

Seminarios Miércoles del exportador

Oportunidad y desafío para el mercado de prendas de vestir y artesanías en EEUU

Lima, 28 de mayo de 2025



MBA Econ. Angiolina Galluccio

Asesor de Negocios Internacionales

Índice

- Globalización
- Análisis situacional
- Población en EEUU
- Público Objetivo
- FODA Análisis
- Comunicación Efectiva
- Estrategia de negociación
- Preparación para la negociación
- El negociador
- Errores en la negociación

- Agentes
- Administración interna
- Seguimiento al cliente
- Negociación y contratos
- Apoyo a la internacionalización
- Ferias internacionales
- Desafíos y riesgos
- Recomendaciones

1 Análisis situacional

Tratado de Libre comercio Perú EEUU



Nuevo sistema arancelario EEUU



10% sobre el valor de compra

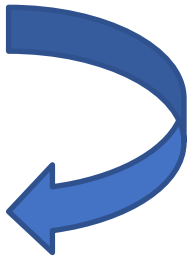
Versus

Importaciones de China - EEUU



Nueva Tasa de Arancel

Arancel actual = 34%

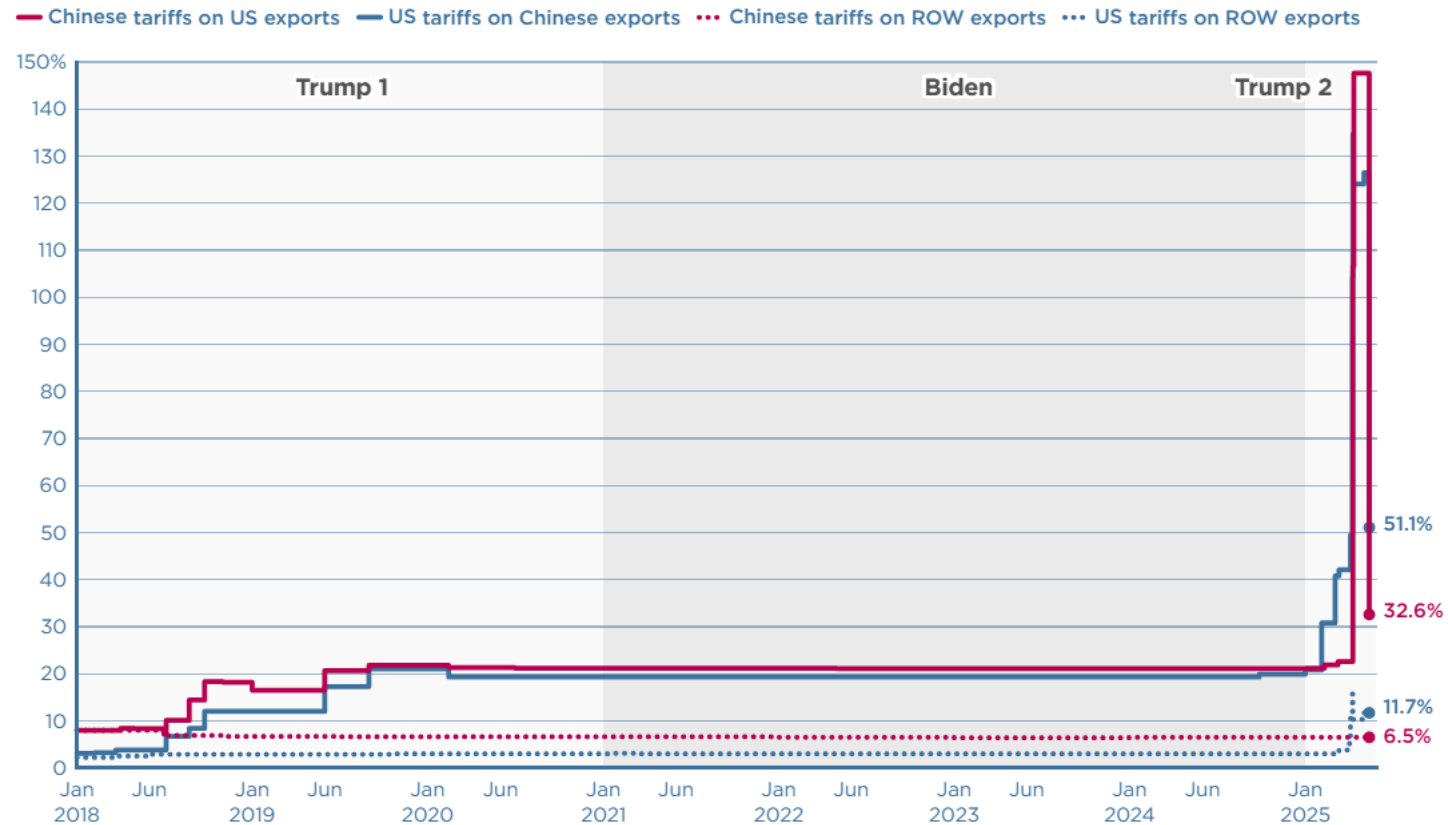


Aranceles de importación China – Estados Unidos

US-China trade war tariffs: An up-to-date chart

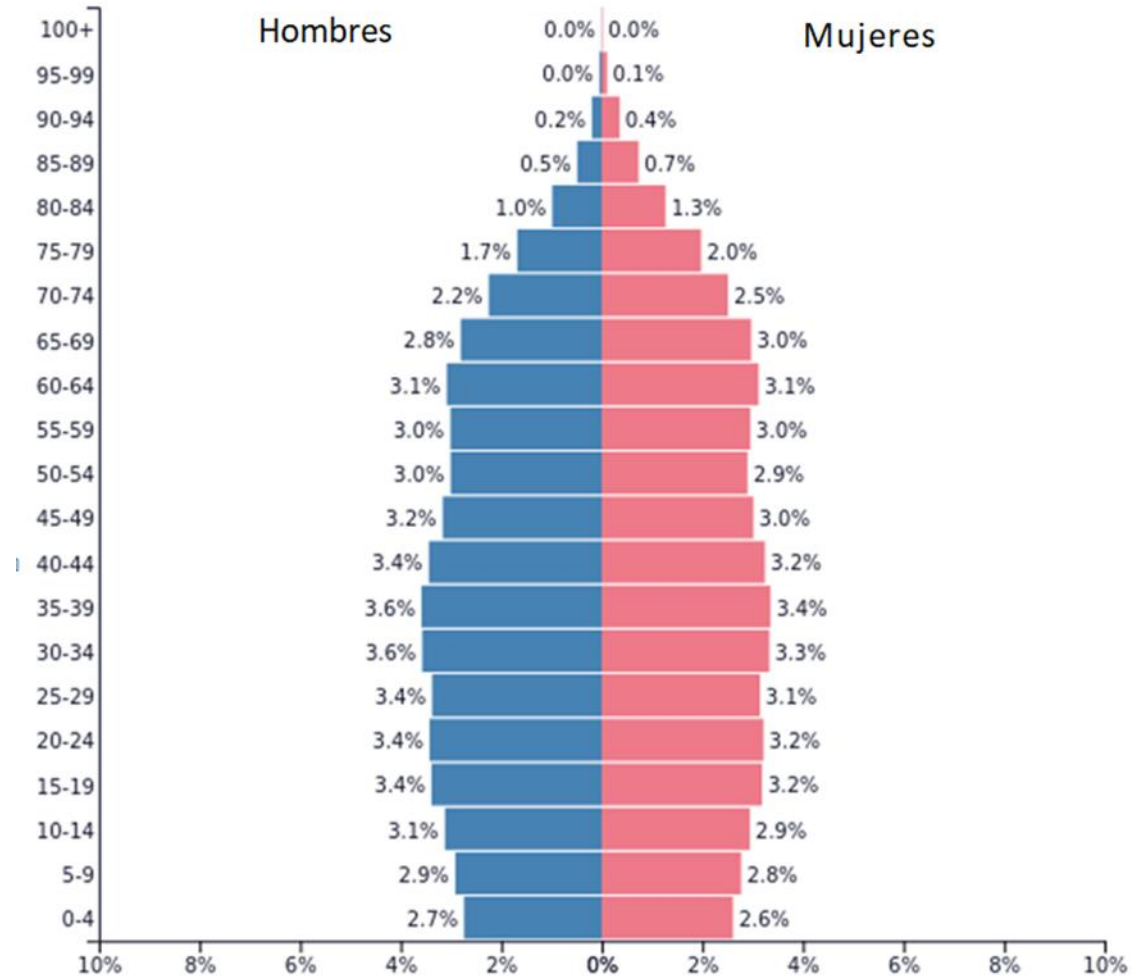
Last updated May 14, 2025

a. US-China tariff rates toward each other and rest of world (ROW)



Fuente: Peterson Institute for International Economics (2025)

