

## PERU EN COLOMBIAMODA 2011-CONFECCIONES

El Perú estuvo presente en el Colombiamoda, evento que es uno de los más representativos en el mercado latinoamericano, este año centra su atención al tema “Conciencia de Moda” en donde la moda conciente, la moda ética, es más que una tendencia... es un cambio fundamental de pensamiento. Debe ser una industria desarrollada desde los valores comunes, desde el respeto por el comercio justo, por la competencia leal, debe ser capaz de decir NO A LA COPIA, debe privilegiar las materias primas y las sustancias que generen el menor impacto en el medio ambiente, el reciclaje de desechos, la durabilidad de las prendas, entre otros.

Se contó este año con la participación de 16 empresas expositoras peruanas en la línea de confecciones y Joyería; llevadas directamente por PROMPERU, tomando los pabellones de Jeans Wear (90 m<sup>2</sup>), y Joyería - Bisutería (36m<sup>2</sup>).

### FERIA COLOMBIAMODA

#### I. Ficha Técnica

Ámbito:	Internacional
Fecha:	Del 26 al 28 de Julio de 2011
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Plaza Mayor de Medellín, Calle 41- 55 80
Horario de la feria:	9:00h-18:30h
Precio de la entrada:	\$40 por adelantado \$80 durante la feria
Organizador:	INEXMODA Calle 14 # 40A-173 Teléfono (574) 311 59 15- Fax (574) 266-2050 <a href="http://www.inexmoda.org.co">http:// www.inexmoda.org.co</a>
Superficie:	60.000m <sup>2</sup>
Servicios ofrecidos:	Señalización logo destacado alrededor de toda la feria, desfiles de marcas, restaurante, telefonía y comunicaciones, prensa. Convocatoria de más de 575 periodistas nacionales e internacionales. Terminales interactivos, Bluetooth, wifi.
Tipo de visitantes:	Compradores locales, internacionales, estudiantes y relacionados a la feria.
Próxima edición:	Del 24 al 26 de julio de 2012

#### II Participación en la feria

##### Expositores

Según Inexmoda, las expectativas de negocios: US\$ 95 millones, más de 25% más que el 2010 reportados por compradores nacionales e internacionales.

La participación de compradores internacionales llegó a 1.415 personas, provenientes de 51 países, frente a 30 países en 2010. Por su parte, la presencia de compradores nacionales aumentó en un 8%, con 8.013 registrados.

Con Medellín Ciudad Cluster se realizó el Segundo Encuentro Nacional Empresarial y también trajo una delegación de 10 compradores internacionales. Estas actividades generaron expectativas de negocios por US\$1.8 millones.

Cabe mencionar que por primera vez incluyeron el pabellón de Nuevos Modelos de Negocios con 28 expositores, dentro de las marcas que se presentaron: Americanino, Bésame, Calvin Klein, Cheeky, Chevignon, Chibel, Cyclus, Deputamadre69, Elipse, Esprit, Grisino, Grupo Cristal, Hering Store, Jon Sonen, Lee Cooper, María Camila Mesa, Mimo, Narciso Underwear, Nauta VEDAS, Offcorss. Owoko, Pilatos, Santorini, Tns By Tennis y Vélez.

En esta edición participaron 450 expositores (entre empresas nacionales e internacionales); en cuanto a expositores internacionales tenemos las delegaciones: Perú (18), Argentina (17), Chile (6), Portugal (5), Panamá (4), USA, Brasil, Ecuador, México con (2), entre otros. Consolidando a nuestro país como la más numerosa e importante delegación participante en la feria.

Se registró 9428 visitantes, que significó un incremento con respecto al año anterior de 6%.



Se contó con la participación de 1415 compradores internacionales provenientes de 51 países: Portugal, Argentina, México, Sudáfrica, Rusia, Emiratos Árabes, Italia, Francia, España, Gran Bretaña, Japón, Australia, Alemania, Canadá, Marruecos y Túnez; así como la presencia de compradores nacionales que aumento en un 8%.

