

INFORME EJECUTIVO DE FERIA INTERMODA 2019

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Yesenia Infantes Marcelo-Especialista de la Industria de la Vestimenta y Decoración	26/07/2019

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	3
3.1	Nombre Oficial	3
3.2	Tipo de Feria	3
3.3	Sector	3
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	5
V.	Participación Peruana	5
5.1	Expositores Nacionales	5
5.2	Actividades de Promoción	5
5.3	Resultados	7
5.3.1	Cuantitativos	7
5.3.2	Cualitativos.....	7
5.4	Comentarios de la Competencia.....	7
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	7
VI.	Directorio de Contactos	7
VII.	Conclusiones.....	7
VIII.	Recomendaciones	7
IX.	Anexos	8

I. Resumen Ejecutivo

En el 2018, las exportaciones peruanas al mercado de México totalizaron un valor de US\$ 445 millones, lo cual significó un crecimiento de 6,5% con respecto al año anterior. El principal sector que lideró los envíos fue el no tradicional con una participación del 68% del total exportado, totalizando un valor de US\$ 304 millones.

En lo que respecta al sector textil, en el año 2018, este sector se ubicó como el 4to sector no tradicional más importante con una participación del 10% del total exportado no tradicional. Las exportaciones del sector textil al mercado de México totalizaron un valor de US\$ 31 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 34,9% e incrementándose en US\$ 8 millones con respecto al año anterior. Los principales productos exportados fueron: las redes confeccionadas para la pesca con un valor de US\$ 6 millones, las fibras acrílicas o modacrílicas cardada (US\$ 3 millones), las camisas de punto de algodón con cuello (US\$ 2 millones), los demás tejidos de fibras discontinuas poliéster (US\$ 1 millón), los demás continentes, de polipropileno (US\$ 1 millón), entre otros productos. Cabe destacar que los cinco principales productos del sector textil exportados representaron el 45% del total exportado.

Siendo los eventos de promoción comercial como ferias, misiones comerciales y ruedas de negocio una de las principales herramientas utilizadas por PROMPERU, para promover la salida comercial de las empresas del sector, es que se consideró conveniente participar en la feria INTERMODA en dicho mercado, teniendo como nivel de asistencia a más de 25000 visitantes.

Se contó con la participación de 09 empresas peruanas expositoras en la línea de confecciones; promovidas directamente por PROMPERU, en un área de 77.76 m² en la Feria Intermoda 2019. Las expectativas de negocios de las empresas peruanas: US\$ 8'525,000 en prendas de vestir de caballeros, bebés y niños de algodón con un total de 129 contactos de las zonas de DF México, Guadalajara, Monterrey, Puebla principalmente, así como otros países como Colombia, España, Panamá y EEUU.

Expositores

71va edición de la Feria Intermoda primavera-verano fue realizada del 16 al 19 de Julio, en la ciudad de Guadalajara-México. Esta actividad tiene como ejes principales: exhibición comercial, pasarelas y capacitación de tendencias.

Esta Feria reúne a los principales expositores de la Industria Textil y de Confecciones en México, esta edición se presentó la temporada de Primavera-Verano 2020. Los organizadores de esta feria es: INTERNACIONALES DE LA MODA, S.A. DE C.V." está localizada en Guadalajara y cuenta con un equipo con más de 35 años de experiencia en la organización de grandes eventos. Su director Cuauhtémoc Rivas, es el Presidente de IM, este evento se celebró en el centro de exposiciones Expo Guadalajara.

En esta edición 71, se reunieron más de 25 mil compradores (México, Estados Unidos, Colombia, España, Perú, Canadá o Italia.), además de 1000 marcas expositoras de 17 países, incluyendo pabellones de Dama, Caballero, Calzado, Internacional, Proveeduría, Infantil, Accesorios, Gala, Trending.

En cuanto a la edición del año pasado, la cantidad de expositores en la feria aumentó un 17% y un 10 % el número de nuevos compradores presentes en la feria.

PROMPERU, participo después de 6 años y organizó la participación de 9 empresas siendo esta la cuarta participación. Se tuvo muy buena recepción con respecto a la difusión de nuestra participación en la Feria, así como nuestra publicación en el Catálogo Oficial al evento, las mismas que recibieron tanto el apoyo logístico y comercial en relación a esta feria. Asimismo se desarrolló la Inauguración con la participación de Cuauhtémoc Rivas Presidente de IM, Alejandro Rutilo Gerardo Malacara Ortiz de Montellano al cargo de Cónsul Honorario del Perú en la ciudad de Guadalajara, María Teresa Villena Consejera Comercial de Perú en México en los pabellones de Bebés y Niños y Caballeros.

