.furnituretoday.com](http://www.furnituretoday.com)
- » Furniture World [www.furninfo.com](http://www.furninfo.com)
- » Home & Textiles Today [www.hometextilestoday.com](http://www.hometextilestoday.com)
- » Home Furnishings News [www.hfnmag.com](http://www.hfnmag.com)
- » Textile World [www.textileworld.com](http://www.textileworld.com)
- » The Carpet and Rug Institute (CRI) [www.carpet-rug.org](http://www.carpet-rug.org)



Perú



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

