

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Yesenia Infantes Marcelo-Especialista de la Industria de la Vestimenta	30/01/2015

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	4
3.1	Nombre Oficial	4
3.2	Tipo de Feria	4
3.3	Sector	4
3.4	Fecha	4
3.5	Edición.....	4
3.6	Frecuencia.....	4
3.7	Lugar de Celebración.....	4
3.8	Horario de la Feria	4
3.9	Precio de la Entrada	4
3.10	Organizador	4
3.11	Superficie	4
3.12	Número de Asistentes.....	4
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	4
3.14	Productos Presentados en la Feria	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General	4
IV.	Información Comercial	4
4.1	Panorama del Mercado	4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales.....	5
4.3	Nuevas Tendencias	6
V.	Participación Peruana	17
5.1	Expositores Nacionales	17
5.2	Actividades de Promoción	18
5.3	Resultados	18
5.3.1	Cuantitativos	18
5.3.2	Cualitativos.....	19
5.4	Comentarios de la Competencia.....	19
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	19
VI.	Directorio de Contactos	19
VII.	Conclusiones.....	19
VIII.	Recomendaciones	19
IX.	Anexos	19

I. Resumen Ejecutivo

Brasil es un mercado de 204 millones de consumidores y ocupa el séptimo lugar entre las economías mundiales con un PBI de US\$ 2 244 miles de millones, es decir 11 veces la economía peruana en 2014. Además, representa el 39,6% del PBI y el 34.1% de la población de América latina.

La economía brasileña creció 0,3% en 2014. Se proyecta que este crecimiento sea mayor en 2015 (1,4%) impulsado por el sector servicios, la minería, las manufacturas diversas y el gasto público; asimismo por el consumo de la clase media, que representó el 60% de los consumidores en 2014.

Las importaciones de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron en promedio 6,2% anual. China, Estados Unidos y Argentina son los principales proveedores de Brasil, y en 2014 representaron 16%, 15% y 6% del total de las compras externas brasileñas, respectivamente. Por su parte el Perú explicó 0,8% del total importado.

El comercio entre el Perú y Brasil pasó de US\$ 3 023 millones a US\$ 3 500 millones entre 2010 y 2014, es decir 3,7% de variación en promedio anual. Mientras las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 13,8% en promedio cada año en el último quinquenio, las adquisiciones peruanas desde Brasil descendieron 2,1%. Este comercio ha sido históricamente negativo para el Perú, y en 2014 el déficit fue de US\$ 315 millones.

Las exportaciones peruanas a Brasil sumaron US\$ 1 593 millones en 2013, y registró una variación de -9,4% respecto al año anterior. La mayor parte de las ventas peruanas a Brasil son productos tradicionales (69% del total en 2014). El cobre (US\$ 521 millones), zinc (US\$ 130 millones), plata (US\$ 43 millones) y derivados de petróleo (US\$ 395 millones) fueron los productos tradicionales más exportados el año pasado.

Sin embargo, las ventas peruanas a Brasil que más aumentan son las de productos con valor agregado, y en 2014 estas exportaciones tuvieron una variación interanual de 18,8%. Los sectores con mayores valores de venta fueron textil (US\$ 119 millones), minería no metálica (US\$ 95 millones), químico (US\$ 85 millones) y agropecuario (US\$ 81 millones). Mientras que los con incrementos más significativos fueron de sidero metalúrgico (268,1%), agropecuario (49,1%) y químico (34,8%).

Entre las confecciones peruanas de tejido plano destacan por su potencial de ventas a Brasil: blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas, artificiales; pantalones y shorts de algodón para mujeres; camisas de algodón para hombres, vestidos de fibras sintéticas y, pantalones y shorts de fibras sintéticas para mujeres. Mientras que en tejido de punto sobresalen blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas; sueters, cardiganes, chalecos de fibras sintéticas, artificiales; camisetas de punto de demás materiales; y calzoncillos de fibras sintéticas.

En el caso de decoración y joyería, los productos peruanos con posibilidades de exportación a Brasil son demás bordados de fibras sintéticas, artificiales; cuadros, pinturas y dibujos hechos a mano; visillos, cortinas de fibras sintéticas; además de joyería de plata.

Expositores

19° versión de la Feria Fenin fue realizada del 20 al 23 de enero, cabe mencionar que tiene dos ediciones por año en la ciudad de Bento Gonçalves, Rio Grande del Sur, Brasil. Esta actividad tiene como ejes principales: comercial, de tendencias-pasarelas internas y capacitación.

