

# DESARROLLO DE MARCAS ES CLAVE PARA IMPULSAR CONFECCIONES PERUANAS A EE.UU.

Son atractivas las oportunidades para ingresar, comercializar y posicionar marcas propias en el mercado norteamericano considerando que en los últimos tres años las exportaciones registraron un buen desempeño.

# E

l Centro de Comercio de Exterior de la Cámara de Comercio de Lima ha observado que el mercado de confecciones ha evolucionado en diversos aspectos; ya sea por la incorporación de estrategias de marketing para redes sociales, desarrollo de aplicaciones para smartphones o la optimización de la cadena logística para satisfacer nichos de mercado; hecho que ha obligado a las empresas del sector de la moda a adaptarse y establecer planes que les permitan llegar a consumidores cada vez más exigentes e informados.

En el caso de las exportaciones peruanas hacia EE.UU., la evolución ha sido positiva durante los últimos tres años, mostrando un crecimiento de 3,6% con respecto al 2016 y 4,2% con respecto al 2015. Estos resultados se ven reflejados en el gráfico 1 donde vemos la



participación de nuestras exportaciones hacia nuestro principal mercado destino.

Asimismo, revisando las importaciones americanas para productos en tejido de punto durante los últimos cinco años, vemos que de las importaciones de T-shirts de algodón y fibras

sintéticas se ha reducido en 1,9%, en el periodo 2016-2017. Este resultado es de especial consideración dado que los T-shirts han sido los principales productos de exportación para la industria textil peruana durante los últimos 12 años. Sin embargo, identificamos que las



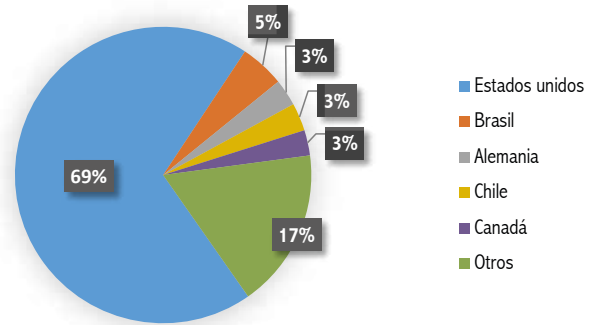
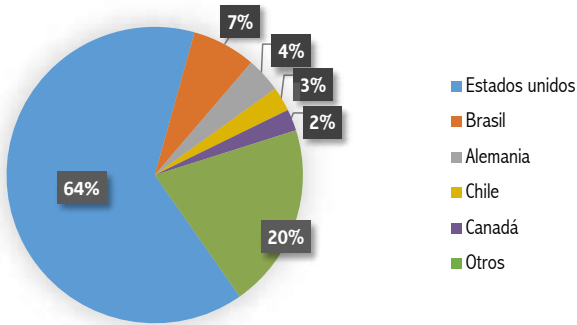
**CARLOS GARCÍA JERÍ**

Gerente  
Centro de Comercio Exterior  
Cámara de Comercio  
cgarciaj@camaralima.org.pe

PARTICIPACIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE CONFECCIONES EN EL 2016

PARTICIPACIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE CONFECCIONES EN EL 2017

AL CIERRE DEL 2017 LAS CIFRAS DE EXPORTACIÓN DE CONFECCIONES PERUANAS HACIA LOS EE.UU. TUVIERON UNA IMPORTANTE RECUPERACIÓN QUE IMPULSÓ LAS EXPORTACIONES TOTALES DE CONFECCIONES.



Fuente: Sunat

Elaboración: CCEX



los pantalones y shorts de algodón para varones (224%) y para damas (270%). El mismo comportamiento se puede encontrar en la importación de pantalones y shorts de fibra sintética para damas que aumentó en 268% y la importación de casacas y cortavientos de fibras sintéticas para varones (185%). Esta información es válida para considerar la oportunidad de incrementar el uso de fibras sintéticas en mezclas con nuestras fibras naturales que permitan adaptarse a los requerimientos del mercado americano. Cabe resaltar que estas oportunidades, serán mejor aprovechadas si se lleva a cabo un apropiado ejercicio de investigación de mercado y desarrollo de productos.

y accesorios, producida en diversas partes del mundo.

Dentro de esta feria de tendencias, se habilitó por primera vez una zona de exhibición *Sourcing* textil de alto acabado, teniendo los visitantes un perfil más especializado y segmentado. Cabe señalar que Promperú y la Cámara de Comercio de Lima, organizaron la participación conjunta de empresas peruanas de confecciones en sus versiones julio 2017, enero 2018 y próximamente en julio 2018. En las dos primeras ediciones mencionadas, participaron 29 empresas con oferta de prendas de algodón y alpaca, logrando expectativas de negocios superiores a los US\$ 27 millones para los siguientes 12 meses.

importaciones de *sweaters* y productos similares, tanto de algodón como de fibras sintéticas, han presentado crecimiento equivalente a 0,6% y 5,0%, así como la demanda de pantalones y *shorts* en fibra sintética para dama.

En el caso de la importación de prendas de tejido plano, en los últimos 5 años encontramos que en 2017 algunos productos muestran un crecimiento resaltante como

**NUEVAS PLATAFORMAS**

Considerando los diversos cambios mencionados y la coyuntura actual, debemos apuntar a una estrategia diferenciada para optimizar los resultados en las actividades de promoción comercial, por lo que se vuelve de gran importancia potenciar la participación nacional en ferias como *Premiere Vision - Nueva York*, considerado un evento que reúne oferta seleccionada de tejidos, prendas

**“EN EL 2017, LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR CONFECCIONES A EE.UU. REGISTRARON UNA VARIACIÓN POSITIVA DE 3,6%”**



**EXPECTATIVA DE NUEVAS MARCAS EN EE.UU.**

Esta participación permitió contactar a representantes comerciales de importantes marcas tales como Billy Reid, DVF, Lord & Taylor, Kenneth Cole, Brooks Brothers, entre otros; quienes se reunieron con las empresas peruanas y confirmaron su interés por el producto peruano. Durante las reuniones establecidas, los compradores internacionales reconocieron el fino acabado de los productos expuestos, la experiencia de las empresas peruanas para una óptima negociación y el conocimiento técnico idóneo para satisfacer a un mercado americano que siempre está en búsqueda de nuevas alternativas en el vestir. Sin embargo, en las condiciones de mercado actuales los pedidos tienden a ser menores y se exige alta rotación y flexibilidad, lo que obliga a modificar el modelo de negocio con el que Perú había venido trabajando.

Por lo tanto, las oportunidades para ingresar, comercializar y posicionar marcas propias en un mercado tan dinámico como el americano son muy atractivas, lo cual se ve reflejado en el comportamiento de las exportaciones

de importantes marcas desde Perú hacia el mercado americano (ver gráfico 2). Podemos identificar que la exportación de marcas top evaluadas en los últimos tres años, en su mayoría presentan crecimientos sostenidos al cierre del 2017.

**CONCLUSIONES**

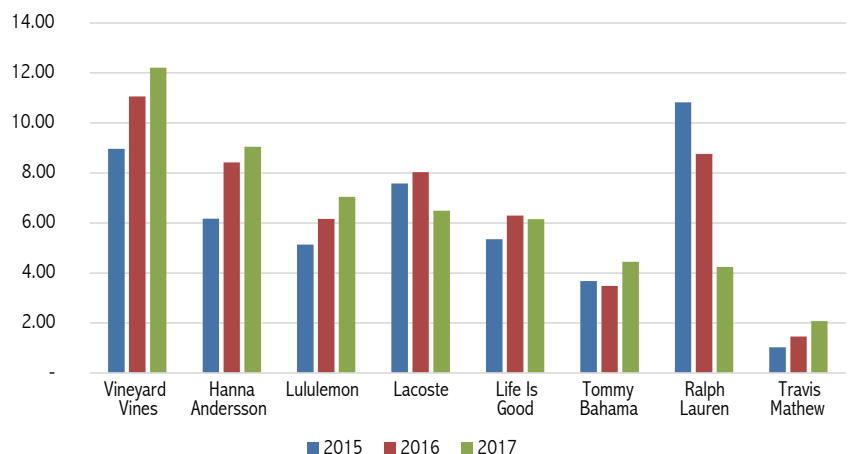
Este resultado nos permite llegar a dos conclusiones. Primero, los servicios de *sourcing* están aprovechando la oportunidad de recuperación ante la coyuntura que presenta el sector, identificando nuevas marcas

que presentan requerimientos particulares en tamaño de pedidos y características de composición, lo cual exige una rápida adaptabilidad de las empresas peruanas. Segundo, la demanda por nuevas marcas, debido al cambio y evolución de los consumidores americanos, abre oportunidades para el ingreso de marcas propias a dicho mercado.

Las empresas peruanas del sector han comprendido esta situación y vemos que nuevas alternativas se vienen desarrollando localmente con una visión estratégica hacia la internacionalización. Al respecto, Promperú recientemente lanzó un programa de apoyo para empresas peruanas que desarrollan marcas propias, lo que permitiría fortalecer su propuesta de valor y estrategia de comercialización, muy necesarias para ingresar a un mercado tan competitivo como el americano. Desde la Cámara de Comercio de Lima, estamos enfocados en apoyar este impulso, desarrollando actividades de capacitación, asistencia técnica y promoción comercial que permitan la creación y expansión de marcas peruanas para el mundo.

**EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE MARCAS TOP HACIA EE.UU. EN MILLONES US\$**

IMPORTANTES MARCAS DE PRENDAS DE VESTIR HAN AUMENTADO SUS REQUERIMIENTOS Y PEDIDOS DE PRODUCCIÓN DESDE EL PERÚ. LA DIVERSIFICACIÓN Y FLEXIBILIDAD ES LA ESTRATEGIA QUE PERMITIÓ SOPESAR LA COYUNTURA DEL SECTOR.



Fuente: Camtrade

Elaboración: CCEX