Población a Mayo 2025 en EEUU

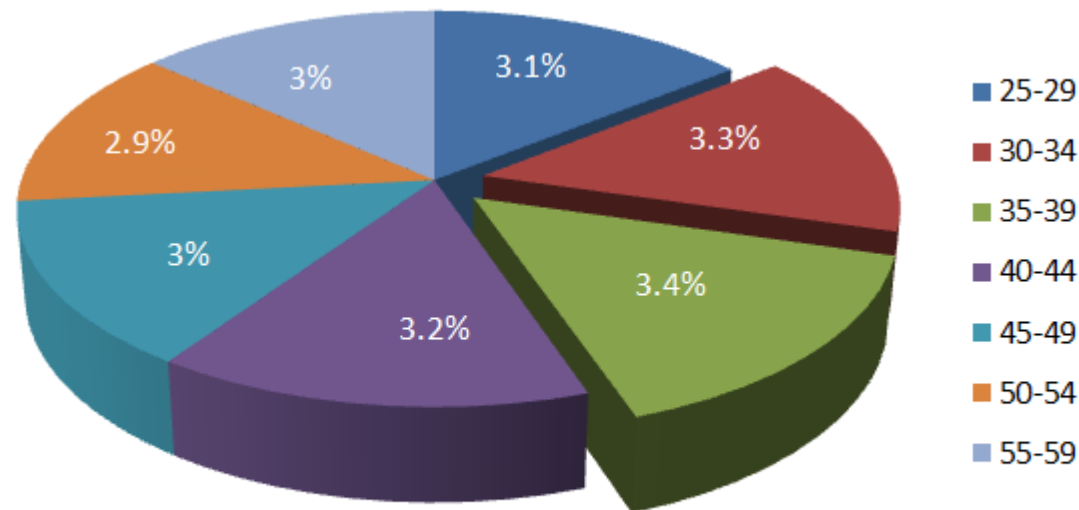


PopulationPyramid.net

United States of America - 2025
Population: 347,275,807

Población objetivo ó Target

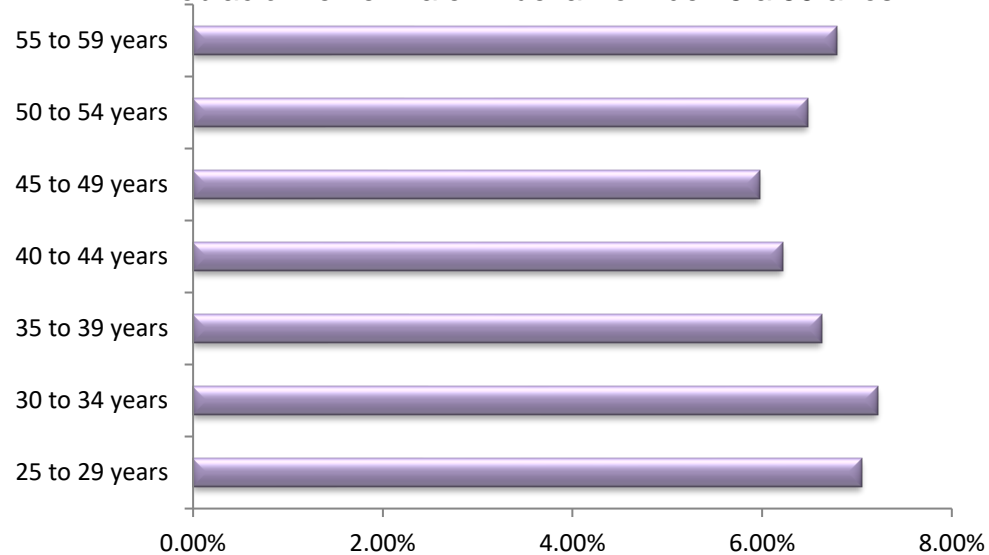
EDAD	MUJERES
0-4	9,064,557
5-9	9,629,975
10-14	10,232,233
15-19	11,074,746
20-24	11,171,530
25-29	10,929,609
30-34	11,571,066
35-39	11,662,009
40-44	11,273,405
45-49	10,474,961
50-54	10,070,521
55-59	10,269,311
60-64	10,833,204
65-69	10,322,654
70-74	8,718,733
75-79	6,860,766
80-84	4,403,296
85-89	2,552,359
90-94	1,235,815
95-99	371,868
100+	56,358