II. Antecedentes y Justificación

Intermoda, es una de las ferias más grandes e importantes de la industria textil y de confecciones en México, se desarrolla dos veces al año en los meses de enero y julio en la ciudad de Guadalajara. Esta feria congrega a aproximadamente 700 expositores tanto de México como de otros países, cuenta con más de 1,600 stands de oferta exportable, y cuentan con una concurrencia de más de 25000 compradores, interesados en las líneas de prendas de dama, caballero, infantil, accesorios, proveeduría, calzado, marroquinería, alta moda, zona de expositores internacionales y nuevos talentos.

En la edición de julio nos presentamos y conocedores de la importancia de poder ampliar las exportaciones en el mercado regional se ha considerado mostrar la oferta exportable peruana en esta feria. Estaremos presentando 09 empresas bajo la línea de prendas de vestir en la línea Infanto-Juvenil, y caballeros por lo que contaremos con un espacio de 77.76 m².

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

Feria Intermoda 2019

3.2 Tipo de Feria

Internacional

3.3 Sector

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 4 DE 12

Industria de la Vestimenta y Decoración	
3.4 Fecha	16 al 19 de Julio 2019
3.5 Edición	71 edición
3.6 Frecuencia	Bianual
3.7 Lugar de Celebración	Av. Mariano Otero # 1499 Col. Verde Valle, C.P. 44550, Guadalajara, Jalisco, México
3.8 Horario de la Feria	09:00h-20:00h de 16 al 18 de Julio 09:00h-17:00 el 19 de Julio
3.9 Precio de la Entrada	Gratuita
3.10 Organizador	“INTERNACIONALES DE LA MODA, S.A. DE C.V.” https://intermoda.com.mx
3.11 Superficie	43000 m2
3.12 Número de Asistentes	Más de 25000 Compradores
3.13 Fecha de Próxima Edición	14 al 17 Enero 2020 (Otoño – Invierno) 17 al 20 de julio 2020 (Primavera –Verano)
3.14 Productos Presentados en la Feria	Prendas de vestir y accesorios de la línea de bebes y niños.
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General	<p>Año 2019 - Primavera Verano:</p> <p>1650 stands de 17 países</p> <p>Más de 25000 compradores.</p> <p>10% de incremento de nuevos compradores.</p>
IV. Información Comercial	
4.1 Panorama del Mercado	<p>En el 2018, las exportaciones peruanas al mercado de México totalizaron un valor de US\$ 445 millones, lo cual significó un crecimiento de 6,5% con respecto al año anterior. El principal sector que lideró los envíos fue el no tradicional con una participación del 68% del total exportado, totalizando un valor de US\$ 304 millones.</p> <p>En lo que respecta al sector textil, en el año 2018, este sector se ubicó como el 4to sector no tradicional más importante con una participación del 10% del total exportado no tradicional. Las exportaciones del sector textil al mercado de México totalizaron un valor de US\$ 31 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 34,9% e incrementándose en US\$ 8 millones con respecto al año anterior. Los principales productos exportados fueron: las redes confeccionadas para la pesca con un valor de US\$ 6 millones, las fibras acrílicas o modacrílicas cardada (US\$ 3 millones), las camisas de punto de algodón con cuello (US\$ 2 millones), los demás tejidos de fibras discontinuas poliéster (US\$ 1 millón), los demás continentes, de polipropileno (US\$ 1 millón), entre otros productos. Cabe destacar que los</p>

cinco principales productos del sector textil exportados representaron el 45% del total exportado.

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

4.3 Nuevas Tendencias

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

5 TENDENCIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL FASHION BUSINESS

POR PAULINA TUTTI
IG @PAUTUTTI

Estamos en una época en la que la tecnología se ha convertido en una parte esencial de la vida diaria. Tan solo en México, actualmente 74 millones de personas tienen acceso a Internet, de las cuales el 93% se conecta a través de un smartphone según los últimos datos del INEGI.

No es ninguna novedad que la sociedad se encuentre cada vez más conectada, es por eso la importancia que ha tomado el 'Marketing Digital' en los últimos años. Sabemos que las tendencias están en una evolución constante y hoy en día ya no es alternativa el tener una empresa y no estar presente en el mundo digital. ¿Te has preguntado alguna vez si es necesario adecuarse a esta nueva forma de hacer negocio? La respuesta es: Sí.

Siendo parte de la industria de la moda, debes estar a la vanguardia con las diferentes técnicas y herramientas que el 'Marketing Digital' ofrece para mejorar nuestra comunicación, además, sabemos que el mercado se encuentra en constante competencia, por lo que la innovación y creatividad es esencial para destacar en este sector.