Esta es una feria profesional y cerrada a visitantes especializados (la entrada de la misma cuesta US\$ 40, pago previo a la feria, y US\$ 80, durante la feria). Los visitantes son cadenas de distribución, redes de boutiques, marcas buscando servicios de subcontratación internacional.

La feria se apertura, con delegaciones de firmas como Prada, Aeropostale, Pao d' Azúcar y Máximo Costa, así como misiones comerciales organizados por Inexmoda y el Programa Medellín Ciudad Cluster: Pereira, Armenia, Manizales, Bucaramanga, Cúcuta, Villavicencio, Montería, Valledupar, Ibagué, Cali, Urabá Antioqueño, Tunja, Villa de Leyva, Pasto, Popayán y Girardot. Los compradores internacionales llegaron de México, Canadá, Chile, Costa Rica, Panamá y Portugal. Asimismo hubo bastante aceptación de la oferta peruana y afluencia de compradores en su mayor parte de mercado Colombiano.

El canal UNE de Colombia, tuvo la exclusividad de transmisión de Colombiamoda con un set estudio en la feria y pasarelas, cabe mencionar que se realizó entrevistas a las empresas peruanas de parte de la Revista de Gamarra de Perú, El Comercio y Expreso. PROMPERU difundió la participación a través de publicidad colocada en la Guía de Expositores que es repartida a expositores y compradores extranjeros.

EL COLOMBIANO como el diario el TIEMPO fueron los medios escritos que tuvieron exclusividad en la cobertura del evento.

Colombiamoda en esta edición sectorizó de la siguiente manera la feria:

#### Pabellón Blanco

1. Foro de tendencias
2. Diseñadores by Vogue
3. Talento joven
4. Formal – Casual
5. Punto de Encuentro Proexport

#### Pabellón Amarillo

1. Infantil-Bebe
2. Full Package
3. Jeans Wear
4. Joyería y Bisutería

#### Pabellón Azul

1. Nuevos Modelos de Negocios
2. Calzado y Marroquinería

#### Pabellón Rojo

1. Intimo-Ropa Interior
2. Beachwear – Vestidos de baño
3. Hogar
4. Foro de Hogar

#### Hall Central

1. Sala de Prensa
2. Instituciones-Entes Gubernamentales
3. Concurso Latinoamérica Habla

#### Zona Urbana

1. Plaza Gourmet
2. Activaciones de marca

#### Gran Salón

Pasarelas

### Participación Peruana En Colombiamoda 2011

Se contó con la participación de 10 empresas expositoras en la línea de confecciones y 05 empresas expositoras y un stand de oferta exportable en la línea de Joyería; llevadas directamente por PROMPERU, tomando los pabellones de Jeans Wear (90 m2), y Joyería - Bisutería (36m2)

<b>PABELLON AMARILLO: JEANS WEAR</b>	
<b>STAND</b>	<b>Expositor</b>
744	CREACIONES ROSAN EIRL
746	NEIMA SAC
748	DISEÑOS PUNTO AZUL S.A.C.
750	FASHION TEXTIL COTTON S.A.C
966	ARM INTERNACIONAL DE NEGOCIOS SAC
968	INVERSIONES BORBOLETA SAC
970	INTINELLAS S.A.C
972	GOBAC S.A.C
974	TRADING SHE LINE SAC
976	ALGOTEX TRADING SAC
<b>PABELLON AMARILLO: JOYERÍA-BISUTERIA</b>	
<b>STAND</b>	<b>Expositor</b>
1042	ARTESANÍAS HURIN HUANCA SA
1044	PERUMODA
1046	CANDELA CAVERO DIEGO ARMANDO
1048	DENISSE GEREDA MARTINEZ EIRL
1050	ROSA GARCIA MARTINEZ
1052	ANTONIO BENJAMIN REYES LUNA

Como parte de la promoción de la participación se desarrollaron distintos elementos publicitarios, los mismos que se consignan a continuación:

- Carta electrónica – HTML; difundida de manera previa a la exposición hacia nuestra base de compradores, al Consejero Comercial, a la Organización Ferial y también a los expositores para ser circulado entre sus clientes.



- Banners publicitarios; elaborados bajo el marco de la línea gráfica de Perú Moda, fueron parte de la decoración del stand de cada uno de los participantes.



