

# TEXTILES PARA EL HOGAR

Calidad y diseño del Perú al mundo

## Datos generales 2015



Perú ocupa la posición Nro. 69 como proveedor mundial de textiles para el hogar, con **0,04% de participación**.



Los textiles para el hogar peruanos más demandados fueron:

- ✓ Mantas de lana o pelo fino (US\$ 6 millones)
- ✓ Mantas de algodón (US\$ 1,5 millones)
- ✓ Mantas de fibras sintéticas (US\$ 1,4 millones)



En 2015, se realizaron envíos a 41 mercados, por montos superiores a US\$ 2 mil.



Suecia (\$ 268), Estados Unidos (\$ 180) y Canadá (\$ 172) lideran el gasto por familia en textiles para el hogar en 2015.



En 2015, las exportaciones de textiles para el hogar peruanos bordearon los **US\$ 11 millones**.

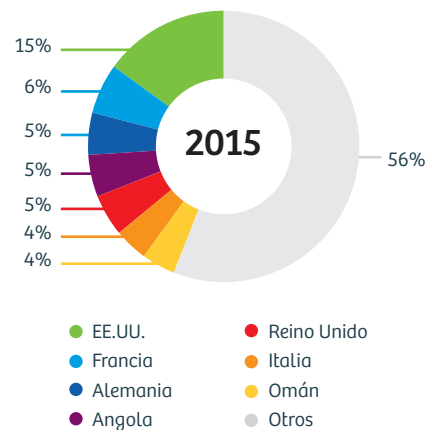


**93 fueron las empresas** que exportaron por encima de US\$ 10 mil.

Fuente: SUNAT y Euromonitor

## Sobre mantas de lana o pelo fino

### Principales mercados importadores mundiales



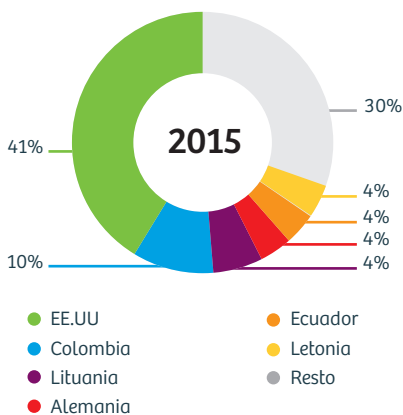
### Importaciones mundiales 2015

Totalizaron US\$ 182 millones, evidenciando un crecimiento medio anual de -0,8% en los últimos cinco años.



Fuente: Trademap

## Principales mercados para las exportaciones peruanas (2015)



Fuente: SUNAT

## Mercados dinámicos\* (2015)



\*Mayor crecimiento en valor FOB, respecto al año previo.  
Fuente: SUNAT

## Principales productos demandados a nivel mundial (2015)

- ✓ Ropa de tocador o de cocina, de algodón (US\$ 5 648 millones)
- ✓ Las demás ropas de cama, de algodón (US\$ 3 828 millones)
- ✓ Mantas de fibras sintéticas (US\$ 3 105 millones)
- ✓ Las demás ropas de cama, estampadas, de algodón (US\$ 2 512 millones)
- ✓ Las demás ropas de cama, de fibras sintéticas (US\$ 1 345 millones)
- ✓ Ropas de cama, de punto (US\$ 1 113 millones)
- ✓ Los demás bordados de fibras sintéticas (US\$ 1 084 millones)

Fuente: Trademap

## ¿Sabías que?...

- Cadenas especializadas en decoración de relevancia global como Zara Home y Crate & Barrel han comenzado a incluir dentro de sus colecciones mantas elaboradas en base de alpaca.
- El concepto de sostenibilidad, el cual incluye la producción responsable y el comercio justo, es cada vez más importante en el mercado europeo de artículos de decoración. Los consumidores buscan productos más auténticos por lo cual tienen preferencias por la fabricación artesanal "hecha a mano" que transmita la historia detrás del producto. Esto brinda oportunidades a las MYPES de países emergentes como el Perú que por su naturaleza tienen la capacidad de brindar una propuesta de valor única.