Total 76'250,882 personas

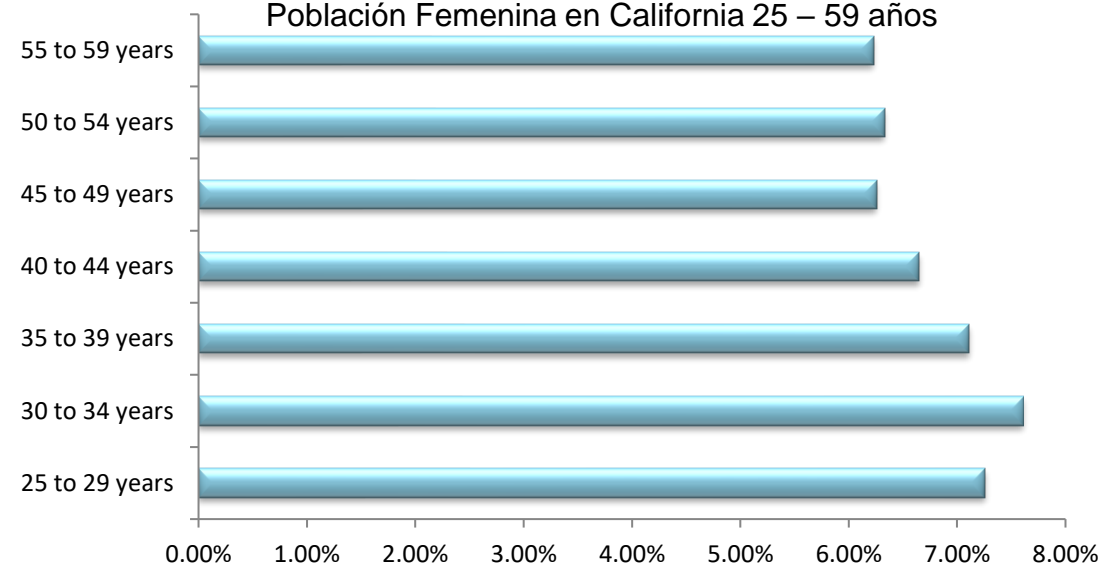
NICHO CONSUMIDOR

Población femenina en Nueva York de 25 a 59 años



EDADES	POBLACION	PORCENTAJE
25 - 29	1,401,629	7.05%
30 - 34	1,433,834	7.22%
35 - 39	1,317,805	6.63%
40 - 44	1,236,424	6.22%
45 - 49	1,185,975	5.97%
50 - 54	1,288,586	6.48%
55 - 59	1,349,777	6.79%

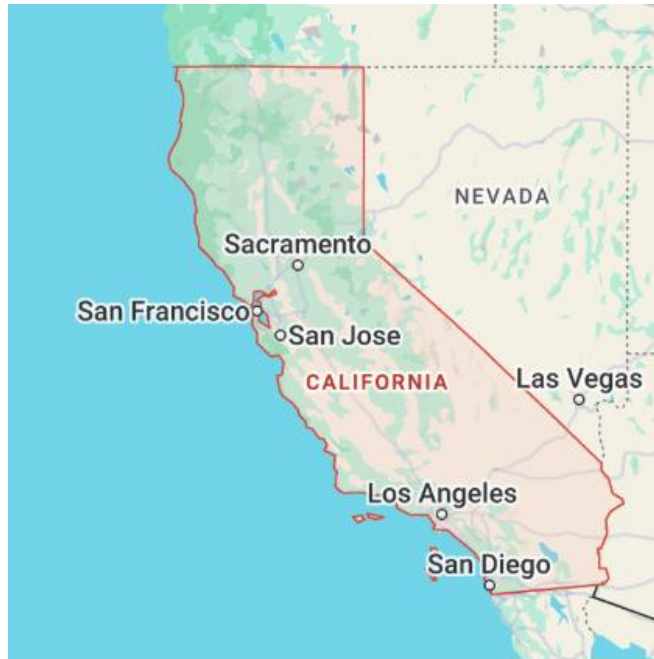
Población Femenina en California 25 – 59 años



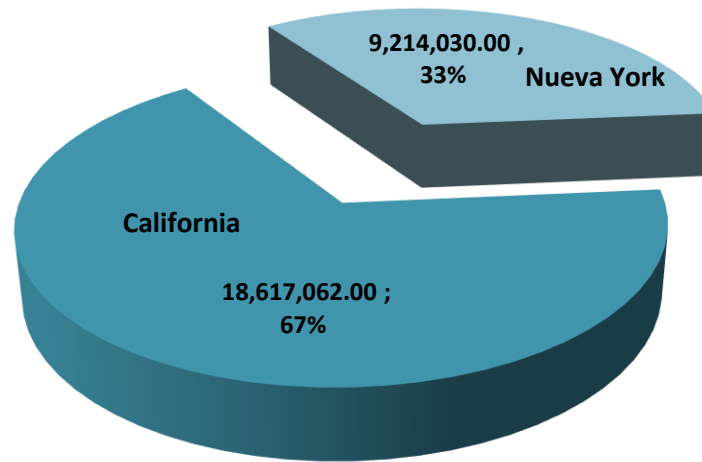
EDADES	POBLACION	PORCENTAJE
25 - 29	2,849,879	7.26%
30 - 34	2,984,988	7.61%
35 - 39	2,789,866	7.11%
40 - 44	2,609,109	6.65%
45 - 49	2,454,933	6.26%
50 - 54	2,484,376	6.33%
55 - 59	2,443,911	6.23%

Fuente: Nelisberg.com (2025)

Público objetivo



California



27'831,092



Nueva York

FODA ANALISIS

Fortalezas:

- Capacidad de producción
- Maquinaria (si la tuvieran)
- Estilos (de tener marca propia) Productos
- Experiencia
- Materiales que usan en sus productos

DEBILIDADES

- Contratación de servicio de terceros para fabricar sus productos
- Poca capacidad de producción
- Falta de acceso financiero para poder visitar clientes en destino
- Falta de experiencia en exportaciones
- Carecer de una página web (donde sea fácil ubicarlos y ver sus productos en línea)