- Publicidad en la guía de expositores en la feria:



### III Desfiles

#### Desfiles

Durante los 03 primeros días se presentaron desfiles, en cuanto a desfiles se desarrolló la participación de: Pasarela Inaugural by Olga Piedrahita (Colombia) el 25 de Julio y durante los días 26, 27, y 28 se tuvo la presencia de marcas y empresas como: Leonisa, Velez, Pink Philosophy, Agua Bendita, Studio F, Lina Cantillo, Jóvenes Creadores, etc.

En cuanto a los invitados internacionales que desfilaron se presentó el Diseñador Akihito Hira de Brasil con su colección: El jardín de los Sueños y Leitmotiv de Italia que presentó su colección primavera –verano 2012 llena de color, estampados, algodón y materiales.

El universo de Olga Piedrahita. La construcción vanguardista, la pasión por el arte y la exploración de sensaciones cotidianas y humanas de la diseñadora, de indumentaria femenina, quien desde 1982 ha desarrollado un concepto de exploración y experimentación constante en texturas, estampados y siluetas que se alimentan de diferentes corrientes artísticas y conceptos abstractos, los cuales durante años, han creado un sello inconfundible de diferenciación e individualización.

En el performance de apertura, mostró una colección urbana, teatral y creativa, pero sobre todo, hecha a partir del ensayo-error, con sentido del humor: el juego como herramienta de búsqueda de una expresión estética subjetiva y libre.

#### IV Valoración del evento

En relación a las importaciones en el mercado colombiano es la cuarta plaza para las confecciones peruanas luego de Estados Unidos, Venezuela y Brasil. Las exportaciones peruanas a Colombia entre enero - mayo 2011 alcanzaron US\$ 14 millones lo que significó un crecimiento de 31.5%. Para los colombianos, Perú es el segundo proveedor de confecciones de punto, luego de China, y el 11° en confecciones de tejido plano.

Durante los cuatro primeros meses del año, el consumo de ropa en el mercado colombiano alcanzó 3.3 billones de pesos (US\$ 1,875 millones), de los cuales 830,000 millones de pesos (US\$ 472 millones) correspondieron a abril, según el Observatorio de la Moda Inexmoda Raddar. En el 2010, el consumo fue 9.8 billones de pesos (US\$ 5,567 millones) lo que representó un incremento del 4% con respecto al año previo y se espera que este año se alcance los 10.2 billones de pesos (US\$ 5,795 millones). Las ciudades que consumen más ropa por su tamaño son Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga.

El consumo de vestuario ha presentado una creciente recuperación en los últimos meses gracias a la mejoría en la economía del país que permite una mayor demanda de productos por fuera de la canasta familiar básica. En general, se considera que el entorno económico actual auspicia un año de buenos resultados y que los consumidores están recuperando la línea de compra previa a la crisis. El consumo per cápita en el cuarto mes del año ascendió a 18,119 pesos y en el cuatrimestre llegó a 73,094 pesos.

El consumidor colombiano está observando poca variación en los precios del vestuario y busca comprar a comerciantes con promociones permanentes que ocasionan problemas para productores y comerciantes porque rompen el ciclo promocional natural que debe servir para liquidar las colecciones antiguas. Se debe tener presente que la industria mundial, no solo la colombiana, se encuentra afectada por los precios de las materias primas, como el algodón y el petróleo, lo que golpea al sector.

Las importaciones de confecciones colombianas desde el mundo sumaron US\$ 330 millones en 2010 y presentó un crecimiento de 28.1% mientras que en el primer cuatrimestre del año totalizó US\$ 130 millones, 60.9% de incremento. La dinámica y los valores demandados para las prendas de tejido de punto y plano son muy similares. China es el principal proveedor de confecciones de punto con 47% de participación y Perú es segundo con 16%. Otros proveedores fueron Panamá (5%), Estados Unidos (5%) y España (3%).

