

Feria Magic, Febrero 2011

Ficha Técnica:

Magic Show

Ámbito : Internacional
Edición : Otoño - Invierno 2011/2012
Fecha : Del 16 al 18 de Febrero del 2010
Frecuencia : Semestral (febrero y agosto)
Recinto : **Para Sourcing, WWD y Platform**
Las Vegas Convention Center,
3150 Paradise Road
Las Vegas, NV 89109

Para Magic

Mandalay Bay Convention Center
3950 Las Vegas BLVD. South
Las Vegas, NV 89119

Organizador : Advanstar Communications Inc
One Park Avenue New York, NY
10016-5802
Telf: (001) 917-326 6326
Fax: (001) 917-326-6268
cs@magiconline.com
www.magiconline.com

Carácter : Profesional
Tipo de visitantes : Compradores de grandes almacenes, cadenas,
Pequeñas, tiendas, mayoristas, periodistas y editores.
Otras ferias relacionadas : Project, Poll, Slate, Treetwear, Premium, FN
Platform, Magic, WWD, Pool.

I. Aspectos Generales:

Con el apoyo de PROMPERÚ un grupo de empresas peruanas participaron por décima sexta vez en Magic Show Las Vegas, feria especializada en prendas de vestir, telas, accesorios y servicios relacionados con la industria de la confección, que se celebró del 13 al 16 de febrero en Las Vegas, Estados Unidos.

Este evento es uno de los más importantes del mundo, por la naturaleza de los expositores y por la amplitud de rubros que incluye por lo que en cada versión, recibe a más de 70,000 visitantes, entre los que destacan miles de minoristas, boutiques y cadenas de tiendas nacionales e internacionales que buscan establecer nuevos contactos.

Perú estuvo presente en el **Área de Sourcing**, zona orientada a la exhibición de compañías que cuentan con una producción industrial de altos volúmenes. En dicha área se dieron cita más de 550 expositores de 40 países, que generaron negocios por más de US\$ 195 millones y fue visitada por reconocidas marcas mundiales como Abercrombie & Fitch, American Eagle Outfitters, American Rag, Anchor Blue, Disneyland, Sears, Zappos, Bealls, entre otras.

Paralelamente se tuvo participación en la Feria Moda Las Vegas, la misma que se llevó a cabo del 14 al 16 de Febrero: Esta feria convocó a empresas y diseñadores gestoras de marcas en las líneas de prendas de vestir, la exhibición se llevó a cabo en el Centro de Convención The Venitian, Las Vegas.

La presencia de Perú en estos eventos resulta de gran interés, puesto que se trata de actividades que constituyen vitrinas de exposición para la oferta exportable peruana del sector textil y confecciones, en especial para las prendas de vestir y accesorios.

II.- Exportaciones Peruanas a EEUU y aspectos coyunturales.

El sector textil y confecciones fue uno de las más afectados por la crisis internacional, sin embargo, en el 2010 presentó los signos de **recuperación** y logró cerrar el año con 1558 millones de dólares en ventas al exterior, un **crecimiento de 4.2%** respecto al 2009.

Es de destacar que las exportaciones de este sector a los Estados Unidos durante el 2010 también se recuperaron respecto al 2009, habiendo crecido en un 14%. Si bien **Estados Unidos** concentra el 44% del valor exportado, el sector viene diversificando sus ventas a otros mercados **regionales, así en los últimos 5 años** Argentina creció 815%, Brasil 436%, Colombia 114%, Bolivia 95% y mercados **Europeos** como Alemania y Reino Unido crecieron 72% y 64% respectivamente.

III.- Material publicitario utilizado para la difusión:

Banners: Éstos fueron proporcionados a cada uno de los expositores.



HTML: Carta electrónica dirigida a compradores internacionales.



IV.- Sobre la participación

Sourcing:

- 1.- New Expo; empresa exportadora de prendas para bebés en tejido de punto
- 2.- Corporación Textil V&L; empresa exportadora de t-shirts para damas y caballeros en tejido de punto.



Premium:

En este espacio exhibieron empresas cuya distribución comercial es a través de retailer, es decir que desarrollan el abastecimiento a boutiques y cadenas tiendas especializadas en la línea casual urbana juvenil para caballeros. Participaron las siguientes marcas:

3.- Verdette

4.- Nezio



En la **Feria Moda Las Vegas**, se exhiben prendas orientadas a la línea de damas. Los productos de mayor demanda fueron aquellos que cuentan con un alto valor agregado en diseño y alta costura como los vestidos y accesorios en alpaca y algodón, los volúmenes requeridos son pequeños pero también con mayores márgenes de utilidad. El canal de distribución es a nivel de retailer, donde la rotación del producto es bastante alta (entre los 15 y 30 días). Participaron las siguientes empresas:

5.- Alpaca Azul

6.- Alpaca Color

7.- Calicampo

8.- Confecciones Ly

9.- Distribuciones Loraq

10.- Inca Trends

11.- Jenny Duarte

12.- Alpaca Essence

13.- Sumy Kujon

14.- Perú Etnico

Cabe mencionar que las 07 primeras empresas son parte del Proyecto de Género del ITC de Arequipa, promovido por la Cooperación Internacional y por Promperu.

Acerca de los resultados obtenidos:

Actividad	Ventas concretadas \$	Proyección a 12 meses \$
Feria Magic Show Sourcing		1,000,000.00
Feria Magic Show Premium	25,800.00	510,000.00
Feria Moda Las Vegas	171,300.00	1,125,000.00
TOTAL	197,100.00	2,635,000.00

VI.- Conclusiones y Tendencias

La proyección de ventas a 12 meses; **en el área Sourcing** totalizó un valor de US\$ 1'000,000. El promedio de visitas recibidas promedian las 30 por día y de ello se concluye lo siguiente:

- 1.- Los productos con mayor acogida fueron las prendas de tejido de punto para caballeros: como t-shirts y polos box así como las prendas en tejido de punto para bebés.
- 2.- Con respecto a la procedencia de los importadores esta fue como sigue; 60% de USA, 15% Canadá, 10% México, adicionalmente se tuvieron visitas de Brasil, Francia y Alemania.
- 3.- Las empresas participantes manifestaron que volverían a participar en una próxima edición.
- 4.- Por el lado de la exhibición se contó con una buena presentación, primeramente por contar con una buena ubicación dado que estuvimos en pasillo central, como vecinos del Sourcing Hub que es la central informativa de la Feria y además de ello estuvimos al costado del Focus Country de esta edición – Egipto.

- Con respecto a otras delegaciones internacionales fuimos el único país Latinoamericano participante. Estuvieron presentes: Egipto con 12 stands, dichos expositores fueron llegando entre el 2do y 3er día ha consecuencia del convulsionado momento político que atraviesa el país. Así mismo estuvieron presentes Pakistán con 24 participantes, India con 70 expositores, 08 empresas de Taiwán, 28 empresas de Hong Kong y la gran presencia China entre otros.
- Se llevó a cabo por tercera vez la feria especializada en calzado de vanguardia, PLATFORM, orientada a un nivel de nicho de mercado. Por otro lado el área de Caballeros tuvo como lugar de exposición el Centro de Convenciones del Hotel Mandalay Bay, donde también se llevó a cabo la feria Project, show destinada a la línea de marcas juveniles de vanguardia. Se desarrollaron otra ferias en paralelo como: Mrket, Accesories The Show, (estas 2 realizadas en el mismo recinto de Moda Las Vegas) Curve, Kids Show, WWin Show, entre otras.

En Magic – Premium:

- Los productos exhibidos en esta zona fueron los T-shirts de algodón para caballeros en la línea urbana casual juvenil con alto valor agregado en diseño. Es importante destacar que una de las empresas participantes, Verdette, cuenta con un showroom en la ciudad de Nueva York, lo que le permite hacer un abastecimiento mucho más rápido respondiendo a la exigencia de alta rotación de abastecimiento exigida por éste mercado.

Moda Las Vegas:

- Los productos de mayor demanda fueron los desarrollados con alto valor agregado en diseño como los vestidos y accesorios en algodón y alpaca, los volúmenes requeridos son pequeños pero también con mayores márgenes de utilidad.
- Los visitantes manifestaron la conveniencia de contar con un representante o una oficina de distribución en destino.
- En esta área contamos con el soporte de Mariela Chávez de la OPE de Arequipa, quien monitoreara además la Misión Comercial realizada en la ciudad de Nueva York con gran parte de las empresas participantes en esta Feria.



VII.- Recomendaciones:

- Con respecto a Sourcing, es importante hacer una difusión dirigida a fin de lograr un mayor número de expositores, propiciando la participación de empresas que produzcan las líneas de prendas superiores de punto para caballeros, las cuales tuvieron acogida en el stand de oferta exportable.
- Con respecto a la participación en Moda Las Vegas, en la que participan empresas que distribuyen a nivel de retailer es importante el acompañamiento de una presentación que promueva una imagen con concepto de marca.
- La participación de la OPE Arequipa, a través de Mariela Chávez, ha sido muy productiva considerando que una de las labores de Promperú es realizar una gestión integradora en la que el coordinador conozca la actividad de promoción y así pueda propiciar la participación con argumentos de conocimiento y brinde al potencial participante las orientaciones del caso.
- Sería interesante replicar estas prácticas en demás OPE's para compartir el conocimiento que se vea impactado en un mayor número de participantes.
- La colaboración de la Oficina de Servicios Transversales de Promperú Exportaciones fue valiosa para lograr la presentación proyectada.