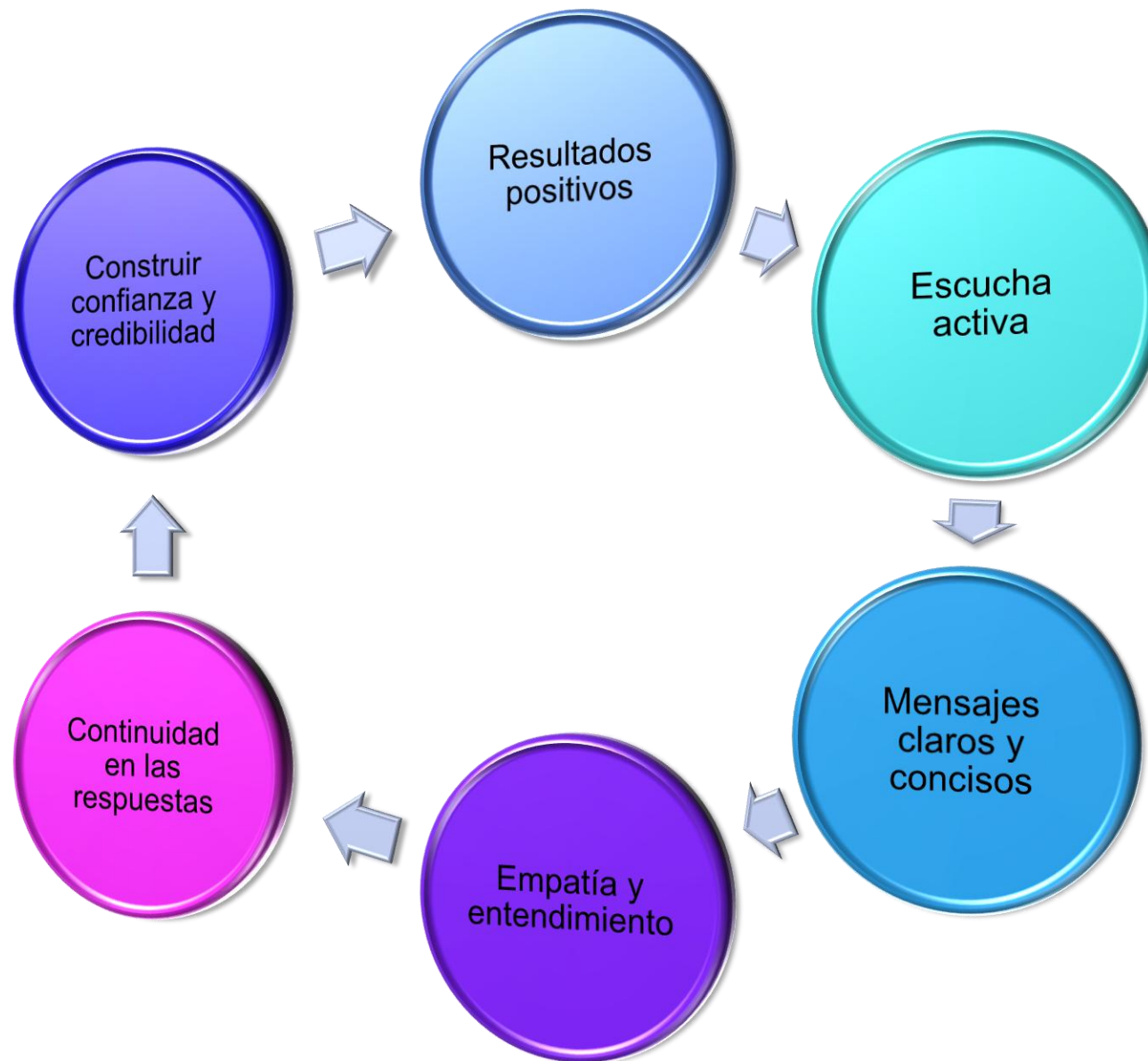
Oportunidades

- Consumo
- Precios
- Ferias
- Visitas comerciales
- Programas de Apoyo a la internacionalización