Esta feria tuvo un balance positivo para las empresas peruanas de confecciones participantes, se tuvo principalmente potenciales contactos de importadores de Ecuador, Colombia, México y Venezuela. Los empresarios peruanos estiman que las ventas producto de su participación en esta feria son de 1'675, 000 dólares en la línea de confecciones y 300 000 dólares en la línea de joyería que se concretarán en los próximos 12 meses.

La cantidad promedio de contactos potenciales para la delegación peruana de confecciones es de 21, y de 7 para la línea de joyería, con un porcentaje de 73% Importadores, 4% agentes, cadenas de tiendas, distribuidor 3% y otros.

La mayor parte de contactos en la línea de confecciones durante la feria fueron de América del Sur con un 54%, le sigue América Central con un 22% y América del Norte con un 20%. Cabe mencionar que se observó bastante presencia de compradores colombianos.

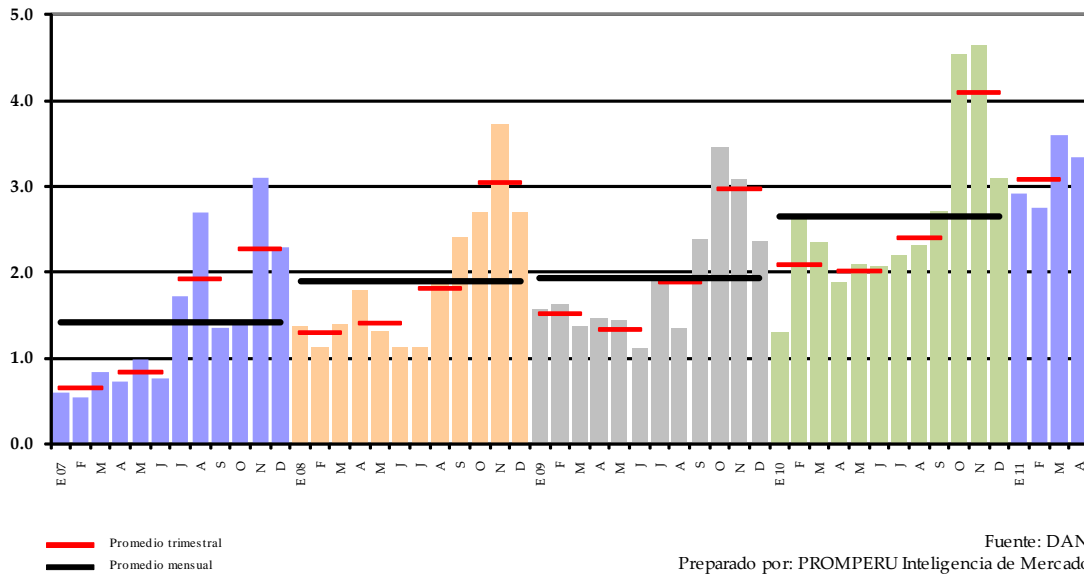
Inexmoda, que por primera vez incluyeron el pabellón de Nuevos Modelos de Negocios con 28 expositores, de marcas reconocidas a nivel nacional e internacional, en donde inversionistas extranjeros y marcas desean continuar expandiéndose bajo el formato de franquicias, alianzas estratégicas y joint ventures.

Se puede apreciar que la oferta exhibida en Colombiamoda tiene valor agregado en diseño con las últimas tendencias de moda, la oferta peruana tiene la calidad de fibra y materia prima pero que sin embargo en esta versión las empresas lograron colecciones con diseño incorporando las tendencias del mercado, se observó que los compradores tenían una mayor preferencia por las prendas en tejido de punto frente al plano.