El éxito de tu negocio tiene que ir acompañado de una buena estrategia online, por lo que te presentamos 5 tendencias de Marketing Digital que te ayudarán a destacar en este 2019.

E-COMMERCE

Mejor conocido en español como 'Comercio Electrónico' o 'Tienda en Línea'. El fuerte impacto que han tenido las compras por internet en los últimos años hace necesaria la experiencia de compra para el consumidor final, el contar con un servicio eficaz y sencillo hará que la navegación virtual resulte atractiva. Es importante tomar en cuenta el contenido que comunicas, este debe ser inspirador, que incite al cliente a crear un vínculo con el vendedor, así que apóyate de las plataformas diseñadas especialmente para los smartphones: el desarrollo de una buena APP puede ser un factor diferenciador en el éxito de tu negocio.

SOCIAL COMMERCE

Este término se refiere a la venta en línea a través de redes sociales. Se trata de sacarle el mayor potencial posible a las plataformas digitales



ESTAR A LA VANGUARDIA EN MARKETING DIGITAL ES ESENCIAL PARA EL ÉXITO DE TU NEGOCIO

que forman parte de una estrategia de 'Marketing Digital' por medio de comunidades y perfiles que funcionan como un canal de venta. El hecho de que un cliente pueda tener referencia de otros usuarios a la hora de adquirir un producto o servicio en línea, hace que la compra esté respaldada y sea segura. Toma en cuenta que las redes sociales con una excelente herramienta de publicidad durante este 2019, la estrella principal del 'Social Commerce' es la red social Instagram.

INFLUENCER MARKETING

La palabra 'influencer' está de moda. Se le llama así a una persona que es capaz de influir en las decisiones y comportamientos de una comunidad sobre ciertos temas, para la mayoría de las marcas el auge que ha tomado hoy en día el 'Influencer Marketing', se debe al gran impacto que generan en la decisión de compra de las personas. Esta tendencia ha generado una

respuesta favorable en las ventas de muchos negocios y es un hecho que las compras sociales se imponen. Los líderes de opinión pueden ser un acierto, si se busca el perfil adecuado para llegar a tu mercado meta. Recomendamos acercarse a una agencia especializada en el tema para realizar una estrategia ideal de acuerdo a las necesidades de tu negocio y poder tener un mejor retorno de inversión.

VISUAL COMMERCE

La mejor forma de interactuar con los clientes es a través del sentido de la vista. El contenido visual, por ende, es otro de los grandes protagonistas en la era digital. Las personas recordamos un 80% de lo que vemos, así que contar con imágenes y videos atractivos, será otro factor importante a la hora de cerrar una venta. Uno de los grandes retos será convencer al usuario de adquirir nuestro producto.

El teléfono móvil se ha convertido en el dispositivo #1 de acceso a Internet. Según datos de la agencia de investigación 'EMarketer', el año pasado casi el 60 por ciento de las ventas en línea a nivel mundial se concretaron a través de un smartphone y este año podría duplicarse. Las tiendas en línea deben tener un sitio web adaptado a estos dispositivos que requieren de mayor simplificación y facilidad de navegación. lo ideal también será contar con una APP que sea atractiva y útil para el usuario.

MOBILE COMMERCE

Es una realidad que las personas invierten una gran cantidad de su tiempo en el celular, así que no olvidés que los hábitos de consumo cambian constantemente y únicamente las marcas que sepan adaptarse a esta nueva era de transformación digital, serán las capaces de sobrevivir en el mercado, específicamente en uno tan competitivo como lo es la industria de la moda.

“ La palabra 'influencer' está de moda. ”

INTERNODIA M

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

Se contó con la participación de 09 empresas peruanas expositoras en la línea de confecciones; promovidas directamente por PROMPERU, en un área de 77.76 m² en la Feria Intermoda 2019. Las expectativas de negocios de las empresas peruanas: US\$ 8'525,000 en prendas de vestir de caballeros, bebés y niños de algodón con un total de 129 contactos de las zonas de DF México, Guadalajara, Monterrey, Puebla principalmente, así como otros países como Colombia, España, Panamá y EEUU.