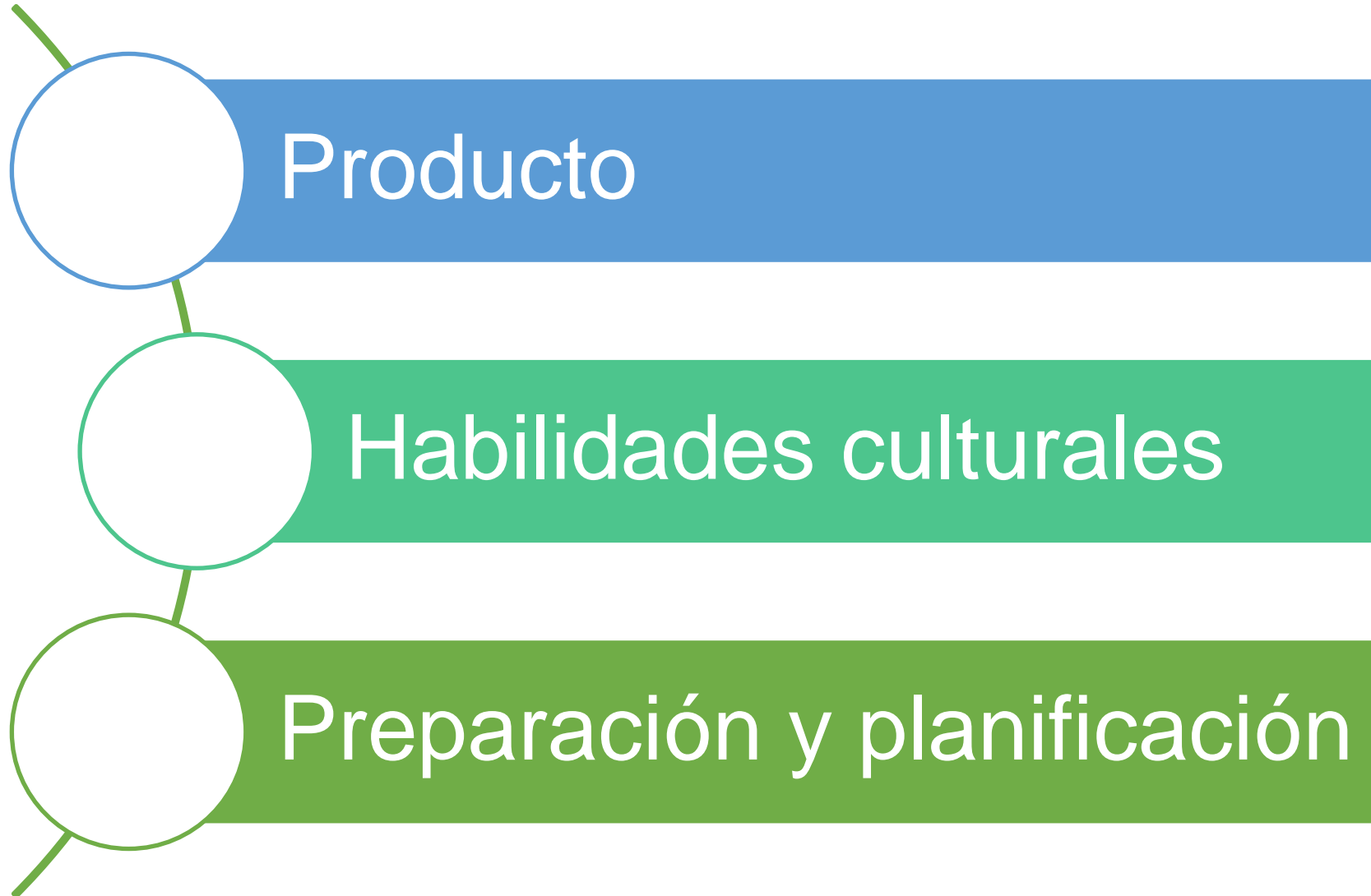
AMENAZAS

- Competencia
- Incremento de los aranceles
- Eliminación completa del tratado de libre comercio
- Decline de la economía
- Recesión

Comunicación efectiva con clientes



ESTRATEGIAS PARA UNA BUENA NEGOCIACION



Preparación y Planificación de la negociación

Visitas Comerciales



Productos

Página web

Agendar citas

Buscar apoyo de las oficinas comerciales de Promperu

<https://institucional.promperu.gob.pe/consultaPPM.aspx>

La estrategia en negociación es el conjunto de procesos, que engloba los propios objetivos, los métodos, las acciones a desarrollar y los instrumentos a utilizar.