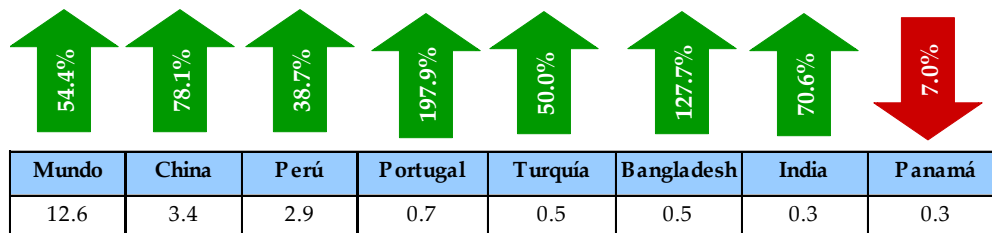
Se elaboró una agenda de negocios para la delegación de empresas peruanas participantes previa al evento de un sólo día (22 Julio) en la Ciudad de Bogota, asimismo se logró citas muy puntuales con empresas colombianas durante el evento. Cabe mencionar que Proexport, Medellín Ciudad Cluster de la Alcaldía de Medellín y la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, convocaron adicionalmente a compradores nacionales e internacionales para este evento. Las empresas peruanas de confecciones nos manifestaron su interés en participar en una próxima edición del Colombiamoda, por ser un escenario que les permite consolidar negocios en mercado regional.

**T-shirts de algodón**

**Colombia: Importaciones de T-shirts de algodón**  
(Millones de dólares)



**Colombia: Importaciones de T-shirts de algodón**  
**Enero - Abril de 2011/2010**  
(Millones de US\$)



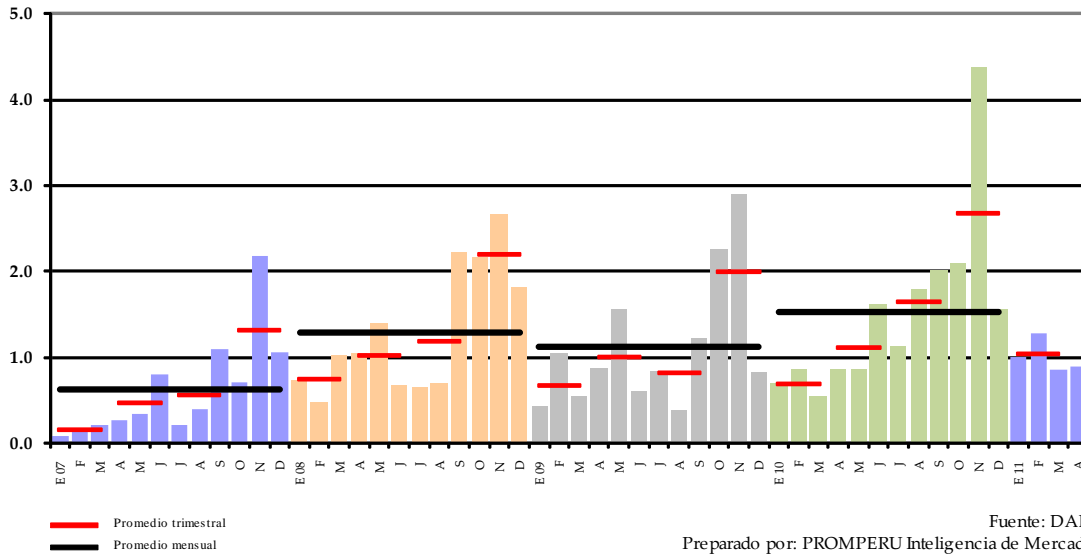
Fuente: DANE

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

**Polo shirt para caballero de algodón**

**Colombia: Importaciones de Polo Shirt para Caballero de algodón**

(Millones de dólares)



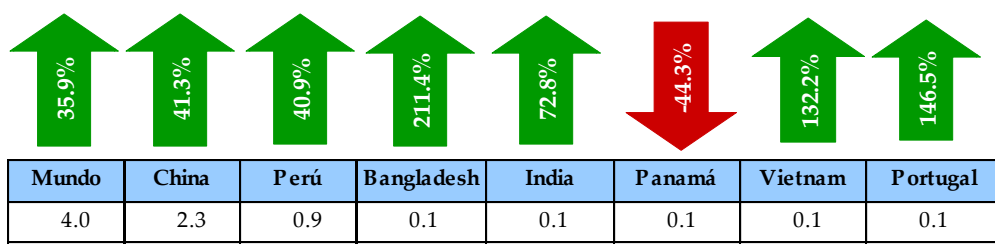
Fuente: DANE

Preparado por: PROMPERU Inteligencia de Mercados

**Colombia: Importaciones de Polo Shirt para Caballero de algodón**

**Enero - Abril de 2011/2010**

(Millones de US\$)