Esta Feria reúne a los principales expositores de ropa y accesorios, de la industria de la Moda del sur y sur este, esta edición se presenta la temporada de Otoño / Invierno 2015. Los organizadores de esta feria son: EXPOVEST Ferias y Eventos, una empresa fundada hace 19 años, por Claudio Goerl y Viana Julio.

Fenin, se celebra en Funda Parque Alameda Fenavinho 481 Bento Gonçalves/ RS, el centro de exposiciones con una superficie de 70 mil metros cuadrados, situado en Bento Gonçalves (RS).

En esta edición Otoño – Invierno participaron 2000 marcas, cabe mencionar que es la tercera edición en la que participan una delegación extranjera.

Consolidando a nuestro país como la más numerosa e importante delegación participante en la feria.

Se contó con la participación de 25000 compradores de tiendas brasileiras y extranjeras.

PROMPERU, organizó la participación de 10 empresas en confecciones las cuales se presentaron en el corredor J y L: Algutex Peru Sac, Textil Latino Sur Sac, Globaltex Sac, Emcomconsa Sac, Nomotex Sac, Creditex Saa, Artimoda Sa, Textiles Cross Sac, Nazario Cruz Tapia y Consorcio Textil Vianny Sac.

Esta es una feria profesional y cerrada a visitantes especializados (la entrada es gratuita previa inscripción). Los visitantes son cadenas de distribución, redes de boutiques, marcas buscando servicios de subcontratación internacional.

Las principales marcas brasileiras expositoras que estuvieron presentes en la feria son: Gangster, Sawary Jeans, fasolo, Ver bella, Stone, Belles lingerie, Sunny Days, Justco, Bixo, Malhas paniz, Mash,Golf, NRK jeans, Ladie Tie, Mix Jean, Breda Donna, APA, Arrazantty, Puccini entre otros . Asimismo hubo bastante aceptación de la oferta peruana y afluencia de compradores brasileiros.

II. Antecedentes y Justificación

Esta Feria reúne a los principales expositores de ropa y accesorios, de la industria de la Moda del sur y sur este, esta edición se presenta la temporada de Otoño / Invierno 2015. Los organizadores de esta feria son: EXPOVEST Ferias y Eventos, una empresa

fundada hace 19 años, actualmente dirigida por Julio Viana.

Esta es la Cuarta edición en la que nos presentamos con una delegación de empresas peruanas, y siendo el único país extranjero presente en este evento y con la participación de 10 empresas.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

Feria Fenin

3.2 Tipo de Feria

Internacional

3.3 Sector

Industria de la Vestimenta

3.4 Fecha

20 al 23 de Enero 2015

3.5 Edición

19 edición

3.6 Frecuencia

Bianual

3.7 Lugar de Celebración

FUNDAPARQUE Alameda Fenavinho, 481 95700.000 - Bento Gonçalves/RS

3.8 Horario de la Feria

10:00h-19:00h

3.9 Precio de la Entrada

Gratuita

3.10 Organizador

EXPOVEST

<http://www.fenimfeiras.com.br/fenimoutonoinverno/>

3.11 Superficie

70.000m²

3.12 Número de Asistentes

Más de 20000 Compradores brasileiros

3.13 Fecha de Próxima Edición

19 al 22 de Enero 2016

3.14 Productos Presentados en la Feria

Prendas de vestir de corte urbano en algodón y mezclas en tejido de punto y plano.

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

La economía brasileña creció 0,3% en 2014. Se proyecta que este crecimiento sea mayor en 2015 (1,4%) impulsado por el sector servicios, la minería, las manufacturas diversas y el gasto público; asimismo por el consumo de la clase media, que representó el 60% de los consumidores en 2014.

Las importaciones de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron en promedio 6,2% anual. China, Estados Unidos y Argentina son los principales proveedores de Brasil, y en 2014 representaron 16%, 15% y 6% del total de las compras externas brasileñas,

respectivamente. Por su parte el Perú explicó 0,8% del total importado.

El comercio entre el Perú y Brasil pasó de US\$ 3 023 millones a US\$ 3 500 millones entre 2010 y 2014, es decir 3,7% de variación en promedio anual. Mientras las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 13,8% en promedio cada año en el último quinquenio, las adquisiciones peruanas desde Brasil descendieron 2,1%. Este comercio ha sido históricamente negativo para el Perú, y en 2014 el déficit fue de US\$ 315 millones.

Las exportaciones peruanas a Brasil sumaron US\$ 1 593 millones en 2013, y registró una variación de -9,4% respecto al año anterior. La mayor parte de las ventas peruanas a Brasil son productos tradicionales (69% del total en 2014). El cobre (US\$ 521 millones), zinc (US\$ 130 millones), plata (US\$ 43 millones) y derivados de petróleo (US\$ 395 millones) fueron los productos tradicionales más exportados el año pasado.

Sin embargo, las ventas peruanas a Brasil que más aumentan son las de productos con valor agregado, y en 2014 estas exportaciones tuvieron una variación interanual de 18,8%. Los sectores con mayores valores de venta fueron textil (US\$ 119 millones), minería no metálica (US\$ 95 millones), químico (US\$ 85 millones) y agropecuario (US\$ 81 millones). Mientras que los con incrementos más significativos fueron de sidero metalúrgico (268,1%), agropecuario (49,1%) y químico (34,8%).

Entre las confecciones peruanas de tejido plano destacan por su potencial de ventas a Brasil: blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas, artificiales; pantalones y shorts de algodón para mujeres; camisas de algodón para hombres, vestidos de fibras sintéticas y, pantalones y shorts de fibras sintéticas para mujeres. Mientras que en tejido de punto sobresalen blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas; sueters, cardiganes, chalecos de fibras sintéticas, artificiales; camisetas de punto de demás materiales; y calzoncillos de fibras sintéticas.

En el caso de decoración y joyería, los productos peruanos con posibilidades de exportación a Brasil son demás bordados de fibras sintéticas, artificiales; cuadros, pinturas y dibujos hechos a mano; visillos, cortinas de fibras sintéticas; además de joyería de plata.

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Brasil es un mercado de 204 millones de consumidores y ocupa el séptimo lugar entre las economías mundiales con un PBI de US\$ 2 244 miles de millones, es decir 11 veces la economía peruana en 2014.

Además, representa el 39,6% del PBI y el 34.1% de la población de América latina.

A continuación se presenta una lista de productos peruanos de los sectores de confecciones de punto, confecciones de tejido plano, decoración y joyería con potencial de ventas en Brasil.

Entre los productos de tejido plano destacan blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas, artificiales; pantalones y shorts de algodón para mujeres; camisas de algodón para hombres, vestidos de fibras sintéticas y, pantalones y shorts de fibras sintéticas para mujeres. Mientras que en tejido de punto sobresalieron blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas; sueters, cardiganes, chalecos de fibras sintéticas, artificiales; camisetas de punto de demás materiales; y calzoncillos de fibras sintéticas.

Sector Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Arancel Competidores -2014
620640	Blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	158	0%	China (35%) India (35%) Indonesia (35%)
620462	Pantalones, shorts de algodón para mujeres	Estrella	121	0%	China (35%) Bangladesh (35%) Turquía (35%)
620520	Camisas de algodón, para hombres o niños	Estrella	106	0%	China (35%) Bangladesh (35%) India (35%)
610620	Blusas, y blusas camiseras de punto de fibra sintética.	Estrella	99	0%	China (35%) Vietnam (35%) Hong Kong (35%)
611030	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos, similares de fibras sintéticas, artificiales	Estrella	93	0%	China (35%) Bangladesh (35%)
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles.	Estrella	89	0%	China (35%) Tailandia (35%) Vietnam (35%)
620443	Vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	55	0%	China (35%) India (35%) España (35%)
620463	Pantalones, shorts de fibras sintéticas para mujeres	Estrella	50	0%	China (35%) Vietnam (35%) España (35%)
610712	Calzoncillos, de punto, para hombres o niños, de fibras sintéticas	Estrella	38	0%	China (35%) Argentina (35%) Hong Kong (35%)
621050	Demás prendas de vestir para mujeres o niñas.	Estrella	37	0%	China (35%) Turquía (35%) Vietnam (35%)

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

4.3 Nuevas Tendencias

Se cuenta con información de nuevas tendencias en diseño dadas por el evento, las mismas que se encuentran como material dentro del sector.

