

# ANÁLISIS SOBRE EL SECTOR INDUMENTARIA DE BAHÍA BLANCA

A nivel nacional el índice de precios de abril 2023 indica que la división de mayor aumento en el mes fue “Prendas de vestir y calzado” con una variación del 10,8%, explicado, según el INDEC, por los cambios de temporada. Este aumento estuvo 2,4 p.p por encima del Nivel General. Asimismo, la variación interanual de dicho capítulo es del 120,7% para Nación y presenta tendencias similares para todas las regiones del país, siendo el sector con mayores variaciones luego de restaurantes y hoteles (126,6%).

## La indumentaria en el mundo

La industria de la indumentaria es una de las industrias más grandes del mundo: se estima que 1 de cada 6 personas en el mundo trabaja vinculado a ella, y el 80% de las personas trabajadoras en toda la cadena de suministro son mujeres. Según *The Economist*, la producción de prendas de vestir se ha multiplicado por 2,4 desde el 2000 hasta la actualidad, fabricándose actualmente alrededor de 80.000 millones de prendas al año. Un estudio realizado por la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE) explica que la tendencia del *fast fashion* ha generado que las personas en promedio compren un 60% más de ropa en comparación con el año 2000, a la par de que el uso de cada prenda ha disminuido a la mitad y el 40% de la ropa nunca llega a usarse.

Hay infinidad de marcas dedicadas a este sector. El Gráfico 1 muestra el ranking de las 10 marcas más valoradas del año 2022 por el Statista, siendo la empresa estadounidense Nike (valuada en u\$s 33.200 millones) quien lidera la lista. Seguidamente, se encuentra la compañía de origen francés Luis Vuitton (u\$s 23.423 millones) y la firma italiana Gucci (u\$s 18.110 millones). En 4° y 5° lugar se encuentran Chanel (francesa) y Adidas (alemana) valuadas en u\$s 15.260 millones y u\$s 14.636 millones, respectivamente.

Gráfico 1. Ranking mundial de las 10 marcas con más valor (en millones de dólares). Año 2022



Fuente: elaboración propia en base a Statista.

Asimismo, se suelen clasificar a los países en tres grupos según su forma de producción de indumentaria o su visión frente al comercio de esta. En primer lugar, se encuentran los asiáticos que, ante la apertura comercial y sobre la base de abundantes recursos humanos, bajos salarios y condiciones laborales precarias, se orientan, generalmente, a la exportación de indumentaria (y calzado). En este sentido, según el Observatorio de Complejidad Económica (OEC), en 2021 los principales exportadores de “Materias textiles y sus manufacturas” fueron China (u\$s 286 mil millones), Bangladesh (u\$s 46,2 mil millones) y Vietnam (u\$s 43,7 mil millones).

En segundo lugar, están aquellos que cuentan con economías más desarrolladas (Estados Unidos y las economías occidentales de la Unión Europea) que, a través de acuerdos voluntarios de restricción de importaciones de las economías emergentes, han decidido ir desmantelando su producción en las áreas más intensivas en mano de obra, reservándose el desarrollo del diseño, el *marketing* y la comercialización. De esta forma, durante 2021, el 15,3% del total de materiales textiles y manufacturas fue importado por Estados Unidos quien es el principal importador de estos productos año tras año, seguido por Alemania y Francia con el 7,5% y 3,7%, respectivamente.

Por último, figuran los países latinoamericanos y de Europa del Este que deben recurrir a prácticas comerciales más proteccionistas para resguardar y cuidar de su industria nacional.

## Nuevas tendencias

### La moda circular

Debido a que la producción de prendas de vestir y artículos de indumentaria es una de las más contaminantes del mundo, en los últimos años ha ganado terreno, especialmente entre los jóvenes, la denominada "moda circular" que consiste en la reutilización y el reciclado de la vestimenta. Desde hace aproximadamente cinco años, son cada vez más vistos los *showrooms* o sitios de venta *online* de indumentaria y calzado de segunda mano. La diferencia de este mercado con el viejo y conocido mercado de feria es que en la "moda circular" o "*second hand*" se realiza una minuciosa selección donde se prioriza la calidad y el buen estado de prendas, incluso la marca de la ropa. En esta línea, varias firmas de renombre han comenzado a sumarse a esta tendencia y ya aceptan prendas de su marca, por ejemplo, los jeans usados, y venden uno nuevo con descuento a fin de volver a introducir al mercado las antiguas prendas.

### Textiles inteligentes

Por su parte, al igual que en prácticamente todas las industrias, la tecnología también ocupa cada vez más lugar en el sector textil/indumentaria y no se limita al diseño y producción de ropa. En los últimos años surgieron los denominados "textiles inteligentes" los cuales incluyen sensores y componentes electrónicos en el tejido para recopilar datos biométricos y físicos del usuario, como la temperatura corporal y la frecuencia cardíaca.

Los datos generados por el sensor se transfieren a aplicaciones en un *smartphone*, donde están disponibles para que los usuarios los vean. La ropa inteligente puede incorporar fibras textiles avanzadas, microelectrónica, biotecnología e inteligencia artificial.

En esta línea, según un informe publicado por *Juniper Research* (una consultora especializada en el sector tecnológico y digital), esta industria, que en 2020 generó 1.000 millones de dólares, alcanzará en 2025 los 11.000 millones de dólares con un impulso proporcionado por el sector del *fitness*.

## Sector de la indumentaria en Argentina

La Argentina, al igual que otros países que integran el Mercosur, dispone de producción propia de materias primas (algodón, lanas, hilados), tiene capacidad de diseño e innovación, mano de obra capacitada de costo intermedio, buena localización y capacidad de transporte adecuados. En este sentido, la cadena de producción de prendas abarca desde la fabricación de hilados y tejidos a partir de fibras naturales, vegetales o animales hasta el diseño y confección de prendas de vestir. Asimismo, dentro de la fabricación de hilados y tejidos también se encuentra la producción de bienes finales tales como artículos textiles para el hogar (alfombras, mantas, etc.).

De acuerdo con el tamaño de los diversos actores en cada una de las etapas, existe una gran segmentación: dentro de los productos textiles, hilanderías es la actividad más concentrada, debido a la existencia de grandes economías de escala. Los procesos de hilado y tejidos planos resultan los más intensivos en capital. Por su parte, las prendas de vestir, lo cual resulta de especial interés para el presente estudio, es el segmento más intensivo en mano de obra. En este último pueden encontrarse las marcas o firmas que desarrollan el negocio de la indumentaria (posicionamiento de marca, estrategia y canal de comercialización) y los talleres que confeccionan las prendas, usualmente para terceros, siendo la informalidad una de las problemáticas más relevantes de este último eslabón de la cadena.

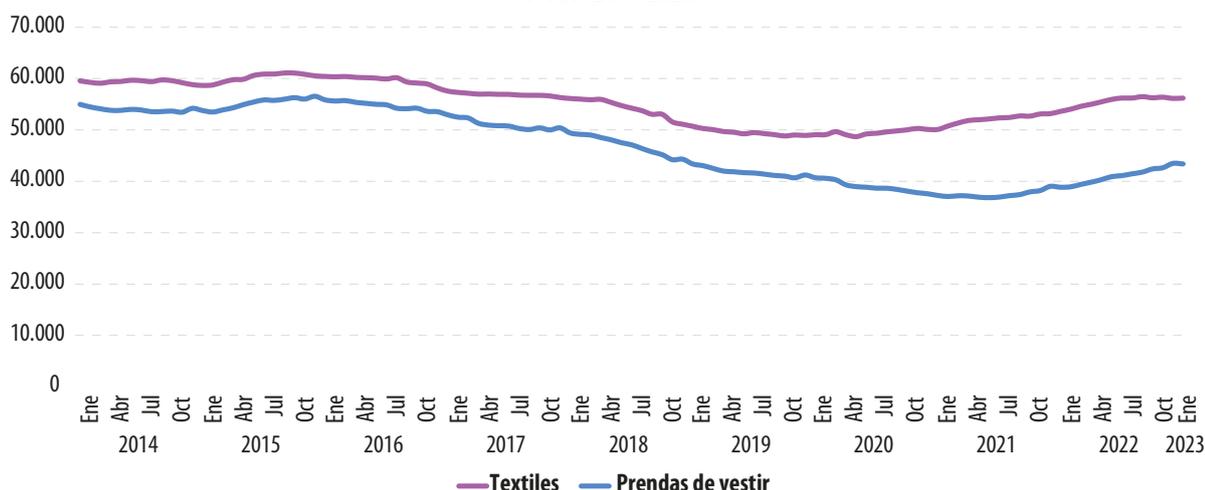
Según los datos obtenidos del Centro de Estudios para la Producción (CEP XXI) la industria textil/indumentaria en su conjunto emplea, anualmente, cerca de 99.583 personas, de acuerdo con el último dato disponible para enero 2023 (7,9% respecto del total de

trabajadores de la industria). En este sentido, tal como se visualiza en el Gráfico 2, el porcentaje de personas empleadas en ambas industrias ha ido disminuyendo desde 2016 (9,0% en julio de ese año) hasta 2021 (7,4% en abril) como consecuencia de una retracción en la producción y en el empleo.

De esta manera, se observa un retroceso en la actividad para los años consecutivos con posteriores recuperaciones durante 2022, alcanzando el 8,0% en diciembre (el valor más alto desde diciembre 2018).

**Gráfico 2. Puestos de trabajo registrados (total empresas) industria textil vs. prendas de vestir. Argentina**

Período: 2014-2023



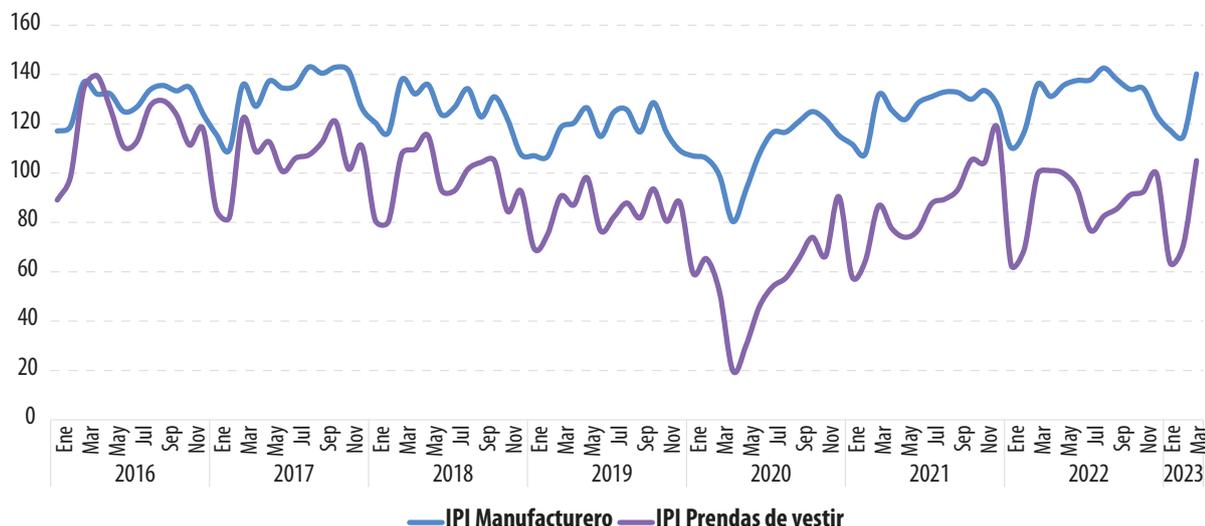
Fuente: elaboración propia en base a CEP XXI.

En el Gráfico 3 se observan las variaciones en el IPI (Índice de Producción Industrial) manufacturero y el IPI de prendas de vestir en el período 2016-2023 (únicos datos disponibles) indicando tendencias similares entre ambos. El mínimo para el sector de interés se observa en abril de 2020 y se corresponde con el cese de actividades a nivel nacional por la pandemia de COVID-19, representando una caída interanual del 77,1%. En di-

ciembre de 2021 se observa el mayor IPI de prendas de vestir desde octubre de 2017, con un incremento interanual del 30,1%. Según el INDEC, a diferencia del año anterior (2020), la mayor circulación (por el cese del aislamiento social preventivo y obligatorio) permitió incrementar la actividad de los locales comerciales. Asimismo, las ventas también fueron impulsadas por el desarrollo de la comercialización *online*.

**Gráfico 3. Variación del IPI manufacturero y el IPI de prendas de vestir. Argentina.**

Período: 2016-2022



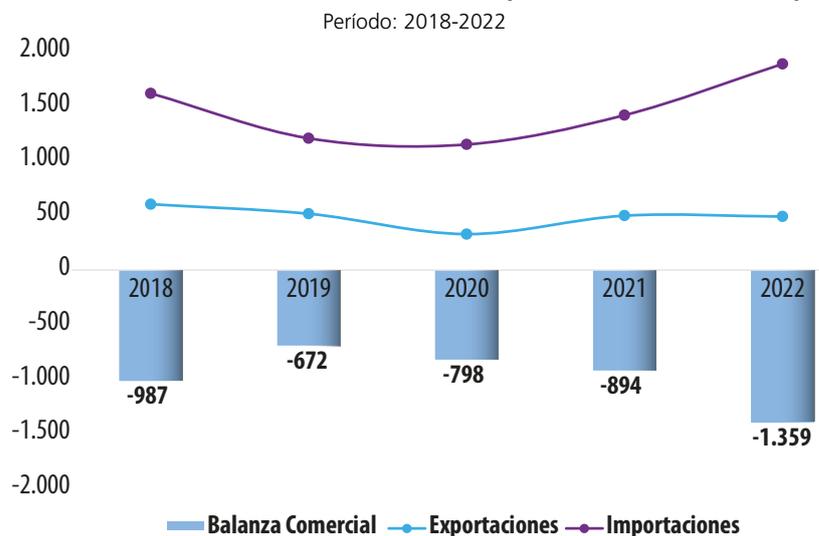
Fuente: elaboración propia en base a INDEC.

## Comercio exterior

El sector de materias textiles y sus manufacturas es estructuralmente deficitario, lo cual implica que sus importaciones son mayores a sus exportaciones, causando una balanza comercial negativa. Las exportaciones alcanzaron un máximo en 2018 (u\$s 587 millones) para luego ir reduciéndose en 2019- 2020, manteniéndose relativamente estables durante los años siguientes. Las importaciones, por su parte, alcanzaron su mayor nivel en el año 2022 (u\$s 1.835 millones). Como se logra observar en el Gráfico 4, en 2022 se observa el mayor déficit comercial histórico del sector, con un resultado de u\$s -1.359 millones, reflejando un aumento de la brecha entre exportaciones e importaciones del 52% con respecto a 2021 y del 70% con respecto a 2020.

A lo largo de estos años las importaciones de prendas disminuyeron, pasando de representar el 30% de las importaciones del sector al 14%. Sin embargo, en estos años crecen las importaciones de tejidos, alcanzando casi 50% del total, y explicando gran parte del déficit comercial estructural del sector textil. China, Brasil y distintos países del sudeste asiático lideraron el origen de las importaciones del sector, destacándose, en particular, la participación de China con 45% de las compras externas en 2021 (90% corresponde a tejidos, confecciones y prendas) seguida por Brasil con el 18% de las importaciones.

**Gráfico 4. Balanza Comercial de Prendas de vestir (en millones de dólares). Argentina.**



Fuente: elaboración propia en base a INDEC.

Según fuentes oficiales, el sector textil está protegido con Licencias No Automáticas. Asimismo, el Decreto 789/2020 establece para los productos textiles y confecciones una baja de los derechos de exportación de los bienes finales industriales a 0% y de los insumos elaborados industriales al 3%, además de una suba del piso de reintegros a la exportación, en función del valor agregado.

Respecto al financiamiento del sector, existen las denominadas "Líneas de crédito para la reactivación productiva PyME y financiamiento para el cambio estructural" donde la industria de la indumentaria se ve incluida. Dicha medida es de alcance general para las empresas de todos los sectores, con tasas de interés en el rango 10%-24% en la línea de reactivación productiva y plazo de hasta 10 años en la línea orientada al cambio estructural.

Por último, hacia fines de 2022 desde la Secretaría de Comercio el gobierno nacional acordó con representantes de la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI), que las principales marcas del sector mantendrán los actuales precios hasta el 28 de febrero de 2023 pasado. Además, se estableció que las nuevas prendas que ingresaran a la oferta de las empresas firmantes no podrían aumentar sus precios durante el mismo período.

En este sentido, diversas marcas de indumentaria para niños se comprometieron a realizar descuentos especiales y a ofrecer 100 productos seleccionados desde un 30% menos del precio que tenían en el momento. También se sumaron marcas de ropa deportiva a ofrecer descuentos en varios de sus productos.

## El sector de la indumentaria en Bahía Blanca.

Con algunas intermitencias, el capítulo “indumentaria” muestra variaciones mensuales por encima del nivel general de precios, especialmente desde mayo de 2022. A continuación, se grafica la variación mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) general y del índice del capítulo de indumentaria (Gráfico 5). Cabe destacar que el capítulo en cuestión comprende, además de ropa interior y exterior para hombre y mujer, calzado (casual y deportivo), artículos de marroquinería, joyería y relojería, telas y confección y reparación de prendas.

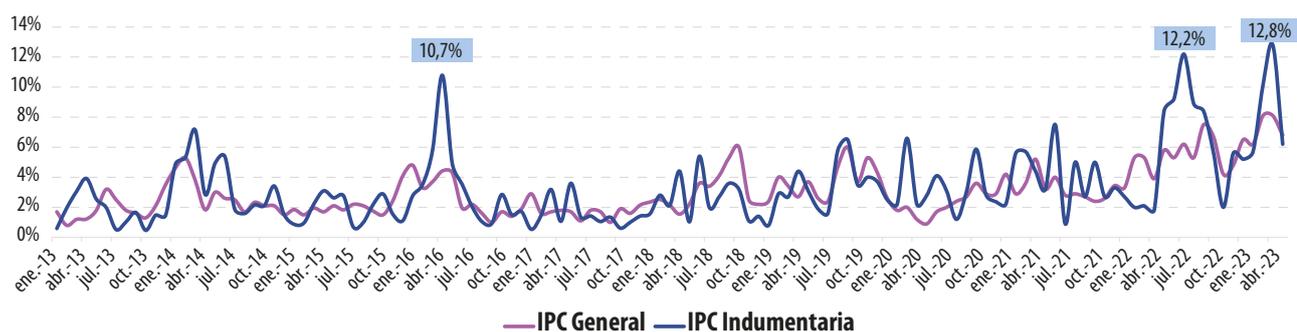
En el gráfico se observa la variación mensual del índice de precios del capítulo indumentaria respecto al IPC general. Si bien se observan grandes fluctuaciones a lo largo del período se pueden identificar con claridad tres “picos” donde el índice tomó una gran distancia respecto del general. El primero en abril de 2016, donde el IPC general registró una variación del 4,4% mientras que “Indumentaria” registró un 10,7% de variación. Dentro del capítulo indumentaria, la mayor variación se observa en “ropa exterior para mujer” (25,9%) y en ropa exterior para hombre (17,5%).

El segundo pico se observa en julio de 2022, con una variación del 6,2% (IPC general) y 12,2% (indumentaria) con variaciones en calzado para mujer y hombre del 66,5% y 26,1%, respectivamente. Por último, en abril del corriente año se observa la variación más alta del capítulo, registrando una variación del 12,8% respecto del IPC general que registró un 8,1% de variación, donde la ropa exterior para mujer y hombre registraron variaciones cercanas al 12,3%, mientras que el calzado de mujer y deportivo mostraron variaciones promedio del 17,6%. En este sentido, es de importancia aclarar que, tanto la ropa exterior como el calzado son considerados estacionales por lo que el aumento (o disminución) de sus precios están relacionados a cambios de temporada. Asimismo, en el último mes (mayo) se observa una desaceleración significativa tanto del IPC general como del capítulo en cuestión.

La variación interanual del capítulo en mayo de 2023 es de 153,5% mientras que la variación interanual del IPC general es de 108,2%. Asimismo, la variación punta a punta enero 2013- mayo 2023 del capítulo en cuestión es de 5.790,5%, mientras que el IPC general registra el 4.127,7%.

**Gráfico 5. Comparación variación mensual IPC general vs. IPC capítulo “indumentaria”. Bahía Blanca.**

Período 2013-2023



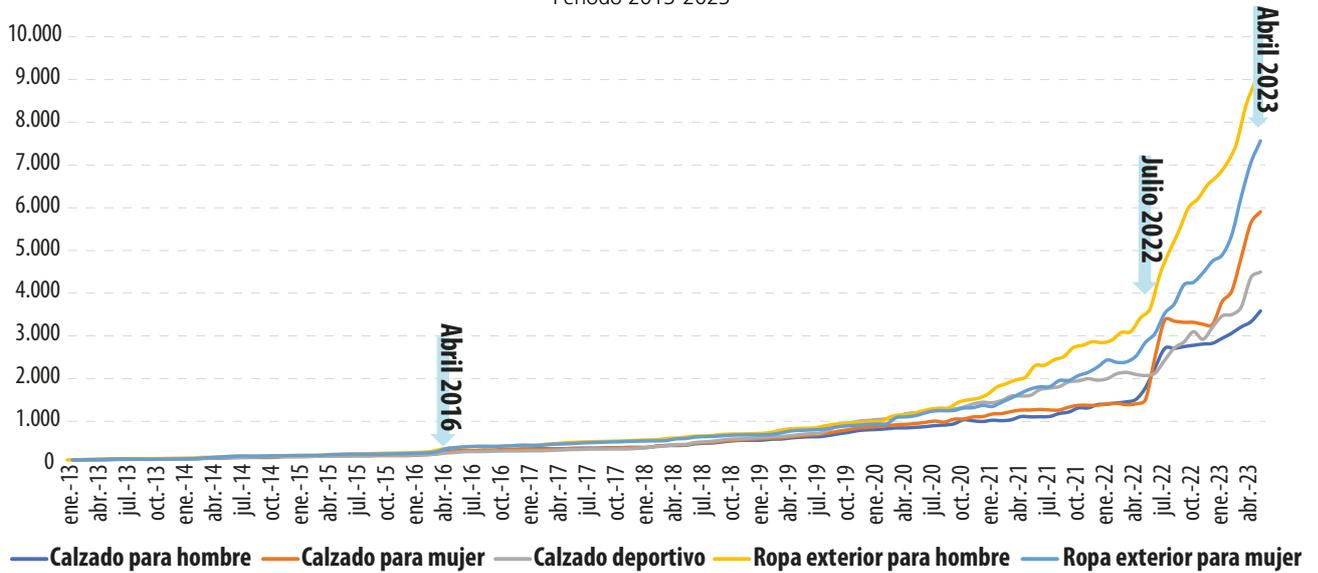
Fuente: elaboración propia en base a IPC CREEBBA.

Dado que el capítulo “indumentaria” está compuesto por varios artículos además de las prendas de vestir y varios de ellos son estacionales, en el Gráfico 6 se realiza la comparación del índice entre los subgrupos de artículos que tienen dicha particularidad: el calzado (tanto casual como formal), el calzado deportivo y la ropa exterior. Asimismo, se detallan los tres meses en los que en el Gráfico 5 (anterior) mostraron picos de aumento del índice del capítulo indumentaria respecto del IPC general.

En este sentido, se observa un claro aceleramiento durante los últimos tres años de todos los artículos en cuestión, especialmente la ropa exterior para hombre. Por su parte, el calzado (no deportivo) exhibe un quiebre entre los meses mayo-julio 2022, (50,9 % masculino y 122,6% en femenino) propiciando un impulso al alza en el valor del índice.

**Gráfico 6. Índice según subgrupo estacional, capítulo “indumentaria”.  
(Ajustado enero 2013= 100). Bahía Blanca.**

Periodo 2013-2023



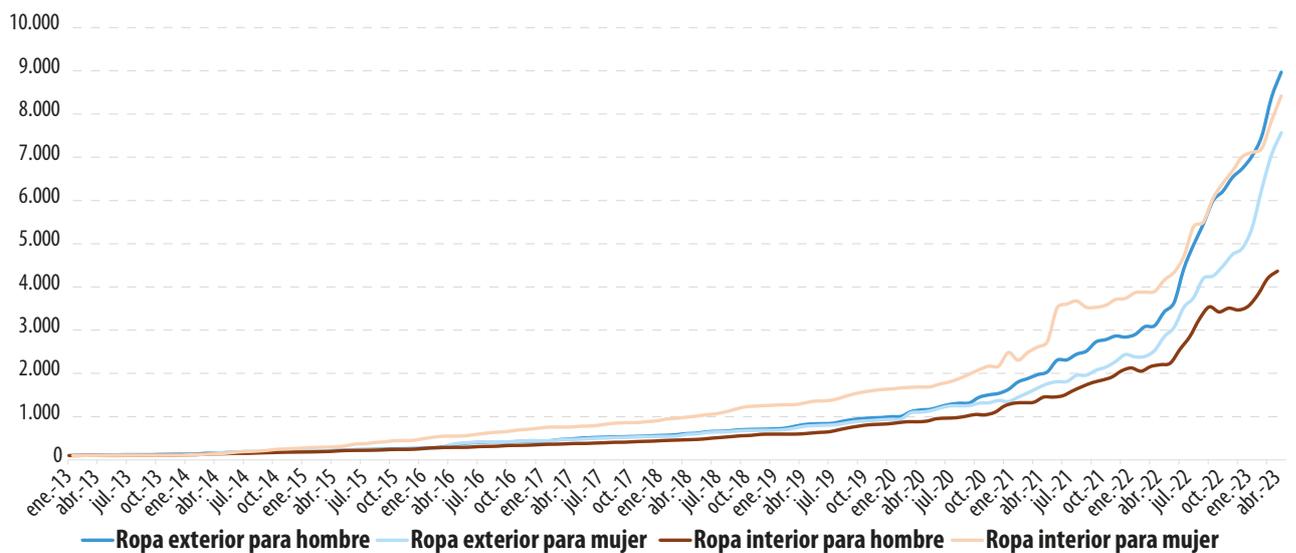
Fuente: elaboración propia en base a IPC CREEBBA.

Por último, analizando los subgrupos de prendas de vestir interior y exterior se evidencia un claro aumento de los precios a lo largo del tiempo con un incremento acelerado en los últimos tres años, siendo la ropa interior de mujer el subgrupo con mayor aumento hasta septiembre de 2022, tal como se observa en el Gráfico 7.

Entre enero 2013 y enero 2020 la variación punta a punta muestra ser del 898,9% en ropa exterior para hombre, 837,4% en ropa exterior para mujer, 1.540,2% y 732,5% en ropa interior para mujer y hombre, respectivamente.

**Gráfico 7. Índice según subgrupo. Ropa exterior vs. ropa interior diferenciadas según género. (Ajustado enero 2013=100). Bahía Blanca.**

Periodo 2013-2023



Fuente: elaboración propia en base a IPC CREEBBA.

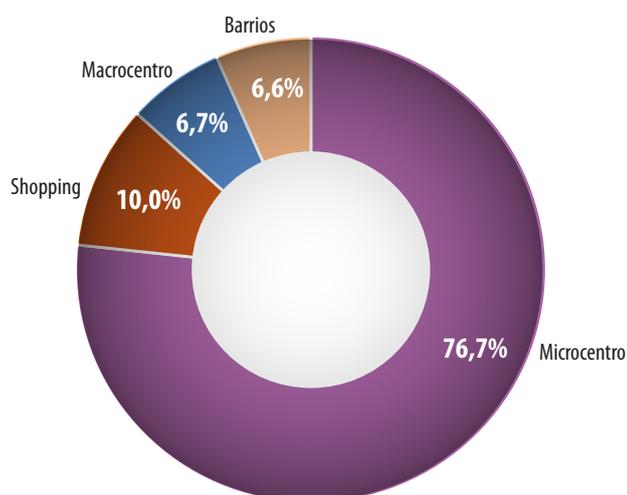
# RESULTADOS ENCUESTA COMERCIOS BAHIENSES

Desde el CREEBBA se realizó una encuesta a los comercios de indumentaria locales para conocer la situación de dicho rubro en la ciudad. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

## Caracterización de la población:

Se caracteriza el universo de encuestados según localización de su comercio, público al que están destinados sus artículos, rango horario en el que trabajan y tipo de ropa que ofrecen.

**Gráfico 8. Lugar donde tienen ubicado su comercio.**



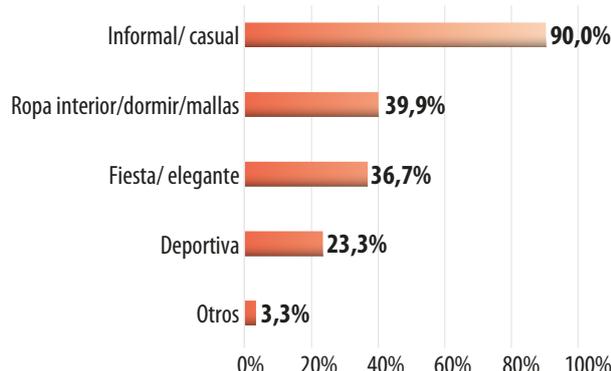
Fuente: elaboración propia.

Respecto al público al que está destinado su negocio, la mayoría de ellos venden ropa para mujer y hombre (70,0% y 53,3%, respectivamente) mientras que solo un pequeño porcentaje vende indumentaria para niños (23,3%).

Además, el 90,0% de los encuestados indica que su comercio está orientado a la venta de ropa para adultos/ adultos jóvenes.

Por último, todos ellos indican que su comercio está abierto "todo el día" o con horario comercial completo (de mañana y de tarde).

**Gráfico 9. Tipo de ropa que ofrecen.**



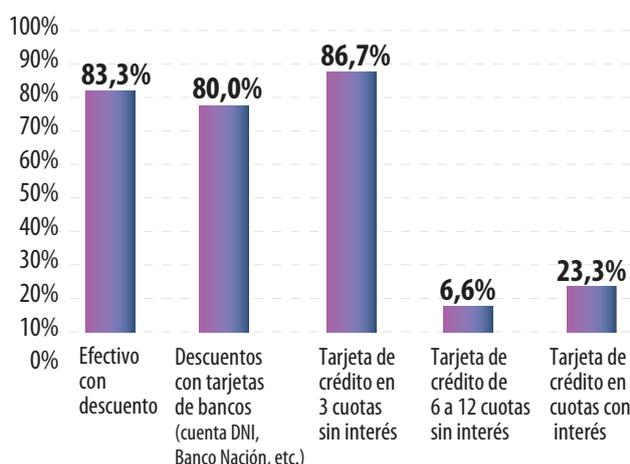
Fuente: elaboración propia.

## Cientes:

Se les consultó a los encuestados sobre si ofrecen o no medios de financiamiento o descuentos a sus clientes y todos ellos afirmaron hacerlo. Seguidamente se presentan los resultados obtenidos en relación con los medios que ofrecen (Gráfico 10) y cuáles son aquellos que más prefieren quienes concurren a sus comercios (Gráfico 11).

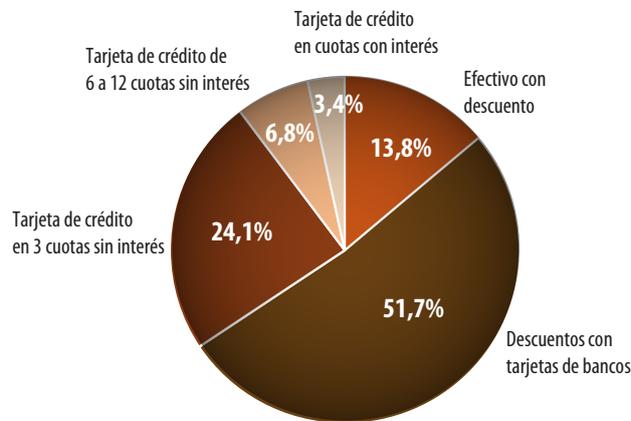
En este sentido, el 53,3% de los consultados indicaron que "todos los días" ofrecen en sus negocios algún tipo de descuento o promoción, mientras que el 36,7% lo hace entre 2 a 4 días a la semana, siendo los fines de semana la opción más elegida. Un pequeño porcentaje indica que el día que su comercio realiza estas promociones o descuentos las ventas aumentan, pero igual o más a lo esperado (21,4%), mientras que la mayor parte de ellos observan que aumentan menos de lo esperado (57,1%) y el porcentaje restante no observa cambios significativos dicho día.

**Gráfico 10. Porcentaje de Comercios de indumentaria que ofrecen los diferentes medios de financiamiento y descuentos.**



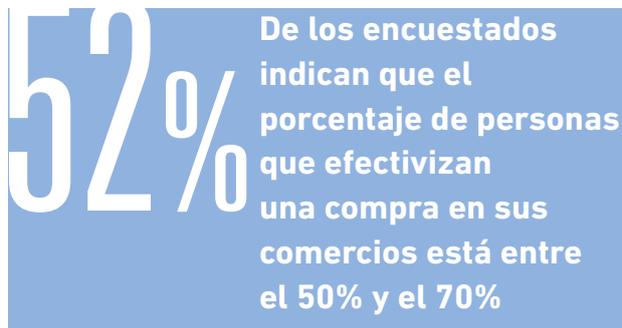
Fuente: elaboración propia.

**Gráfico 11. Medios de financiamiento y descuentos más elegidos en los diferentes comercios por el público (en porcentaje).**



Fuente: elaboración propia.

En relación con sus clientes también se les consultó sobre qué porcentaje de personas que ingresan a su local efectivizan la compra. Como resultado se obtiene que la mayoría de ellos (64%) indica que el porcentaje de compradores efectivos varía entre el 30% y el 70%.

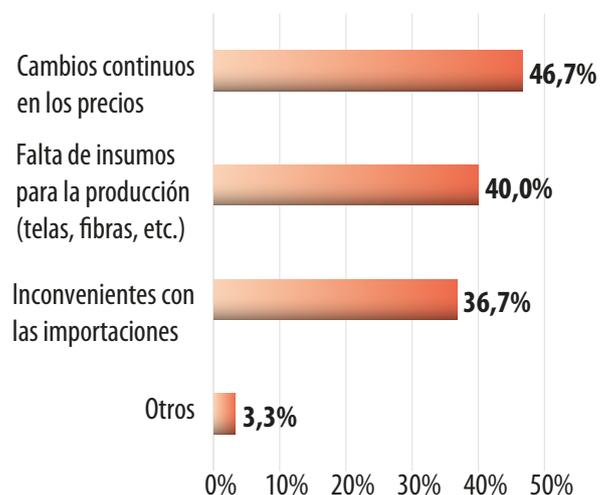


**Gráfico 12. Porcentaje de comercios según origen de artículos con los que trabajan.**

Fuente: elaboración propia.

Además, se les consultó si percibían demoras en la entrega de mercadería por parte de sus proveedores. El 70% de los encuestados asegura tener demora en la entrega de artículos siendo la principal causa el cambio continuo en los precios.

**Gráfico 13. Motivos que explican la demora en la entrega de mercadería.**



Fuente: elaboración propia.

#### Proveedores:

En cuanto a los proveedores, los encuestados se dividen entre aquellos que solo trabajan con artículos de origen nacional y aquellos que trabajan tanto artículos nacionales como de origen importado. Cabe destacar que ninguno de los encuestados afirmó trabajar solo con artículos proveniente de importaciones. En el siguiente gráfico se muestran los resultados.

## CONCLUSIONES

La industria textil/indumentaria es uno de los sectores industriales de más larga tradición en la historia argentina y acompaña los vaivenes de la economía del país. Dicha industria tiene un alto potencial en la industrialización de fibras de algodón, gran desarrollo de diseño y de marcas comerciales. Sin embargo, el sector, además de contar con altos niveles de informalidad (especialmente en el sector de confección) también tiene una baja inserción externa.

Argentina cuenta con actividad en todos los eslabones de la cadena productiva, especialmente en la especialización algodonera (60% de la producción de hilados es de algodón). Asimismo, respecto a la confección de prendas de vestir, el 55% de las firmas registradas pertenece a dicho eslabón y actualmente existen, aproximadamente, 91 franquicias de empresas posicionadas en el exterior (Jazmín Chebar, La Martina, Rapsodia, Mimo & Co y Kosiuko, entre otras).

Puntualmente el rubro de la indumentaria se presenta muy sensible por dos motivos: en primer lugar, si bien en nuestro país se producen diferentes hilados para la confección de prendas, algunos de los insumos utilizados son de origen importado y compiten con bienes finales del exterior.

Sumado a esto, el sector industrial de Argentina necesita de políticas de protección que consecuentemente dificultan la entrada de productos internacionales. El segundo motivo tiene que ver con que debido a la *fast-fashion* casi mensualmente salen al mercado prendas de “última moda” con precios de la nueva temporada, lo que genera necesario el recambio de stock continuo en las tiendas para tener lo que el público demanda.

Como se mencionó a lo largo del estudio, desde hace algunos años el precio de la ropa aumenta por encima del promedio general del índice. Se suma a este fenómeno la caída en la producción observada anteriormente en el estudio. Esta actividad se encuentra por debajo del nivel general de la industria desde 2016, como consecuencia de una retracción en la producción, el empleo y la economía en su conjunto con una leve recuperación observada en los últimos dos años, tanto en productos textiles como en prendas de vestir.

En este sentido, los comerciantes locales explican que para que la situación se revierta y el sector pueda verse aliviado, es urgente que el gobierno realice tanto una reforma laboral como impositiva, así como también que existan reglas claras para la fabricación de prendas de vestir. Por último, posicionan a la inflación como uno de los grandes problemas que enfrentan cotidianamente.