Preparación de Muestras



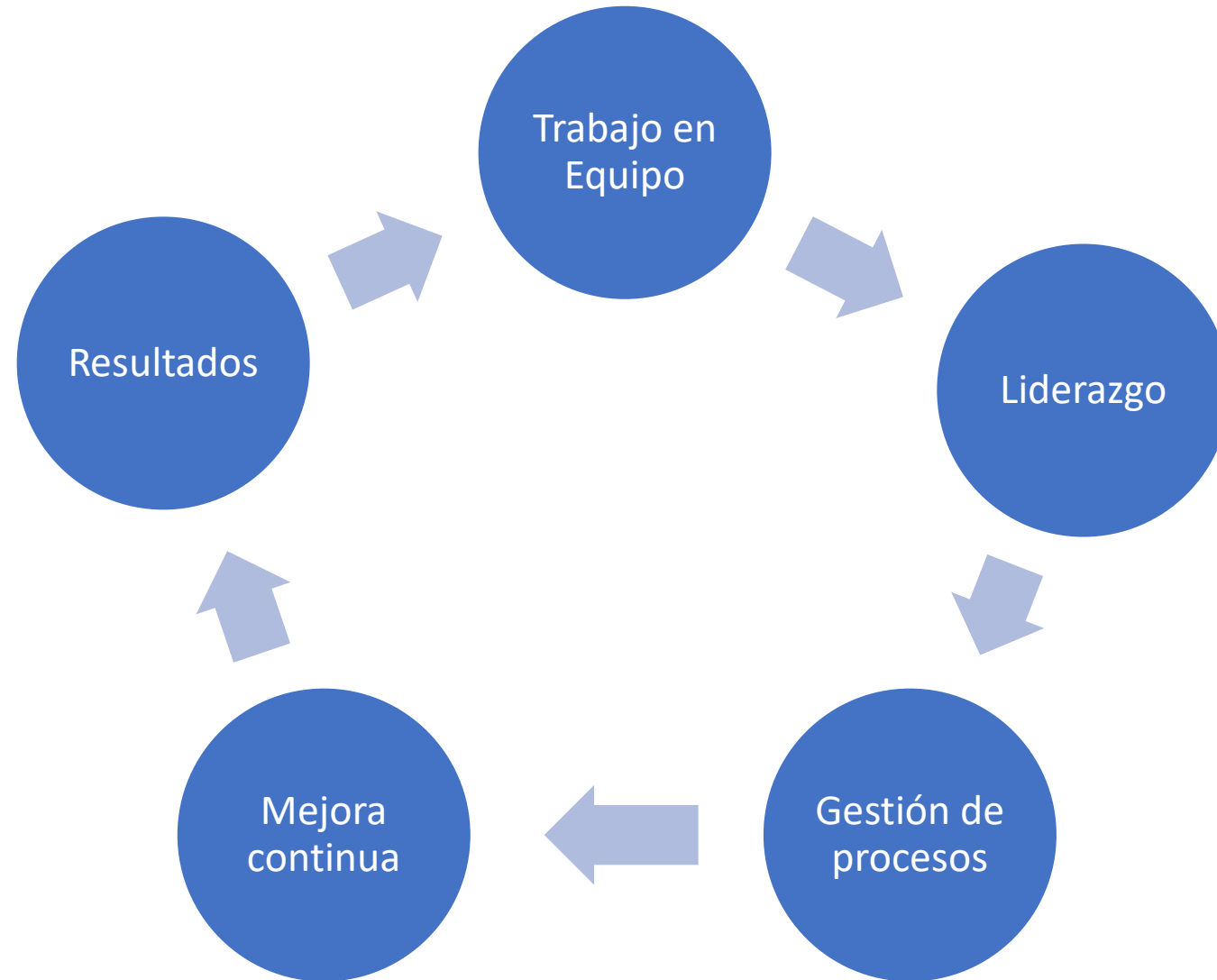
EL NEGOCIADOR



Errores en la Negociación Comercial

- Subestimar su propia autoridad, capacidad y fortalezas. (Cuando la persona no está segura de sí mismo y sus capacidades)
- Sobrestimar el conocimiento de su oponente sobre sus debilidades. (Pensar que su oponente es débil y aceptará todo lo que se le proponga)
- Sentirse intimidado por el prestigio, rango, título o logros educativos de su oponente.
- Estar influenciado por, precedentes, estadísticas, pronósticos o iconos y tabúes culturales.
- Ofrecer un producto que no se tiene.
- Ofrecer tiempos de entrega que no se cumplirán.
- No tener continuidad en las comunicaciones con el cliente.

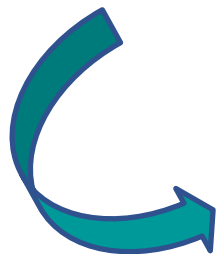
Fortalecimiento de habilidades



Fortalecimiento de habilidades

- Conocer el producto
- Prepararse para una visita comercial
- Tener habilidad para negociar
- Ofrecer credibilidad
- Utilizar estrategias convincentes
- Conocer a la contraparte
- Saber escuchar
- Hablar claro y preciso
- Llegar a acuerdos beneficiosos para ambos
- Conservar al cliente

AGENTES



- Apoyo en destino
- Conocimiento del mercado
- Activa cartera de clientes
- Facilita las negociaciones
- Habla el mismo idioma
- Elimina barreras



ADMINISTRACION INTERNA

- Profesional en ventas de exportación
- Profesional en manejo documentario de exportación
- Programación de producción
- Logística interna



SEGUIMIENTO AL CLIENTE

Email de agradecimiento

Llamada telefónica

Envío de muestras

Envío de precios

Email de seguimiento ¿Recibió las muestras?, ¿Recibió el precio? ¿Cuáles son sus comentarios?

CONSTANCIA



RESULTADOS

NEGOCIACION Y CONTRATOS



APOYO PARA LA INTERNACIONALIZACION

Programa de Apoyo a la internacionalización (PAI)



¿QUÉ ES EL PAI?

El Programa de Apoyo a la Internacionalización es el primer programa de cofinanciamiento no reembolsable de iniciativas de internacionalización, creado por el MINCETUR como uno de los instrumentos del Fondo MIPYME Emprendedor.

¿CUÁL ES SU OBJETIVO?

El PAI busca cofinanciar los proyectos de empresas peruanas, orientadas a fortalecer, promover y acelerar su proceso de internacionalización.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

El PAI está dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador, en especial de las Mipyme, que busquen concretar un proyecto de internacionalización.

www.pai.pe

FERIAS EN ESTADOS UNIDOS

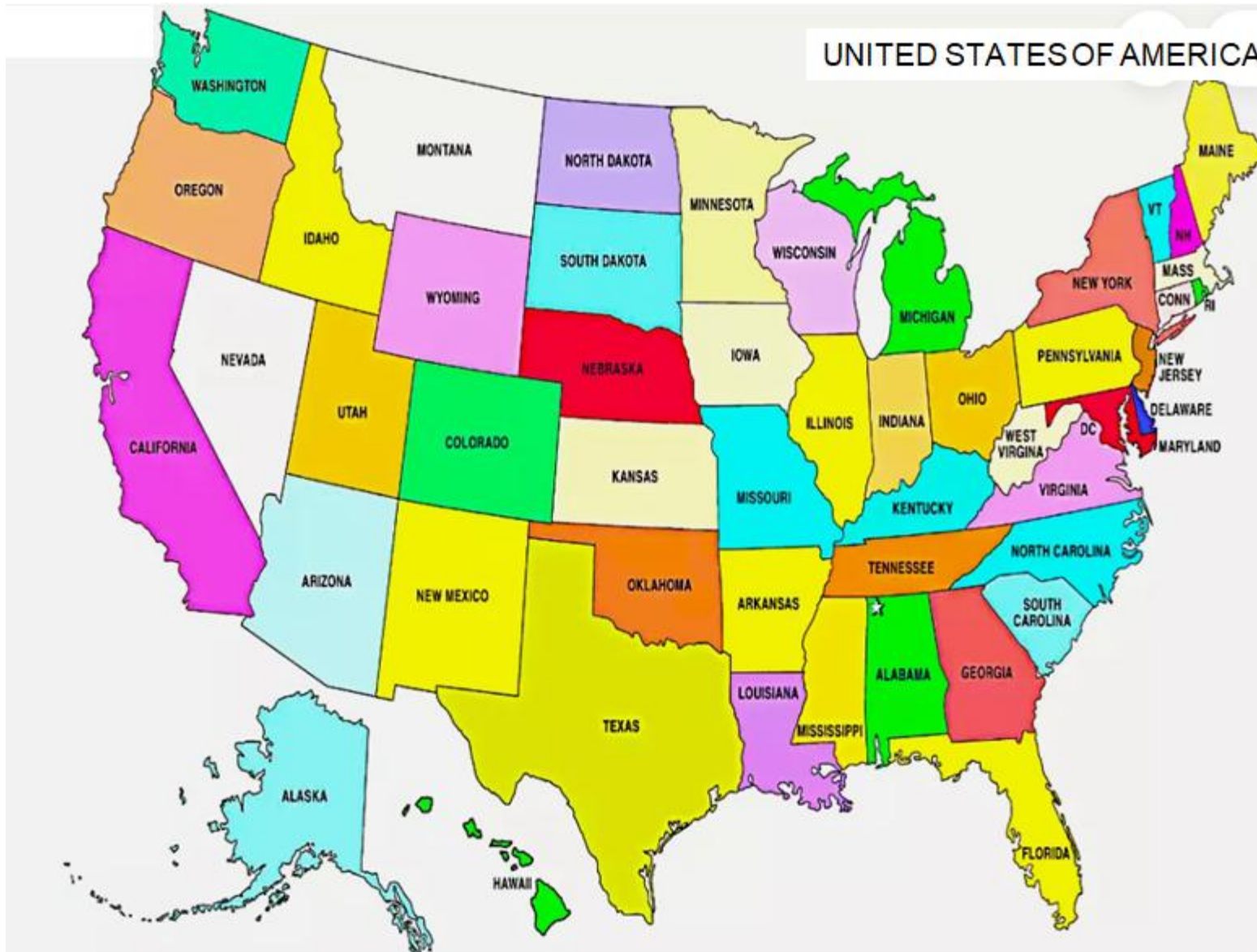
- COTERIE (para marcas)
- Texworld (oferta de producción de prendas)
- New York Now (decoración del hogar)
- Sourcing (NY)
- Premier Visión (Incluye manufactura)
- Playtime (Feria de prendas para bebés y niños)
- Magic (NY & LA)
- ASD Market Week (Las Vegas)
- PROJECT Las Vegas
- TRENDZ Apparel Trade Show



DESAFIOS O RIESGOS



RECOMENDACIONES



Buen producto

Precio competitivo

Comunicaciones fluidas y rápidas

Contar con una buena página Web

Ofrecer alternativas

Realizar visitas periódicas al cliente

Contratar un agente en destino

Ser persuasivos

Usar estrategias convincentes

Buscar apoyo de los entes gubernamentales

Seminarios Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas



MBA Econ. Angiolina Galluccio

angiolinagalluccio@gmail.com