Camisaria de invierno

Para o inverno 2015, a linha de camisaria em denim foi evidenciada com detalhes importantes, mostrando tanto opções flats quanto customizadas. Para garantir o alinhamento que a camisa propõe, os cortes retos e ajustados foram apresentados em modelos mais básicos e sóbrios.



1.



2.



3.



4.

1. Nicholas K – Nova York | 2. 3.1 Phillip Lim – Paris | 3. G Star | 4. Zara

Em contrapartida, nas peças mais jovens, a seriedade foi quebrada com o uso de bordados e bolsos frontais.



1. Julien David – Paris | 2. Paul Smith – Paris | 3. G Star | 4. Paul Smith

Vestidos curtos

Os vestidos de comprimento curto ganham destaque para o inverno 2015, apresentando silhuetas variadas, que vão do trapézio à cintura marcada, passando pela ajustada e reta. São evidenciados em diversos materiais, com diferentes decotes e podendo conter aplicações, bordados e pedrarias.



1. David Koma – Londres| 2. Gucci – Milão| 3. Antonio Berardi – Londres

As interferências sobre a superfície dão toque de contemporaneidade às peças, já a aplicação de renda com bordados compõe parte de um cenário romântico. Para ocasiões noturnas, a aposta é em paetês, ilhóses de metal, e aplicações de pedrarias geométricas, ressaltando propostas modernas.



1.



2.



4.



3.

1. Valentino – Paris | 2. Akris – Paris | 3. Alice & Olivia | 4. Philipp Plein

Alfaiataria moderna

A alfaiataria com novas proporções ganha evidência para o inverno 2015 e traz peças como paletós, blazers e calças com modelagens renovadas. Os paletós apresentam diferentes comprimentos, que variam entre logo abaixo do quadril ou no meio da coxa. Outros destaques de modelagem são os ajustes leves na cintura, o fechamento simples e a lapela, que pode ser curta ou fina e alongada.



1. Z Zegna – Milão | 2. E Tautz – Londres | 3. Costume National – Milão

Modelos de calças mais largas também são evidenciados com variações no comprimento, ora mais alongado, ora mais curto. As peças são usadas normalmente para acompanhar paletós amplos ou ajustados, criando jogos de proporções.



1. Richard Nicoll – Londres | 2. Carven – Paris | 3. J.W. Anderson | 4. Gant

Estampas

Para o inverno 2015, a estamparia ganha força podendo aparecer na peça inteira ou de forma localizada. Os florais vão dos românticos, menos delicados que na estação passada, aos realistas em tonalidades fortes. As rosas são as mais exploradas em fundos ora claros, ora escuros.



Oscar de La Renta – Nova York / Dolce & Gabbana – Milão / Antonio Marras – Milão

Os animais também foram fonte de inspiração para a estamparia, remetendo, muitas vezes, às fábulas infantis. Duplicar os elementos e espelhá-los foram uma das técnicas em destaque na temporada.



1. Antonio Marras –Milão / 2.Valentino – Paris / 3. Dorothy Perkins / 4. Alice & Olivia

Casacos e jaquetas

Para o inverno 2015, os casacos de corte reto foram uma das peças mais exploradas para o público masculino. Os comprimentos alongados são valorizados, e as superfícies aparecem ora lisas, ora estampadas ou com mix de materiais.



Colcci – SPFW / Cavaleira – SPFW / João Pimenta – SPFW

A jaqueta também ganhou destaque para o universo masculino, indo desde um estilo mais casual até um visual sportswear. Atenção para as superfícies, que podem trazer brilhos, texturas e estampas. Destaque ainda para os recortes explorando contrastes de cores.



1.Colcci – SPFW / 2.Ellus – SPFW / 3.Philipp Plein / 4.Farah

Saias de Inverno

Para o inverno 2015, a saia se destacou como uma das peças mais importantes do vestuário feminino. Com comprimentos e modelagens diversas, elas ganharam pregas, babados ou comprimentos alongados, oferecendo novas propostas para a temporada. Os modelos de comprimento curto são os favoritos e ressaltam a beleza do corpo feminino.



Louis Vuitton – Paris / Victoria Beckham – Nova York / Emmanuel Ungaro – Paris

Com corte reto, a modelagem da saia variou entre tamanhos abaixo do joelho e até a canela. Em evidência, os materiais nobres nas peças, como jacquard, plumas e couro.



1. Vitorino Campos – SPFW / 2. Patbo – SPFW / 3. Acne / 4. Alice & Olivia

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

PROMPERU, organizó la participación de 10 empresas en confecciones las cuales se presentaron en el corredor J y L: Algotex Peru Sac, Textil Latino Sur Sac, Globaltex Sac, Emcomconsa Sac, Nomotex Sac, Creditex Saa, Artimoda Sa, Textiles Cross Sac, Textil Spirella y Consorcio Textil Vianny Sac.

STAND	EMPRESA
709E	ALGOTEX PERU S.A.C
709A	ARTIMODA S.A.
709J	CREDITEX S.A.A.
709H	CONSORCIO TEXTIL VIANNY S.A.C.
709G	EMCOMCONSA SAC
709F	GLOBALTEX S.A.C.
709C	NOMOTEX S.A.C.
709D	TEXTILES CROSS S.A.C.
709I	TEXTIL LATINO SUR S.A.C.
709B	TEXTIL SPIRELLA

5.2 Actividades de Promoción

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

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



- Publicidad de nuestra participación peruana en la guía de expositores en la feria:



5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

Los empresarios peruanos estiman que las ventas producto de su participación en esta feria es de US\$34'500 000 que se concretarán en los próximos 12 meses.

La cantidad promedio de contactos potenciales para la delegación peruana de confecciones es de 31, con un porcentaje de 30% Importadores, 5% agentes, cadenas de tiendas, distribuidor 3% y 62% de compradores minoristas.

5.3.2 Cualitativos

Se puede apreciar que la oferta exhibida en Fenin tiene valor agregado en diseño con las últimas tendencias de moda otoño -invierno, la oferta peruana tiene la calidad de fibra y materia prima lo que gusto mucho al comprador brasilero, hay más preferencia de los productos en plano y punto.

5.4 Comentarios de la Competencia

Ninguna.

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

Ninguna

VI. Directorio de Contactos

(Ver anexo 01: Empresas peruanas participantes en Fenin 2015)

VII. Conclusiones

Fenin tuvo un balance positivo para las empresas peruanas de confecciones participantes, se tuvo principalmente potenciales contactos de importadores de la zona del sur y norte del Brasil. Los empresarios peruanos estiman que las ventas producto de su participación en esta feria es de US\$34'500 000 que se concretarán en los próximos 12 meses.

La cantidad promedio de contactos potenciales para la delegación peruana de confecciones es de 31, con un porcentaje de 30% Importadores, 5% agentes, cadenas de tiendas, distribuidor 3% y 62% de compradores minoristas.

La mayor parte de contactos en la línea de confecciones durante la feria fueron de Sao Paulo, Rio Grande del Sur, Santa Catarina, Pernambuco, Ceará y Paraná. Cabe mencionar que se observó también la presencia de compradores de Argentina.

Se puede apreciar que la oferta exhibida en Fenin tiene valor agregado en diseño con las últimas tendencias de moda otoño -invierno, la oferta peruana tiene la calidad de fibra y materia prima lo que gusto mucho al comprador brasilero, hay más preferencia de los productos en tejido plano.

El precio es determinante al momento de la negociación exigen precios muy competitivos, con volúmenes mayores. Actualmente las empresas peruanas desarrollan productos orientados a esta demanda.

De las empresas peruanas de confecciones el 80% nos manifestaron su interés en participar en una próxima edición del Fenin en la versión de Otoño - Invierno, por ser un escenario que les permite consolidar negocios en mercado brasilero.

Esta Feria permitió la captación de nuevos compradores brasileros para el PERUMODA 2015, cuya meta es contar con 85 empresas brasileras, de las cuales 30 son empresas nuevas.

Recomendaciones

Importante continuar la participación de las empresas peruanas en este evento, de tal manera que consolida mejor los negocios en dicho mercado.

Continuar con la difusión de la participación peruana en el mercado brasilero a través de publicidad distribuida en el evento en el Catálogo Oficial de la Feria así como la promoción de las fibras lujosas desarrolladas por el sector.

Se recomienda mejorar la presentación de nuestra ubicación considerando publicidad en la zona de acreditación y/o paneles aéreos, así como continuar con el servicio de catering a visitantes al evento ya que es de muy buena receptividad por parte de los asistentes.

Continuar con los programas de pymes en el Bras y la participación de estas así como las pequeñas y medianas empresas en el evento.

VIII. Anexos

Zona de ingreso de la feria



Zona de pabellón peruano



Zona de la Feria