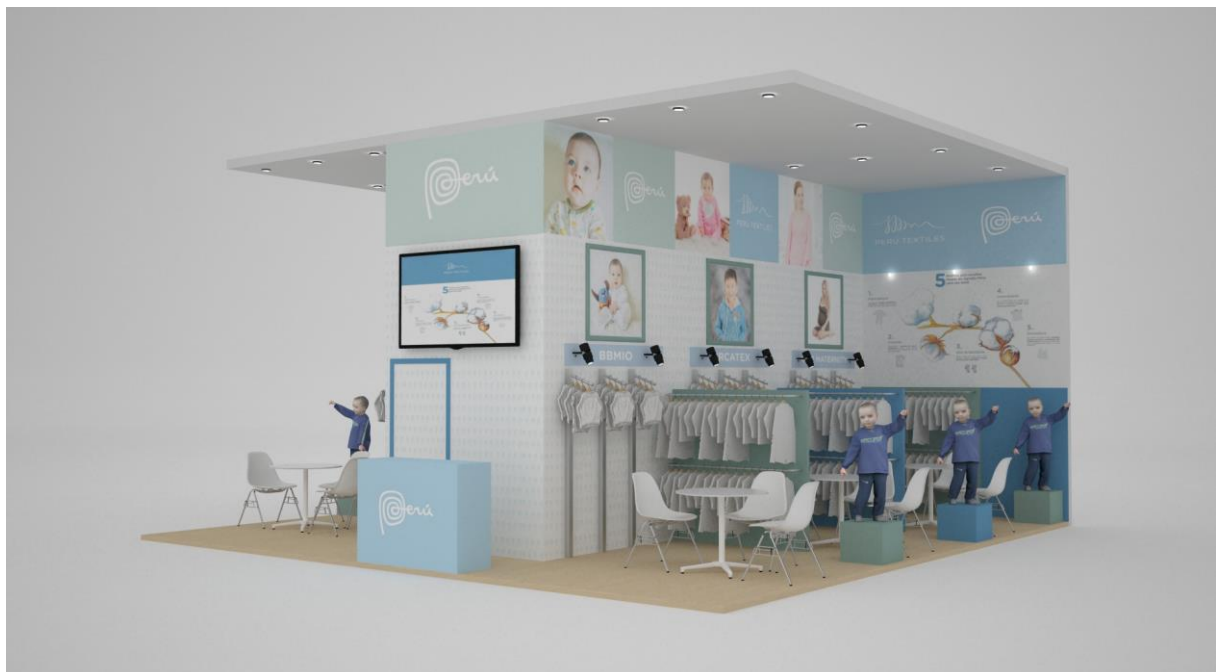
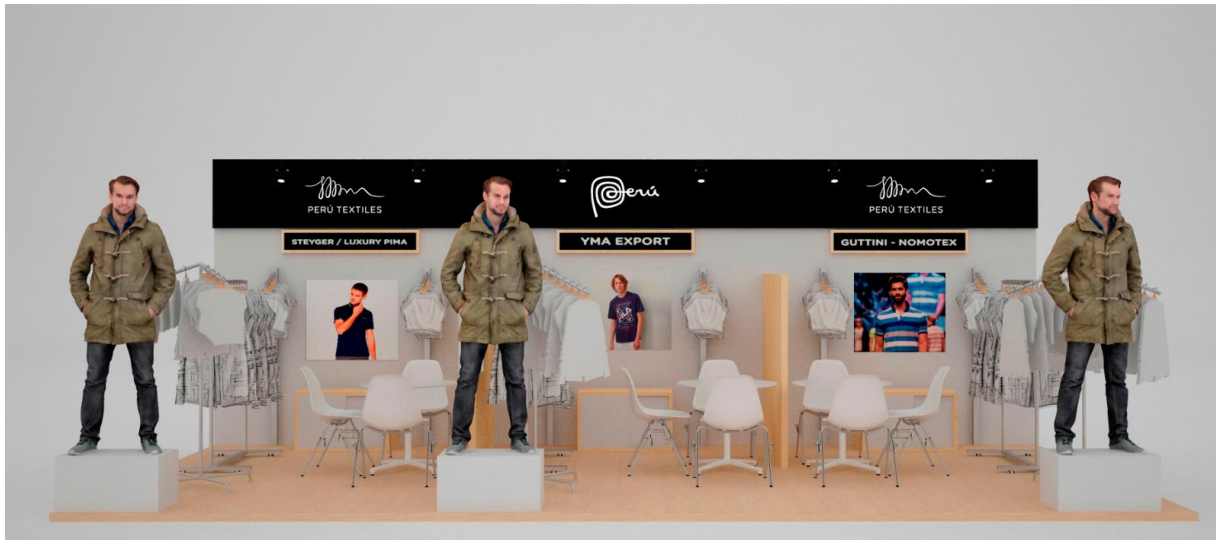
Las empresas peruanas que se presentaron en las zonas de Bebés y niños: son las siguientes: Figis International Co EIRL, Ecotexma SRL, S&L Moda SAC, Textiles Cross SAC, Diseño Textil Bbmio EIRL y Vircatex International Trading SAC.