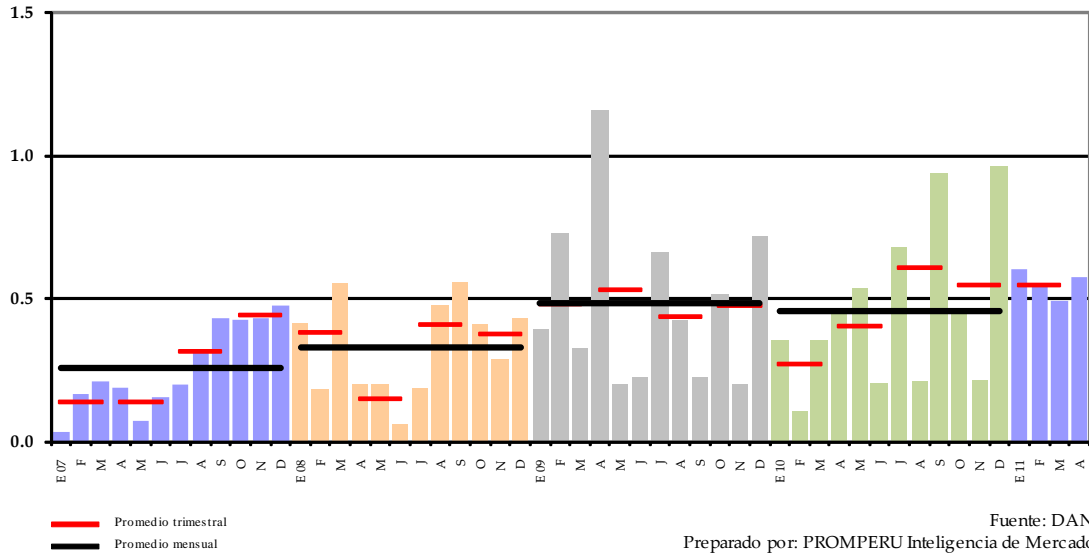
Fuente: DANE

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

**Prendas para bebé de algodón**

**Colombia: Importaciones de Prendas para Bebé de algodón**

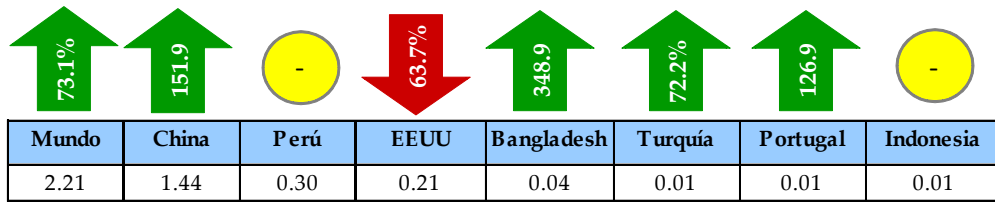
(Millones de dólares)



**Colombia: Importaciones de Prendas de algodón para bebé**

Enero - Abril de 2011/2010

(Millones de US\$)



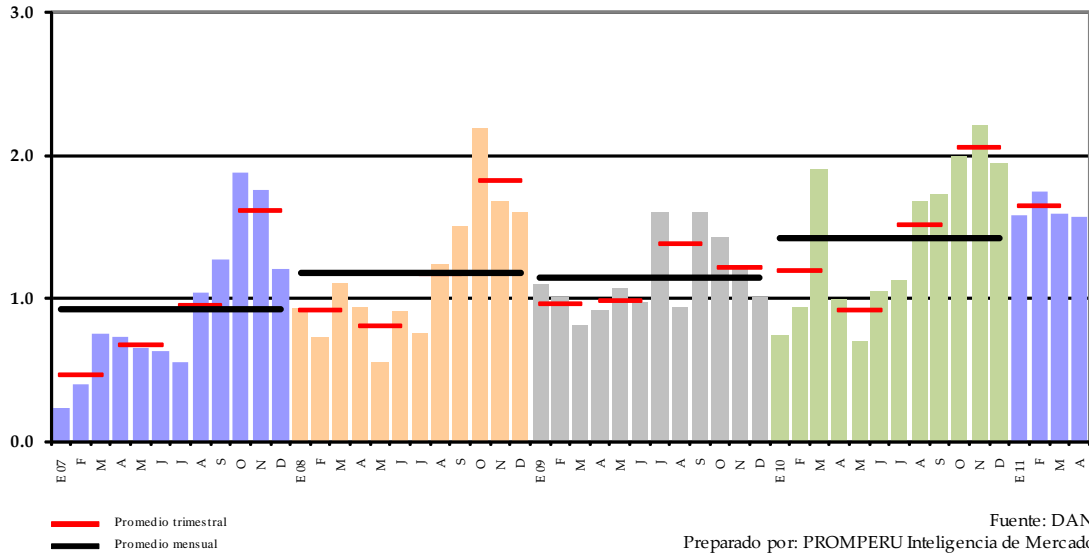
Fuente: DANE

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU



**Suéteres de algodón**

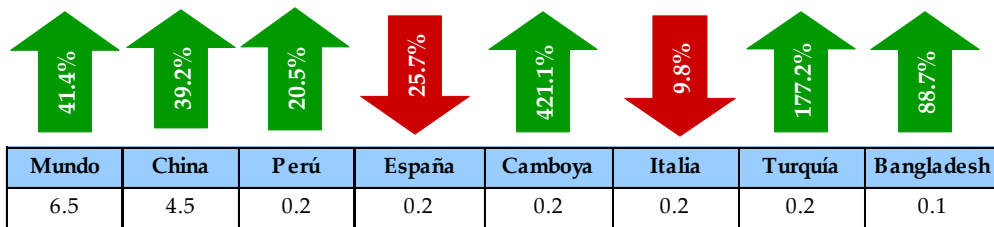
**Colombia: Importaciones de Suéteres de algodón**  
(Millones de dólares)



**Colombia: Importaciones de Suéteres de algodón**

Enero - Abril de 2011/2010

(Millones de US\$)

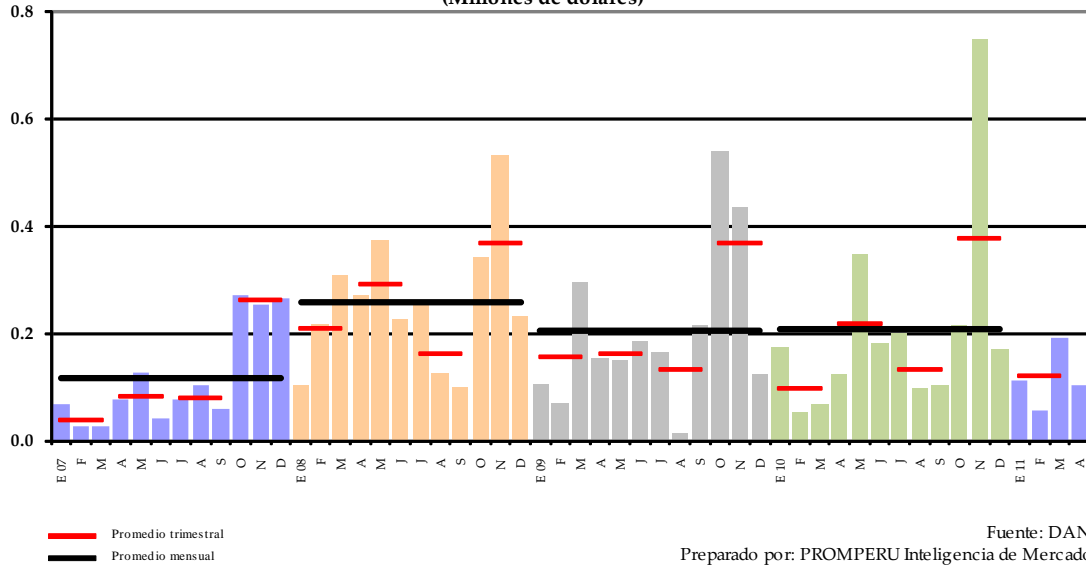


Fuente: DANE

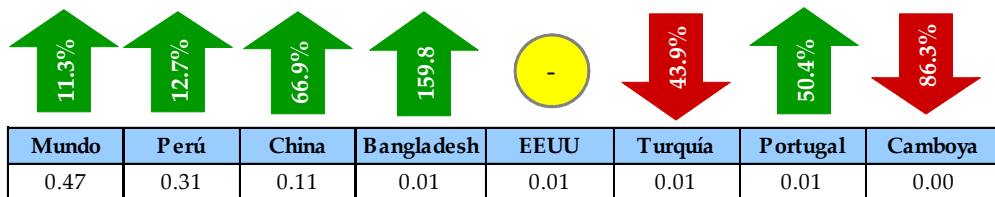
Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

**Tank top de algodón**

**Colombia: Importaciones de tank top de algodón**  
(Millones de dólares)



**Colombia: Importaciones de Tank top de algodón**  
Enero - Abril de 2011/2010  
(Millones de US\$)



Fuente: DANE

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU





## VI Otros eventos similares

### FERIA MODA PARA EL MUNDO 201

#### I Ficha Técnica

Ámbito:	Local
Fecha:	Del 27al 29 de Julio de 2011
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Transversal 49 C No. 59 -86 Piso 3 Centro Mundial de la Moda
Horario de la feria:	9:00h-18:30h
Precio de la entrada:	\$34 por adelantado y durante la feria
Organizador:	CEDEMODA Transversal 49 C No. 59 -86 Piso 3 Centro Mundial de la Moda Teléfono (574) 293-3365 <a href="http://www.modaparamundo.com">http://www.modaparamundo.com</a>
Superficie:	14.000m2
Servicios ofrecidos:	Señalización logo destacado alrededor de toda la feria, desfiles de marcas, restaurante, comunicaciones y prensa. Convocatoria de periodistas nacionales e internacionales. Terminales interactivos, wifi.
Tipo de visitantes:	Compradores locales, internacionales, estudiantes y relacionados a la feria.
Próxima edición:	Del 25 al 27 de julio de 2012

#### II Participación en la feria

La Feria Moda para el Mundo es su octava edición presenta cifras de lo que significó la participación de empresas del sector textil en moda para el mercado masivo.

El concepto de la feria este año es el ADN: el conjunto de características que diferencian un ser de otro, eso que nos hace únicos e irrepetibles nos da la posibilidad de hablar de Identidad, la herencia y los valores, sin opción de fingir.

La feria cerró en ventas por 55.000 millones de pesos - USD 31, acuerdos por 22.000 millones de pesos - USD 12.38.



Así mismo, asistieron 3500 compradores, 9500 visitantes afines, para un total aproximado de 13000 asistentes únicos a la feria. Sin duda, estas cifras dejan un balance bastante satisfactorio para Cedemoda, entidad que organiza la pasarela urbana.

De otro lado, la participación de visitantes internacionales también creció, países como México, Ecuador, Perú, Venezuela, Costa Rica, Estados Unidos, Canadá, Panamá, Bolivia, Guatemala, Argentina, Puerto Rico, España, Angola, Aruba, India, Holanda, Brasil y Francia, se llevaron una grata impresión de la feria, convirtiéndose en embajadores de la industria textil de Colombia ante el mundo.

El total de participantes internacionales fue de 308, contando con delegaciones de las Cámaras de Comercio de Duitama, Sogamoso, Villavicencio, Chinchiná, Dosquebradas y Girardot.

Moda para el Mundo presentó en su tercer día 2 pasarelas: Marketing Personal y Entrenamiento Creativo.

Marketing Personal como única pasarela de ropa interior de Moda para el Mundo, se inspiró en la belleza y la sensualidad de la figura femenina, como la expresión más perfecta de la mezcla entre lo angelical y lo lascivo, con materiales románticos que acentúan la sensualidad y la delicadeza de la mujer.

Por su parte, Entrenamiento Creativo, se robó los aplausos del público asistente, en donde los niños y jóvenes con diferentes discapacidades fueron los modelos de esta especial pasarela.

### III Anexos

Fotos del evento:

