

Perú MODA DECO

I. ANTECEDENTES

Perú Moda y Perú Moda Deco 2020 es uno de los principales eventos de la industria de la vestimenta, artículos de regalo y decoración en el Perú que tienen por objetivo propiciar que compradores internacionales establezcan relaciones comerciales con empresas nacionales que destacan por su reconocida oferta, capacidad de respuesta y versatilidad para ajustarse a las necesidades del mercado.

Este evento se ha desarrollado en el marco de una crisis sanitaria por el Coronavirus (COVID-19), que ha conllevado a una transformación digital a nivel de las empresas y la Organización. Bajo este contexto mundial se observa que varias ferias especializadas presenciales han sido canceladas o postergadas o han migrado a un formato virtual ofreciendo una ventana de exhibición dinámica que optimiza tiempo, espacio, visita de compradores, selección de la oferta, alcance y trazabilidad. De la misma manera, ferias enfocadas en la promoción de marcas propias, han lanzado sus versiones digitales que incluyen marketplaces, showrooms y foros virtuales brindando opciones de precios más reducidos. Pitti Filati (Italia), Premier Vision (Francia y USA), Neonyt (Alemania), Cabana Show (Francia), Coterie (USA) y Playime (Francia, China y USA) son claros ejemplos de esta realidad.

Por el lado de la región, la feria Colombiamoda también migró su realización al formato digital, bajo el slogan de “La semana digital de la moda” que se llevó a cabo del 27 de julio al 02 de agosto a través de una plataforma que incluyó espacios para el encuentro de negocios, marketplace, charlas y pasarelas online. Todo ello concebido bajo la necesidad del consumidor B2B y B2C, en esta nueva coyuntura.

Bajo este nuevo contexto Promperú, estimó el desarrollo de la rueda Perú Moda & Perú Moda Deco 2020, edición 100% digital, del 01 al 30 de octubre, considerando los siguientes componentes:

- 1.- Rueda de negocios.
- 2.- Foro académico “Feel & Live Sustainable”.
- 3.- Concurso de Sostenibilidad e Innovación en la Industria Textil, Vestimenta y Decoración.
- 4.- Experiencia de realidad virtual 360° Perú Moda Deco.

II. DESARROLLO

2.1 Rueda de negocios; la misma consideró las 07 principales líneas de producto priorizadas por el Sector:

- Prendas de algodón
- Prendas de bebés y niños
- Prendas de alpaca
- Calzado y accesorios
- Joyería

- Marcas y diseñadores.
- Decoración y regalo.

La rueda de negocios logró congregarse a un total de **321 empresas exportadoras**, provenientes de 11 regiones del país Lima (75 %), Arequipa (8 %), Cusco (6 %), Ayacucho (3 %) y otras procedencias (8 %).

Del total de empresas participantes el 83 % fueron pymes exportadoras y el 12 % medianas. Cabe destacar que el 21 % de las empresas asistentes, participaron por primera vez en el evento.

EXPOSITORES	Cupos	Aprobados (MBM)	%Avance	LIMA	AREQUIPA	CUSCO	AYACUCHO	JUNIN	PUNO	LA LIBERTAD	ICA	CAJAMARCA	LAMBAYEQUE	APURIMAC
Algodón	105	67	64%	64	1		1				1			
Alpaca	90	87	97%	44	18	15	2	4	3					1
Bebés y Niños	50	46	92%	45										1
Joyería	30	22	73%	19		1						1	1	
Calzado y Accesorios	30	26	87%	19		1				6				
Marcas	35	34	97%	30	3	1								
Decoración y Regalo	60	39	65%	19	4	2	8	3	1		1	1		
Total Cupos	400	321	80%	240	26	20	11	7	4	6	1	2	2	2
% de Regiones				75%	8%	6%	3%	2%	1%	2%	0%	1%	1%	1%

TAMAÑO	EXPOSITORES	Algodón	Alpaca	Bebés y Niños	Joyería	Calzado y Accesorios	Marcas	Decoración y Regalo	% de Tamaño
Big - Exports above 7 000 000 USD	17	13	2		1		1		5%
Mid size company - Exports up to 7 000 000 USD	39	15	6	6	1	3	3	5	12%
Micro and small company - Exports up to 1 000 000 USD	265	39	79	40	20	23	30	34	83%
	321	67	87	46	22	26	34	39	

TIPO	EXPOSITORAS	%
Nuevas	66	21%
Antiguas	255	79%
Total	321	

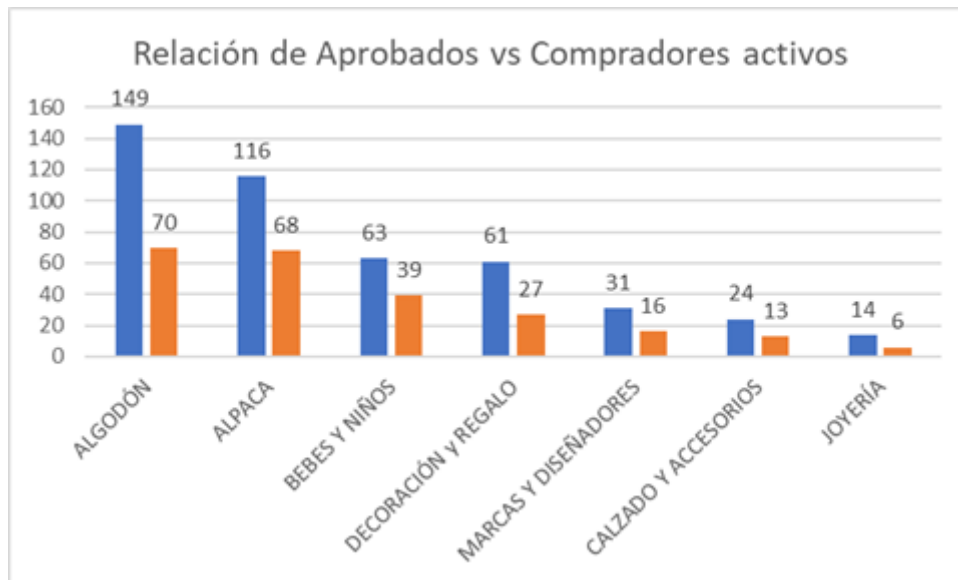
Respecto a los **compradores internacionales**, se inscribieron 543 de los cuales se aprobaron a 458 compradores, predominaron los siguientes países: Estados Unidos, Argentina, Chile y Brasil. De los compradores aprobados han realizado reuniones efectivas **239 compradores** donde el 59% fueron compradores nuevos y procedentes de 32 países.

Registros	Aprobados	Activos en rueda	Observadas	Desaprobadas
543	458	239	72	14

Cabe mencionar que se contó con empresas que no fueron aprobadas o desaprobadas, se mantuvieron en el estatus de "observadas" por no contar con el sustento de OCEX. Cabe mencionar que se informaba a OCEX sobre las inscripciones y status semanalmente.

La demanda internacional que participó en la rueda estuvo interesada principalmente en la línea de algodón en un 29 %, y en la línea de alpaca (29 %), en prendas de bebés y niños (16 %), y en

la línea de decoración (11 %). Así mismo dichos compradores mostraron mayor afinidad por la oferta sostenible, con experiencia textil y tradición milenaria.



2.2 Foro Académico "Feel & Live Sustainable".

El foro "Feel & Live Sustainable", estuvo organizado en 5 temáticas de acuerdo a los siguientes bloques: Bloque Internacional, Foro Textil Exportador (ADEX), Bloque Sostenibilidad, Bloque Comercial, Bloque Sostenibilidad y el V Congreso de Joyería (ADEX). Fueron 57 ponentes participantes de los cuales 36 fueron internacionales y 21 nacionales.

Asimismo, logró contar con 3,723 espectadores vinculados, del total, 50% fueron emprendedores, 25% empresarios exportadores/potenciales exportadores y 25% estudiantes de la Industria de la Vestimenta y Decoración.

Para la realización del foro se establecieron 6 convenios con instituciones nacionales e internacionales con: WGSN (líder mundial en tendencias de moda del consumidor), Colegiatura Colombiana, ADEX, Clúster FAIR, Chio Lecca Fashion School y la Asociación de Diseñadores de Moda del Perú. Asimismo se tuvieron invitados internacionales y nacionales cooperantes como: La fundación de Ellen Macarthur (UK), Fashion Revolution (UK), Fashion for Profit (USA), American Apparel Producers' Network (US), El Sourcing Journal (US), El Clúster de prendas de vestir de Bogotá (Col), con apoyo de la Oficina de Cooperación Internacional se contó con: la Organización Canadiense de Servicios Ejecutivos, con apoyo de las oficinas comerciales se contó con: Paris Good for Fashion (Fr), Re-Bello (It), Fashion Revolution Italia y Solid International (Bélgica).

Los bloques con mayor audiencia fueron aquellos enfocados en la sostenibilidad y joyería; que contaron con una audiencia por bloque mayor a los 900 espectadores.

Para la ejecución del foro, se contó con un landing page <http://foro2020.perumoda.com/> que permitía el registro de los interesados, comunicaba el programa según bloque a detalle y permitía conectarse directamente a las ponencias en vivo; para lo cual se utilizó la plataforma de zoom. Asimismo, todas las ponencias fueron grabadas y se encuentran disponibles en el canal

de PerúModa en Youtube <https://www.youtube.com/user/perumodaoficial/videos> , siendo de libre acceso para los interesados.



2.3 El concurso de Sostenibilidad e Innovación en la Industria Textil, Vestimenta y Decoración, nació a fin de reconocer a las empresas con prácticas sustentables que generen valor agregado a la oferta exportable. Las empresas ganadoras fueron: Textil del Valle por su gestión en el proceso productivo y Topy Top por la implementación de dichas prácticas en la categoría de producto.

Las empresas ganadoras obtuvieron un trofeo y una beca para asistir al Programa Online de Singularity University: "Foundations of Exponential Thinking (Estados Unidos) que se cursará de forma exclusiva en el marco del Programa Ideas Exponenciales de la Universidad de San Andrés (Argentina). Este programa les permitirá compartir en simultáneo, un espacio de creación e intercambio de conocimientos con expertos internacionales y contarán con un tutor experto que le ayudará a incorporar lo aprendido a sus empresas. Este concurso contó con el auspicio de Red Rock Rebels, consultora que asesora, educa y trabaja con organizaciones que buscan aplicar tecnologías disruptivas para resolver desafíos globales y facilitar un impacto positivo.

2.4 La experiencia de realidad virtual 360° Perú Moda Deco; aplicativo a través del cual los compradores nacionales e internacionales, así como el público en general accedió a las pasarelas virtuales, showroom de productos del sector en 3d, exhibición e infografías de nuestras fibras naturales y la revista del sector. El ingreso a dicha plataforma está permitido para los próximos 06 meses.



Conoce el mundo de Perú Moda Deco virtual

Disfruta de lo mejor de nuestra industria de la vestimenta y decoración a través de la experiencia 3D de Perú Moda Deco, con videos 360, la revista Perú Moda, información de las marcas sectoriales Alpaca el Perú, Perú Textiles y mucho más

**Perú Moda Deco App tiene de todo.
¡Descárgalo y déjate sorprender!**



DESCARGA PARA
WINDOWS

DESCARGA PARA
MAC

INSTRUCCIONES



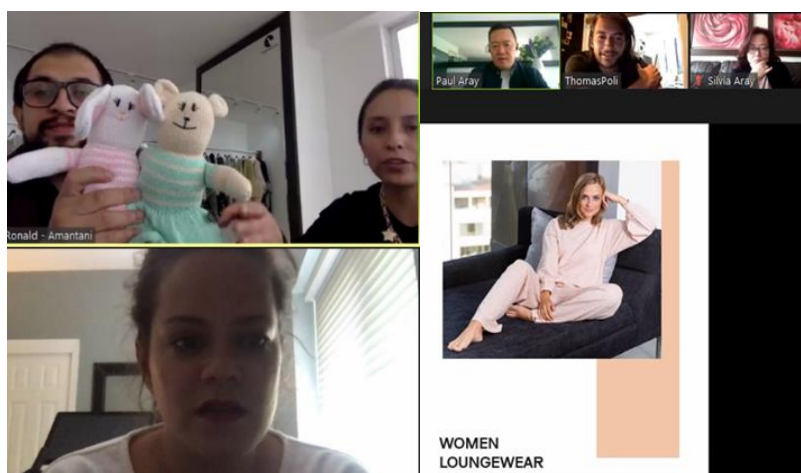
www.perumoda.com



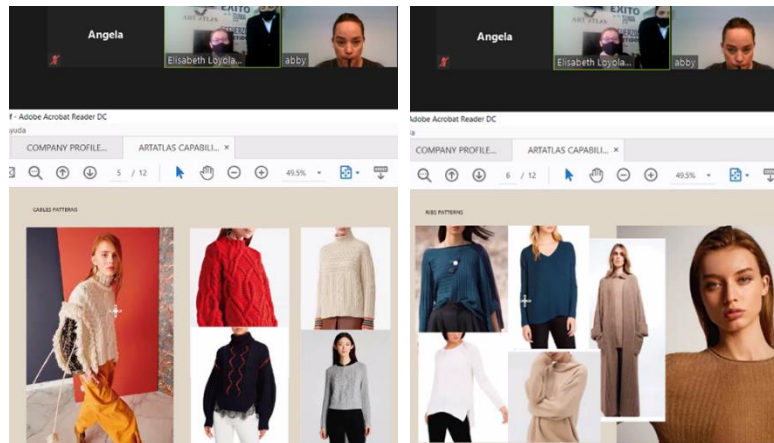
III. CONCLUSIONES

	SPOT US\$	Proyección 1-3 meses US\$	Proyección 3-6 meses US\$	Proyección > 12 meses US\$	Total US\$
Comprador	634.271,00	25.950.000,00	54.075.000,00	99.775.000,00	180.434.271,00
Exportador	1.935.514,00	114.425.000,00	138.100.000,00	212.700.000,00	467.160.514,00

- La proyección de ventas a 12 meses, tomada desde la perspectiva del comprador arroja un estimado de **US\$ 180.434.271**
- De la participación de **321 empresas exportadoras**, 21 % fueron nuevas y la participación se incrementó en un 55% respecto de la participación de la versión presencial del 2019.
- Del total de empresas expositoras participantes 25% fueron empresas de regiones y un 75% son de Lima y Callao, cabe mencionar que el 92% son empresas exportadoras y un 8% aún no han exportado.
- Por el lado de **compradores el 59% de los 239 fueron nuevos**. Se han llevado a cabo un total de **1367 citas, donde 8 fueron extemporáneas**.



- Los compradores, por empresa, contaron con un promedio de 2 a 3 representantes por cita, consultando a los exportadores por información del tipo de clientes (segmentación) que atienden. En el formato tradicional de Perú Moda priorizamos al “decisor de compra”, generalmente el representante Comercial, pero el formato virtual, permitió que participe el equipo completo, es decir una delegación que incluyó también a los representantes de Producción y Diseño.



- Las **prácticas de sostenibilidad** tienen mayor connotación por la coyuntura del **Covid-19**. Los compradores están muy interesados en certificaciones, producción sostenible y de reciclado, hay una mayor valoración por los materiales/insumos naturales como el algodón y la alpaca en sus diferentes mezclas.
- Cabe mencionar que debido a la actual coyuntura COVID-19 en la categoría de algodón se incorporó la línea de ropa hospitalaria, productos que tuvieron acogida por parte de los compradores internacionales.
- Bajo la especialidad de la oferta sostenible destacó el requerimiento de productos con las siguientes características. En algodón la línea **de t-shirts, pijamería, loungewear y homewear**. En prendas **tejidas en alpaca reciclada, alpaca natural sin teñir o teñidos de manera natural**, prendas desarrolladas con prints digitales o teñidos a mano. También mezclas de acrílico con algodón.
- El MOQ (Minimum Order Quantity) fluctuó desde 300 unidades en adelante.
- Asimismo, Perú Moda Deco ofreció artículos de decoración y regalos como **cojines, tapices, juguetes**, complementos, entre otros. Se presentaron piezas únicas de alpaca y otros artículos de reconocimiento mundial como la cerámica de Chulucanas, retablos de Ayacucho, sombreros de paja toquilla, toritos de Pucará, entre otros.
- Con respecto a la Línea de Decoración y Regalo, es importante indicar que existe un número importante de participantes que no contaban con una página web acorde a las necesidades actuales, es decir que cuenten con un concepto moderno, intuitivo, simple y que cuente con catálogos virtuales que permitan a los compradores conocer los diferentes productos y sus características resaltantes. Por el lado de los compradores, se hace necesario que se incorporen nuevas bases de datos de nuevos mercados que no han sufrido mucho impacto por la pandemia, así como compradores que busquen productos sostenibles, amigables con el medio ambiente y orientados al comercio justo.
- El personal de apoyo en el seguimiento a las citas diarias ha sido fundamental para el éxito de la rueda, se sumó personal de las distintas oficinas de Promperú como la Sub Dirección de Desarrollo Exportador, la Sub Dirección de Inteligencia Comercial y la Sub Dirección de Regiones.

