

## MISIÓN COMERCIAL HOLANDA

### I Ficha Técnica

Ámbito: Internacional  
Fecha: del 02 al 04 de Febrero  
Edición: Colección Otoño Invierno 2011 - 2012  
Frecuencia: Anual - Febrero  
Lugar: Arena Convention Center - Ámsterdam  
Horario: Agenda y Prospección Comercial  
Showroom  
Agenda y Prospección Comercial  
Organizador: PROMPERU  
[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)  
Carácter: Profesional  
Tipo de visitantes: Compradores de boutiques, tiendas multimarca, oficinas de compra, agentes importadores, periodistas.  
Otros eventos relacionados: Kleine Fabriek – Ámsterdam, Holanda, Bubble London – The Kids Trade Show, Londres, RU; FIMI – International Fair for Children´s and young people´s fashion, Valencia – España; Pitti Bimbo I, Florencia, Italia

### II Aspectos Generales

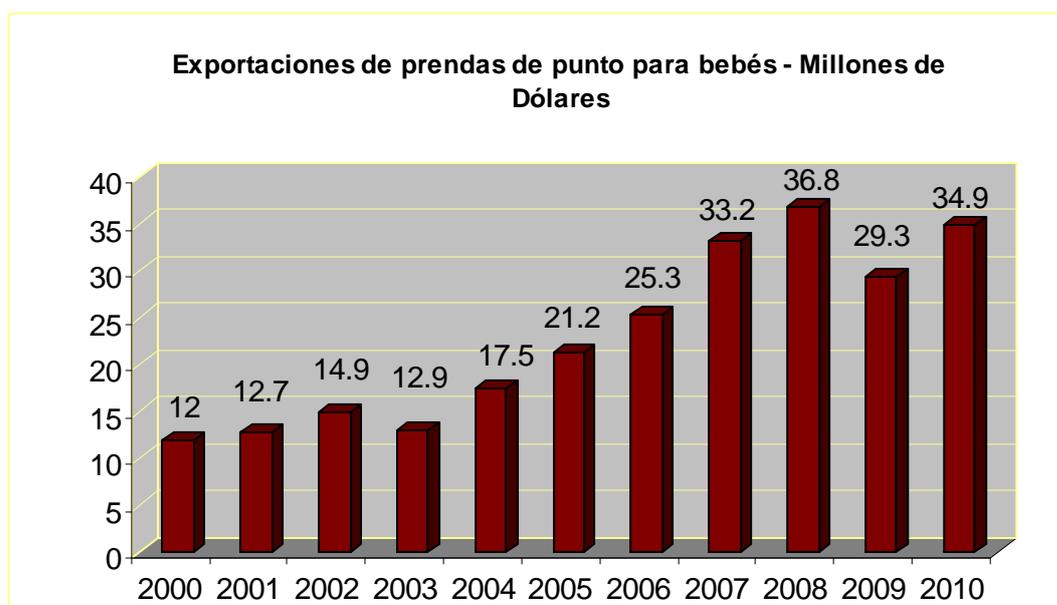
Con el apoyo de PROMPERÚ y la Cámara de Comercio a través del proyecto Al Invest IV, se continuó con el programa de promoción de la línea de prendas para bebés y niños participando luego de la Feria PlayTime Paris en la Misión Comercial en Holanda, con el fin de conocer el mercado, a través de una visita a la red comercial, visitando las principales tiendas multimarcas para prendas de bebés y niños, que permitió al grupo de empresas tener un acercamiento a las tendencias, colores, diseños, preferencias del público holandés, y niveles de precios, esto luego se complementó con el desarrollo de un showroom y agendas con potenciales compradores, donde se obtuvo información directa de los compradores especializados de la oferta peruana, y posibilidades comerciales.

El mercado holandés representa el 4.7% de las prendas para niños y bebés en Europa, y ha generado ventas de USD 2.6 billones en el 2009, representando un crecimiento del 2.5% entre el 2005 – 2009. En comparación con el mercado alemán y belga, que tuvieron un crecimiento anual del 1.5% y 4.7% respectivamente. En cuanto a las importaciones, Holanda figura entre los 10 principales importadores europeos de prendas para bebés y niños, además de presentar una alta tendencia con relación a los valores éticos, gran parte de los países del noreste europeo entre ellos el holandés muestra un gran interés en prácticas de comercio justo, fibras naturales, oportunidades que aún no han sido del todo aprovechadas por las empresas peruanas y que tienen un alto potencial debido a nuestras fibras lujosas.

### III Exportaciones Peruanas - Prendas de Punto para Bebés

El año 2010 ha significado una recuperación para el sector Textil y confecciones que se vio afectado en el 2009, obteniendo así un crecimiento del 4.2% con respecto al año anterior. En lo que se refiere a prendas para bebés especialmente en punto, la evolución es evidente y se muestra también signos de recuperación en el 2010.





El principal mercado para las prendas de punto para bebés es Estados Unidos, en el 2010 este representó el 60%, seguido de Venezuela; en lo que respecta a Europa, el principal mercado es España, seguido de Reino Unido, en relación a Holanda, este se encuentra entre los 10 principales destinos en Europa.

<b>PRINCIPALES DESTINOS</b>			
<b>Prendas de Bebés</b>			
<b>Valor FOB en US\$</b>			
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Variación</b>
España	2,332,533.99	1,345,591.43	-42.31%
Reino Unido	706,100.60	704,450.80	-0.23%
Italia	270,039.80	329,005.86	21.84%
Francia	409,391.75	182,943.64	-55.31%
Noruega	34,784.76	156,321.22	349.40%
Bélgica	58,647.00	43,129.90	-26.46%
Alemania	160,413.81	22,468.60	-85.99%
Irlanda (Eire)	34,907.66	22,347.80	-35.98%
Países Bajos	40,810.79	20,136.48	-50.66%

#### **IV Mercado Holandés para prendas de bebés y niños**

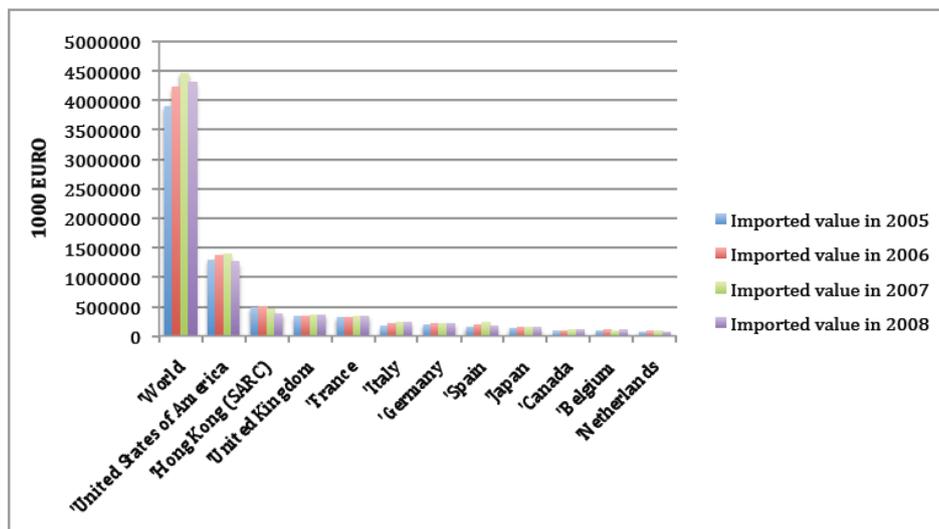
El mercado Holandés ha generado ventas del USD 2.6 billones en el 2009, representando una tasa de crecimiento del 2.5% para el periodo 2005-2009.

Ventas Totales prendas para niños – Periodo 2005-2009

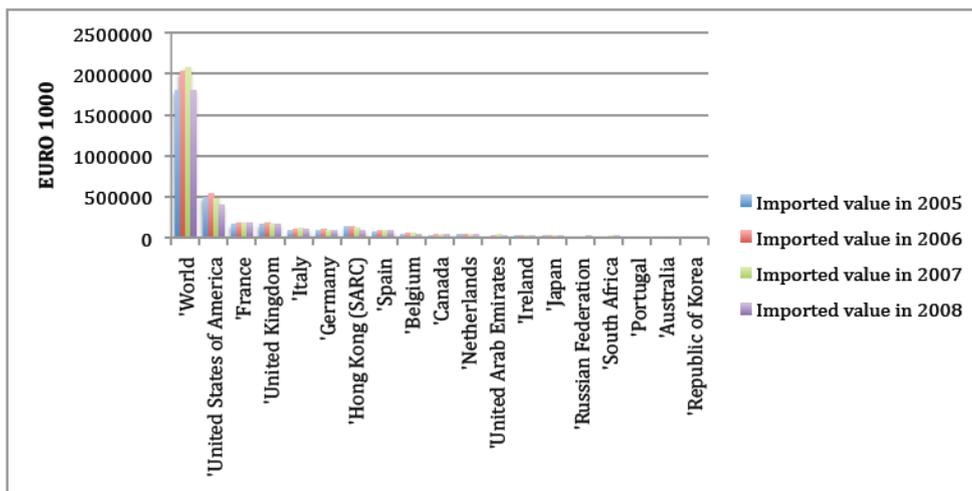
Year	\$ million	€ million	% Growth
2005	2,375.2	1,708.1	
2006	2,497.4	1,796.0	5.1
2007	2,531.9	1,820.8	1.4
2008	2,591.2	1,863.5	2.3
2009(e)	2,619.7	1,884.0	1.1
<b>CAGR: 2005–09</b>			<b>2.5%</b>

En relación a importaciones, Holanda es uno de los compradores más importantes para prendas para bebés y niños

Importaciones – Prendas en Punto



Importaciones prendas planas



Holanda posee una participación del 4.7% en prendas para niños en Europa.

Category	% Share
Germany	18.9%
France	15.9%
Netherlands	4.7%
Belgium	3.1%
Rest of Europe	57.5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Según las cifras de natalidad, está ha bajado en 1%, y sí se realiza un proyección a 10 años, se estima un decrecimiento del -10% entre el periodo 2005-2015. A pesar de estos números, se estima que la demanda no caerá en relación a productos duraderos como prendas de vestir y juguetes, esto debido al ingreso (el promedio en Holanda es 30,000 euros), además de que existe una mayor cultura pro bebe o niño, que esta caracterizando el comportamiento del consumidor.

Otro dato a considerar es el alto valor al tema ético, los consumidores de la zona noreste de Europa, incluyendo a los holandeses, están dando una mayor importancia a la ética en el consumo de moda, las condiciones de trabajo y el precio justo son las ahora los principales temas que consideran los consumidores al tomar una decisión de compra. Abriéndose así una importante oportunidad, que por la tendencia lleva a un crecimiento a largo plazo.

Es importante destacar que a pesar de la recesión económica, ésta ha afectado más significativamente al segmento de prendas para damas y caballeros, en cambio el concerniente a niños y bebés, se ha mantenido, principalmente porque existe la necesidad de comprar constantemente ropa para los bebés y niños ya que su crecimiento es rápido.

## V Participación Peruana

En este primer acercamiento al mercado holandés, se contó con el apoyo del proyecto All Invest IV y la Cámara de Comercio, promoviendo a 07 empresas de prendas de vestir para bebés y niños.

N°	Ruc	Empresa	Pag. Web	producto
1	20503580111	Lyda Producciones SAC	<a href="http://www.lydaproducciones.com">www.lydaproducciones.com</a>	Prendas para bebés y niños en algodón
2	20517363970	Inka-Designs S.A.C	<a href="mailto:adiaz@inka-designs.com">adiaz@inka-designs.com</a>	Prendas para bebés y niños en algodón
3	20480088523	N&P ATELIER S.A.C.	<a href="http://www.joos.com.pe">www.joos.com.pe</a>	Prendas para bebés y niños en algodón
4	20476763127	Royal Knit S.A.C	<a href="http://www.rkperu.com">www.rkperu.com</a>	Prendas para bebés y niños en alpaca
5	2050608990	Creaciones Herbac S.A.C	<a href="http://www.bebecollections.com/">http://www.bebecollections.com/</a>	Prendas para bebés en algodón
6	20518485351	Hakan Maki E.I.R.L	<a href="http://www.hakanmaki.com">www.hakanmaki.com</a>	Prendas para bebés y niños en alpaca
7	20536474219	Natash SAC	<a href="mailto:natash@peru.com">natash@peru.com</a>	Prendas para bebés y niños en alpaca

La misión comercial contó con 03 actividades principales.

### **Desarrollo de Agendas**

Durante el primer día se concertaron citas con compradores especializados, entre compradores de boutiques que buscaban prendas tejidas y accesorios tejidos a mano, agentes y mayoristas para las otras empresas que brindaban servicio de sourcing.



### **Showroom**

El segundo día fue enfocado al desarrollo del showroom con la asistencia de 20 compradores entre las cuales se encontraban compradores de tiendas multimarcas, retailers, mayoristas y agentes.

### **Inka Designs SAC – Inka Designs Kids**



**Hakan Maki Eirl - Kusi Wawa**



**Royal Knit SAC – Koukouli**



**Lyda Producciones S.A.C. – Lyda Baby**



## NATASH SAC



## N & P Atelier Sac – Joos



## Creaciones Herbac S.A.C – Bebe Collection



## Visita a la red comercial y taller de Branding

Durante el último día se visitó los principales puntos de la red comercial con el fin de ver las tendencias, estilos, colores, precios, presentación terminando así con un taller de Branding.



Entre las principales tiendas que se visitaron fueron:

Kids Case

<http://www.kidscase.com/>

Es una marca holandesa con un enfoque ético, posee un estilo moderno, dinámico e independiente con un estilo en que lo básico es más. Con un rango de precios medio, se comercializa en Holanda, Bélgica, Alemania, España, Portugal, Noruega, Dinamarca, Francia, Japón, entre otros. A continuación una muestra de su colección Otoño/Invierno 2011-2012:



D bjenkorf

<http://www.debjenkorf.nl/>

Una de las principales cadenas de tiendas en Ámsterdam, posee diversas líneas, en cuanto a prendas para niños y bebés, se pudo apreciar que ya estaba en comercialización la colección de verano, entre las marcas destacan prendas de Tommy Hilfiger con un rango de precios para prendas básicas de Euros 30 – 60. Prendas de la marca holandesa Imps & Elfs, dirigido a un segmento medio, ofrece prendas desde recién nacidos hasta niños, con un fuerte compromiso de los valores éticos, se comercializa en Holanda, Bélgica, Francia, Italia y Estados Unidos. Sus precios varían entre Euros 20-40 en cuanto a prendas básicas para bebés. Así mismo esta cadena de tiendas tiene su propia marca con precios más dirigido a un segmento medio, estos se encuentran entre Euros 10 - 30 para prendas básicas.

Imps & Elfs



Precio: Euros. 23.00

D bjenkorf



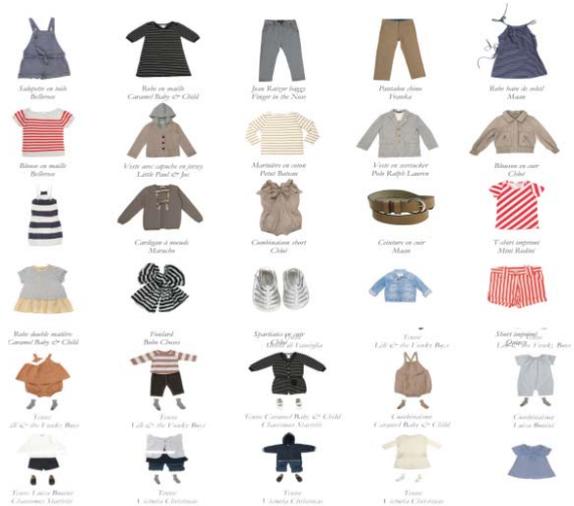
Precio: Euros. 9.95

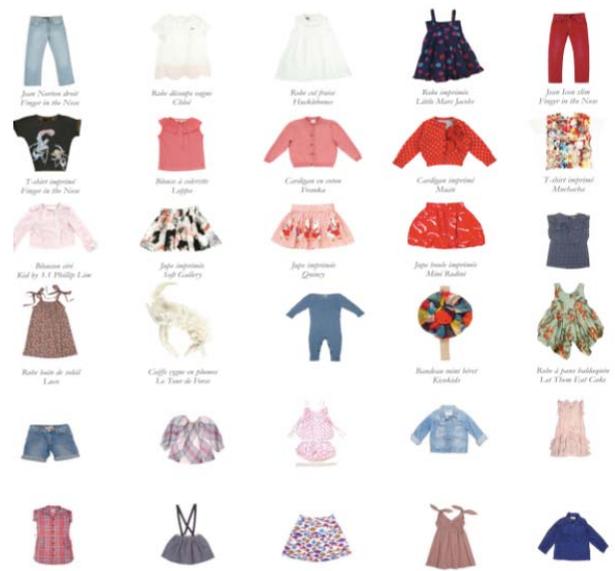
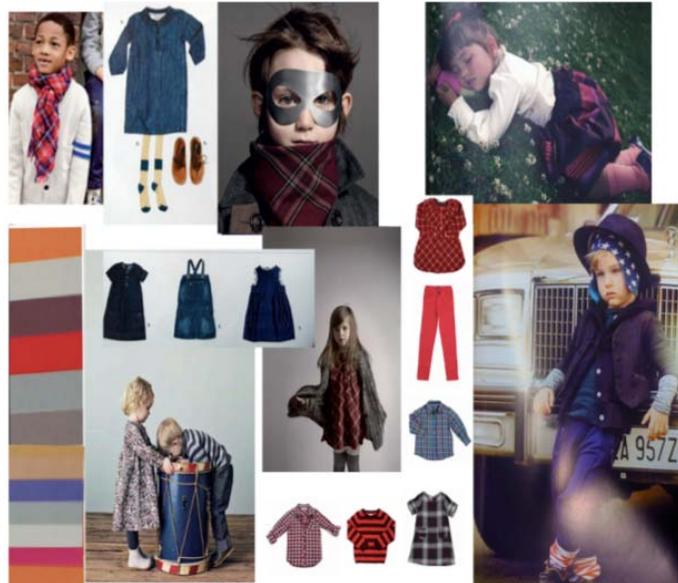
Tommy Hilfiger



Precio: Euros. 35.00

En cuanto a las tendencias de colores se pudieron apreciar prendas a rayas, combinaciones monocromáticas, con azul y lavanda, los aspectos náuticos, en relación a colores vivos, se resaltan el color mostaza, fucsia, mostazas. A continuación la paleta de colores y tendencias para el otoño invierno 2011/2012.





A continuación algunas webs de referencia:

- <http://www.smallable.com/en/>
- *Smallable Magazine* <https://asp-uk.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=239/248/1446&lng=en>
- <http://www.littlefashiongallery.com/en/>
- *Little Fashion books 4 & 5* <http://www.littlefashiongallery.com/en/lfbook>
- <http://www.sweetwilliamltd.com/>
- <http://www.eliasandgrace.com/>
- <http://www.orfeodesign.com/>
- <http://www.milkmagazine.net>
- <http://www.isabelmarant.tm.fr/>
- <http://www.talcboutique.com>
- <http://www.31philliplim.com/main.cfm#kids?id=1>
- <http://www.fingerinthenose.com/>
- <http://www.chloe.com/#/collections/childrens-wear/en>



- <http://www.kza.fr/>
- <http://us.burberry.com/shop/index.jsp?categoryId=2119968>
- <http://www.gabriel-et-valentin.com/>
- <http://www.monamici.se/>
- <http://www.maxlola.com/>
- <http://www.pomdapi.fr/>
- <http://www.lucienzazou.fr/>

Otra tendencia importante a considerar es el hecho de contar con certificaciones internacionales, lo cual es muy valorado por el comprador europeo en especial aquel que está dentro del segmento de bebés y niños:

Certificaciones Algodón Orgánico:	OE100, GOTS
Ámbito Social:	SA8000, ETI, Código ETI, WRAP, FLA.
Medio Ambiente:	GOTS, Bluesign, ISO 14001, EU Ecolabel

## VII Conclusiones

Esta actividad permitió sobretodo que los compradores apreciaran el valor de la fibra de alpaca y algodón Pima, desconocidos por la mayor parte de ellos, y consideren al Perú como una fuente de abastecimiento de productos de alta calidad, cabe mencionar que la mayor parte de los compradores se proveen de China e India, y debido a la alza de los precios en China, se ven forzados a buscar otras fuentes de abastecimiento, y luego de esta participación les queda claro nuestra alta calidad, sin embargo es un primer paso ya que hay otros factores que considerar como el precio y diseño.

Cabe señalar que esta actividad se realizó con el apoyo de la Cámara de Comercio de Lima, a través del apoyo del programa All Invest IV, junto con el soporte de la Embajada del Perú en los Países Bajos, que permitió la participación de 7 empresas que realizaron negociaciones de USD 350,000 a doce meses.

Definitivamente cada mercado es diferente por más que pertenezcan a un mismo continente, es por ello que es importante conocer las tendencias, hábitos de compra, precios y formas de comercialización con anticipación.

Contar con colecciones adecuadas a las tendencias del mercado genera una mayor confiabilidad por parte del comprador europeo.

Se notó un gran desconocimiento de nuestras fibras de lujo como la alpaca y algodón Pima, sin embargo al apreciarlas directamente, los compradores pudieron validar su gran calidad en comparación con otros materiales.

Falta un trabajo de marketing de las posibilidades de sourcing con el Perú y sobre todo difundir las bondades de nuestras fibras que justifiquen un precio de segmento medio – alto.

El hecho de contar con una certificación que indique que la prenda es realizada con algodón orgánico y/o comercio justo definitivamente marca la diferencia ya que está es la tendencia que Europa viene imponiendo, abriendo así un nicho importante a cubrir por nuestra industria, así también es importante que las empresas peruanas puedan contar con otras certificaciones internacionales tipo WRAP, GOTS, ISO, etc.

Según las cifras de la encuesta efectuada a los compradores, el 100% de ellos considera al Perú como una alternativa de sourcing entre los ya existentes como China, India, Bangladesh, Turquía, etc, así también arrojó un alto nivel de satisfacción con la organización del evento.



## VIII Recomendaciones

Se recomienda continuar trabajando en conjunto con el programa All Invest y la Cámara de Comercio de Lima a fin de propiciar la participación en otras actividades especializadas en Europa.

Es importante trabajar en el diseño de la colección acorde a las tendencias del mercado, no basta con la calidad de las fibras, pero sí esto no va acompañado de un buen diseño, según patrones, y gustos del consumidor en destino existe poca probabilidad de negociación.

Realizar un trabajo de difusión de las ventajas de nuestra industria y sobre todo de nuestras fibras que permitan posicionarnos dentro del segmento medio y alto, que nos brinde un poder de negociación en cuanto a precios.

Es conveniente que las empresas puedan desarrollar más sus herramientas de marketing y que estas se encuentren acorde con los productos exhibidos, se notó que muchos compradores quedaron muy sorprendidos al ver la calidad de sus productos que no se mostraba a través de las fotos enviadas o del material promocional.

Es importante que las empresas tengan en claro que tipo de oferta van a comercializar si una oferta que busca promocionar marca o el servicio de sourcing, si son empresas que están en ambos, presentar dos colecciones diferentes, con precios distintos a fin de evitar confusiones al comprador.

A fin de poder presentar al comprador las opciones de producción, se recomienda llevar no sólo una colección netamente de invierno sino que también de primavera-verano, ya que también existen dos tipos de compradores, el importador que busca proveedores para la siguiente colección, y boutiques que están en la búsqueda de productos para colocar en tienda.

En relación a las fechas del showrrom, es recomendable hacerlo antes de toda la programación de ferias del sector, o al término, de manera que se asegure una mayor asistencia de compradores.