



1. ANTECEDENTES

Del 21 al 29 de mayo se llevó a cabo la 1era rueda virtual del Departamento de la Industria de la Vestimenta y Decoración VIRTUAL B2B MATCHMAKING – USA. Dicha iniciativa se llevó a cabo a fin de brindar una alternativa comercial a las empresas del rubro frente a la situación de emergencia que vive el País por el COVID-19, coyuntura que conllevó a cancelar el formato tradicional de Perú Moda & Perú Moda Deco programado del 22 al 24 de abril pasado.

La dinámica de dicha actividad, consideró a 11 compradores de EEUU, quienes bajo la estrategia comercial de sourcing, confirmaron su participación en la rueda tradicional de Perú Moda. A dichos compradores se les remitió el perfil de las empresas exportadoras que bajo la categoría Premium Sourcing, participarían en el evento, así mismo se tomó en cuenta su experiencia exportadora en el mercado americano.

La labor de confirmación de los compradores estuvo a cargo de la Gestora de Negocios contratada para Perú Moda, cuyos términos de referencia fueron adaptados para la nueva configuración de la actividad.

2. DESARROLLO

Generalidades de la actividad

Exportadores	21
Compradores	11
Duración de las reuniones en el sistema	45 minutos
Fecha	Del 21 al 29 de mayo (sin considerar fin de semana, ni feriado americano del 25)
Plataforma o aplicativo de soporte para la realización de las reuniones	Zoom
Líneas de negocio participantes	Prendas de vestir en algodón y alpaca
Estrategia comercial	Sourcing

Indicadores de inicio

La meta de participación establecida inicialmente fue de 10 Compradores vs 30 Exportadores y los resultados concretos fueron como se detalla a continuación.

PERFIL	CONFIRMADOS	NRO. CITAS	MÁXIMO CITAS POR PERFIL	PROMEDIO DE CITAS POR PERFIL
EXPORTADORES	21	73	8	5
COMPRADORES	11	73	13	8

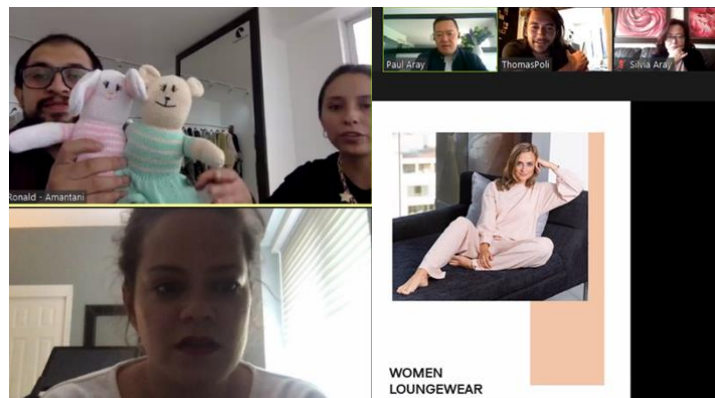
Como se puede apreciar la meta de **Compradores fue superada logrando un 110%** y en el caso de Exportadores llegamos al 70% de lo proyectado, cabiendo precisar que en esta ocasión fueron los compradores los que seleccionaron a las empresas exportadoras con las que se reunirían.

Ratio de ejecución por día

FECHAS RUEDAS	CITAS PROGRAMADAS	CITAS REALIZADAS	CITAS REPROGRAMADAS	CITAS CANCELADAS	TOTAL ACUMULADO CITAS	AVANCE	Compradores	Exportadores
21-May	8	6	2	0	6	75%	3	8
22-May	13	11	2	0	17	85%	3	8
26-May	19	17	0	2	34	89%	6	16
27-May	14	13	1	0	47	93%	6	10
28-May	10	9	0	1	56	90%	5	7
29-May	13	12	0	1	68	92%	3	8
TOTAL	77	68	5	4	68	88%	11	21

Importante destacar el compromiso, seriedad y puntualidad tanto de los Exportadores como de los Compradores frente a esta nueva configuración de plataforma comercial y ello lo prueba el bajo nivel de cancelaciones que se suscitaron básicamente por temas de salud por parte de 2 compradores.

Así mismo, se ha evidenciado que **a nivel virtual hay una mayor predisposición para las reprogramaciones de citas** que en el formato presencial en el que se hace complejo ubicar al comprador para contar con la disponibilidad de reservar su agenda.



Expectativas de negocios

	Encuestas al 29.05	Spot	Proyecciones 1-3 meses	Proyecciones 3-6 meses	Proyecciones > 12 meses	TOTAL
Exportador	68	215,000.00	208,100.00	932,100.00	1,885,000.00	3,240,200.00
Comprador	23		2,000.00	110,000.00	20,000.00	132,000.00

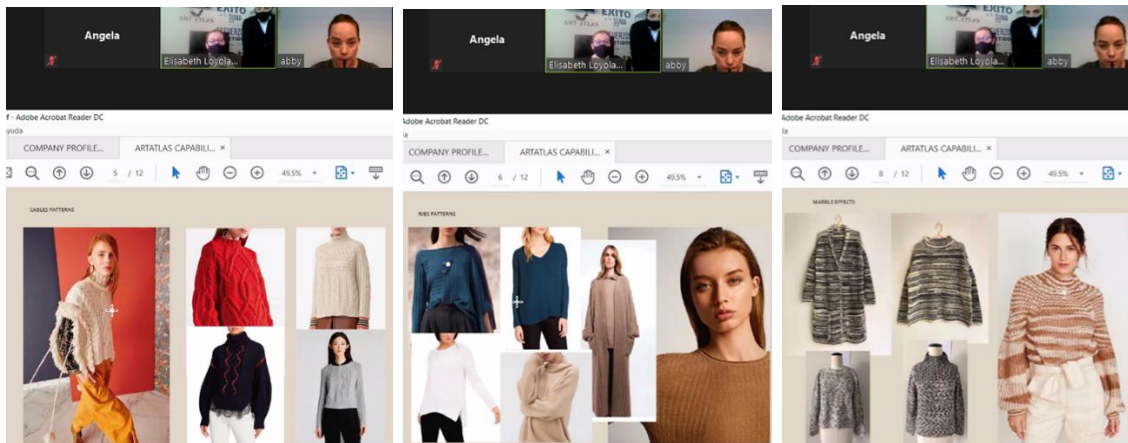
El 97% de las encuestas respondidas por los Exportadores reflejan una proyección de ventas totales de US\$3,240,200.00.

Respecto a los Compradores, ha sido complicado el llenado, pues la mayoría de ellos tenían citas consecutivas y la plataforma no permitía que cualquiera de los representantes completara la información sino únicamente el Principal y si el Principal no lo hacía tenía que derivarlo, esto ya dilataba el proceso y generaba malestar ya que estaban en una plataforma cuya funcionalidad no conocían en su totalidad.

3. Conclusiones

- La **proyección de ventas total fue de US\$ 3,240,200** destacando la demanda de prendas de algodón y alpaca para adultos producidas bajo las prácticas de sostenibilidad.
- El 86% de las empresas exportadoras fueron de Lima y el 14 de Arequipa (se muestra el detalle en los anexos)
- Las empresas Exportadoras se presentaron con un alto nivel de profesionalismo, remarcando muy bien su diferencial y ventajas competitivas. Si bien es cierto todas contaban con experiencia exportadora, generaron el realce gracias a una asesoría de SAE denominada **B2B On line**, programa a través del cual recibieron dirección estratégica de presentación en una negociación sobre esta nueva configuración de plataforma comercial-virtual.





- Los compradores, de un alto nivel profesional también, participaron en 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 en traer al evento 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.

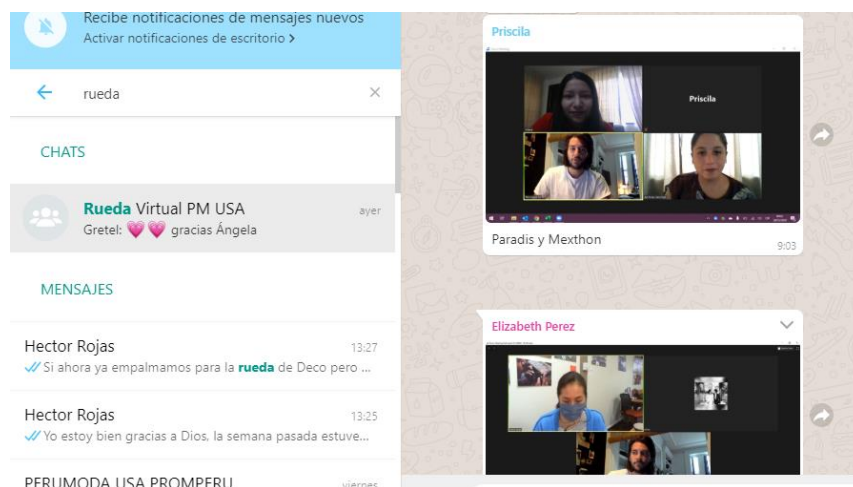


- Seis compradores, es decir más de la mitad de los participantes interactuaron por primera vez con Promperu en una matchmaking con la oferta peruana.
- Los Compradores se mostraron interesados en saber **cómo los Exportadores tenían planificado el reinicio de labores en sus fábricas durante y post cuarentena**, inclusive indagando hacer de la capacidad de producción con la que iniciarían. Sus proveedores habituales no les están respondiendo por dicha restricción a nivel mundial, lo que significa una buena oportunidad para nuevos abastecimientos.
- 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.
- 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 and 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.
- Motivados por las prácticas de sostenibilidad que realizan las empresas exportadoras hay compradores que están considerando el **trasladar su producción al Perú** y como ejemplo uno de ellos con producción de t-shirts en Turquía e India está evaluando producir en el País.
- Por la coyuntura, **los Compradores están abriendo nuevas líneas de producto**. Tuvimos el caso de una compradora dedicada principalmente a la juguetería textil que incluyó como parte de su demanda, en esta jornada, el requerimiento de prendas tejidas para bebés.
- El MOQ (Minimum Order Quantity) fluctuó desde **300 unidades** en adelante.
- Otro factor diferencial para los compradores fue el conocer que las empresas peruanas abastecen a nivel sourcing a compradores de prestigio global como Gucci, Prada, Loro Piana, etc, esta segmentación les permitió taguear el nivel de desarrollo y calidad de la oferta de las empresas peruanas.



4. Recomendaciones

- La coyuntura COVID-19 está transformando 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 a 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.
- La mayoría de los Exportadores manifestaron que el match funcionó bastante bien. Recordemos que en esta ocasión, fueron los Compradores los que seleccionaron a los Exportadores, sin embargo un menor porcentaje considera conveniente volver al formato tradicional de selección mutua.



Con este grupo pequeño de participantes se pudo controlar la asistencia prácticamente de uno a uno, sin embargo, para una participación a mayor escala se deberá contar con un protocolo y equipo especializado y de apoyo para dicha labor.

- La forma de comunicación, bajo la coyuntura actual, ha cambiado, para generar una claridad en el mensaje, es importante propiciar el acercamiento con los participantes y la comunicación vía celular es una herramienta indispensable para ello, inclusive trasciende la formalidad de un correo electrónico.

EMPRESAS EXPORTADORAS PARTICIPANTES

N	RUC	EMPRESA	WEBSITE	REGIÓN
1	20101283403	ALLPA S.A.C.	www.allpaperu.com	Lima
2	20602172415	AMANTANI KNITS S.A.C	www.amantani.pe	Lima
3	20413770204	ART ATLAS S.R.L.	www.artatlasperu.com	Arequipa
4	20516438445	BERGMAN RIVERA SAC	www.bergmanrivera.com	Lima
5	20507907114	CATÁLOGO SAC	www.catalogosac.com	Liima
6	20522252213	CLASSIC ALPACA SAC	www.classicalpaca.pe	Lima
7	20551622631	COLCA FABRICS S.A.C.	www.colcafabrics.com	Lima
8	20557418831	COTTON CREATIONS SAC	www.cottoncreations.com.pe	Lima
9	20463541681	COTTON PROJECT S.A.C.	www.cottonproject.com	Lima
10	20100226813	INCALPACA	www.incalpaca.com	Arequipa
11	20100066786	INTRATESA S.A.C.	www.intratesa.com	Lima
12	20392692526	KNIT COUTURE S.A.C.	www.knit-couture.com	Lima
13	20536199242	KUSA COTTON PERU S.A.C.	www.kusacotton.com	Lima
14	20348150627	MEXTHON S.A.C	www.mexthon-mkm.com	Lima
15	20170291345	MFH KNITS S.A.C.	www.mfhknits.com.pe	Arequipa
16	20510227779	PERUVIAN SOURCING GROUP	www.psgsac.com	Lima
17	20306781252	PRECOTEX S.A.C.	www.precotex.com	Lima
18	20600492820	QUALE VEST S.A.C	www.qualevest.com	Lima
19	20199143647	RAFFA PROEXCO EIRL	www.alexiaiperu.com	Lima
20	20600958861	SINCRONIA TEXTIL SAC	www.sincrotex-peru.com	Lima
21	20392817167	TANDEM TEXTIL S.A.C.	www.tandemtextil.com	Lima