- En esta edición contamos con los siguientes auspiciadores: Banco de Crédito del Perú, FedEx Express, Cotton Council International, Connect America, Banco Interamericano de Desarrollo, Centric Software, Nextperience Peru.

IV. Recomendaciones – Lecciones aprendidas

- La coyuntura COVID-19 ha transformado las prioridades de las empresas globales que abastecen su oferta a través del sourcing, buscando proveedores bajo los principios de la sostenibilidad, espacio en el que las empresas exportadoras peruanas pueden encontrar una importante participación y diferenciación por el origen de sus fibras naturales como el algodón y la alpaca, por su saber hacer y por el arraigo de su tradición textil milenaria que cautiva al contexto internacional. Por lo antes mencionado se hace relevante **contribuir con una campaña de promoción y marketing que difunda frente al contexto internacional dichas fortalezas.**
- **Continuar y mejorar el formato de ruedas virtuales**, se muestra como una herramienta que enfoca de manera directa los intereses de las partes con la facilidad de contar con el equipo completo de decisión de venta y compra.
- El evento fue extenso por lo que se recomienda que en una próxima edición esta tenga una **duración máxima de 15 días, clasificando la participación de los compradores por hemisferios** de tal manera que OCEX pueda concentrar esfuerzos en un período específico.
- Oceg debe ser clave en el seguimiento de agendamiento de sus compradores y trabajar con deadlines. Se podría indicar que **antes que inicie la rueda los compradores ya deberían tener un mínimo de citas agendadas** puesto que difiere el número de compradores confirmados de los que realmente generaron agenda de negocios.
- La **logística ideada para el seguimiento de las citas fue bastante efectiva**, lo mismo que permitió subsanar las deficiencias de la plataforma contratada, como por ejemplo cuando no era posible el acceso rápidamente ofreciendo a los participantes links de Google meet, zoom o Skype a los participantes con el objetivo de dar cumplimiento a la cita. Igualmente se notó que la mayor cantidad de citas se concentró en la mañana, por lo que se debe considerar más personas de apoyo para ese turno, prioridad que se tomó en cuenta para los días de alta frecuencia de citas.
- Importante **contar con personal de apoyo permanente desde la etapa de convocatoria, ejecución y post evento**, que facilite la interacción con los expositores y compradores al evento. Dicho apoyo es fundamental, además, para la orientación a los participantes y el seguimiento documentario de los expositores y compradores.
- Fundamental, fue el incorporar de manera previa, un conjunto de **capacitaciones preparatorias** que permitieron reforzar y actualizar información en cuanto a gestión comercial, logística y de calidad en las empresas peruanas participantes en el evento ahora bajo el actual contexto COVID -19.

- De manera general, **se hace necesario contar con una evaluación de parte del sector de los exportadores participantes durante las citas de negocios virtuales**, cuidando que estos cumplan con los siguientes requisitos:
 - La presentación y vestimenta personal de las personas encargadas de las reuniones debe ser formal.
 - La puntualidad en la asistencia a cada reunión.
 - La ambientación del espacio donde se realiza la reunión debe ser el adecuado, ya sea mostrando parte de su oferta o sus instalaciones y no debe ser realizada en ambientes informales, con tránsito de personas, bulla y controlando la luz ya que esto impide tener la visión de la otra parte.

Aquellas empresas que no cumplan con dichos requisitos deberán someterse en futuros eventos a pruebas de reuniones virtuales piloto con personal del sector, en la cual se verifique el cumplimiento de estos requisitos.

Atentamente,

**Departamento de la Industria de la
Vestimenta y Decoración.**