En la zona de Caballeros: Nomotex, Algotex Group SAC y Yma Export SAC

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.



Mailing de difusión de nuestra participación:



5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

Feria Intermoda, tuvo un balance positivo para las empresas peruanas de confecciones participantes, principalmente con potenciales contactos de importadores de México, Estados Unidos, Colombia, España, Perú, Canadá o Italia. Los empresarios peruanos estiman que las ventas producto de su participación en esta feria es de US\$8'525,000 que se concretarán en los próximos 12 meses.

El nivel de satisfacción de cliente obtenido por el desarrollo del evento fue de un 86.4% pues considera una buena plataforma para la captación de clientes.

La cantidad total de contactos potenciales para la delegación peruana de confecciones de prendas de bebés y niños y caballeros es de 129, entre importadores, fabricantes, distribuidores y mayoristas.

5.3.2 Cualitativos

La mayor parte de contactos en la línea de confecciones durante la feria fueron de principales ciudades de México como DF, Puebla, Jalisco, Monterrey entre otros, además fueron visitados además por compradores de Colombia, España, Panamá y EEUU. Se tuvo el mecanismo de venta DDP (puerta-puerta) de parte de las empresas peruanas participante de la línea de caballeros que permite estabilidad en los pedidos a los compradores mexicanos y atender pedidos menores de medianos negocios ampliando la base de importación y eliminando en cierta forma la incertidumbre cambiaria.

Se puede apreciar que la oferta exhibida en Intermoda tiene valor agregado en diseño con las últimas tendencias de moda primavera-verano, la oferta peruana tiene la calidad de fibra y materia prima lo que gusto mucho al comprador internacional, hay que desarrollar un mayor promoción del tejido de punto de algodón Pima.

El 88.89% de las empresas peruanas de confecciones de prendas de bebés y niños y caballeros nos manifestaron su interés en participar en una próxima edición de la Feria Intermoda en la versión de primavera-verano, por ser un escenario que les permite consolidar negocios en el mercado internacional

5.4 Comentarios de la Competencia

Ninguna.

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

Dentro de la Feria se desarrollaron pasarelas y conferencias especializadas.

VI. Directorio de Contactos

(Ver anexo 01: Empresas peruanas participantes en Intermoda 2019)

VII. Conclusiones

Feria Intermoda, tuvo un balance positivo para las empresas peruanas de confecciones participantes, principalmente con potenciales contactos de importadores de México, Estados Unidos, Colombia, España, Perú, Canadá o Italia. Los empresarios peruanos estiman que las ventas producto de su participación en esta feria es de US\$8'525,000 que se concretarán en los próximos 12 meses.

El nivel de satisfacción de cliente obtenido por el desarrollo del evento fue de un 86.4% pues considera una buena plataforma para la captación de clientes.

La cantidad total de contactos potenciales para la delegación peruana de confecciones de prendas de bebés y niños y caballeros es de 129, entre importadores, fabricantes, distribuidores y mayoristas.

La mayor parte de contactos en la línea de confecciones durante la feria fueron de principales ciudades de México como DF, Puebla, Jalisco, Monterrey entre otros, además fueron visitados además por compradores de Colombia, España, Panamá y EEUU. Se tuvo el mecanismo de venta DDP (puerta-puerta) de parte de las empresas peruanas participante de la línea de caballeros que permite estabilidad en los pedidos a los compradores mexicanos y atender pedidos menores de medianos negocios ampliando la base de importación y eliminando en cierta forma la incertidumbre cambiaria.

Se puede apreciar que la oferta exhibida en Intermoda tiene valor agregado en diseño con las últimas tendencias de moda primavera-verano, la oferta peruana tiene la calidad de fibra y materia prima lo que gusto mucho al comprador internacional, hay que desarrollar un mayor promoción del tejido de punto de algodón Pima.

El 88.89% de las empresas peruanas de confecciones de prendas de bebés y niños y caballeros nos manifestaron su interés en participar en una próxima edición de la Feria Intermoda en la versión de primavera-verano, por ser un escenario que les permite consolidar negocios en el mercado internacional.

Recomendaciones

- Importante continuar con la introducción de las marcas de la línea de prendas de bebés y niños y caballeros, en plataformas comerciales como la Feria Intermoda de tal manera que consolidemos mejor los negocios en dicho mercado.
- Se sugiere desarrollar la implementación de un show room de confecciones en el mercado, caso similar que se tuvo en Brasil para la internacionalización de las marcas.

VIII. Anexos

Inauguración stands de Perú en Feria Intermoda 2019



Desfiles de Moda



Pabellón Perú:





