

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Laura Herrera Vega – Especialista de la Industria de la Vestimenta y Decoración	08/08/2017

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	6
V.	Participación Peruana	6
5.1	Expositores Nacionales	6
5.2	Actividades de Promoción	6
5.3	Resultados	6
5.3.1	Cuantitativos	6
5.3.2	Cualitativos.....	6
5.4	Comentarios de la Competencia.....	6
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	6
VI.	Directorio de Contactos	6
VII.	Conclusiones.....	6
VIII.	Recomendaciones	7
IX.	Anexos	7

 <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. 3 DE 12

I. Resumen Ejecutivo

El año 2016 podría calificarse como un año de alta incertidumbre económica y política, fuerte volatilidad en los mercados y desaceleración económica. Estas características tanto a nivel internacional como en el plano interno de Colombia.

A principios del año se avizoraba una posible recuperación en Estados Unidos; una situación menos crítica en la Unión Europea; una desaceleración en China que ha sido uno de los motores de la economía mundial. Estos pronósticos se fueron cumpliendo a lo largo del año. Y, en América Latina encontramos una región con grandes contrastes. De un lado están los países de la Alianza del Pacífico, donde se viene consolidando una política económica y comercial integrada. De otro lado, están los países en proceso de recuperación como es el caso de Argentina y Brasil. Y finalmente, regiones con fuertes desequilibrios macroeconómicos y un escaso margen de maniobra como es el caso de Ecuador y en particular, de Venezuela.

En Colombia, la situación del 2016 puede calificarse de manera muy similar: un año complejo con crecimientos moderados; un proceso de desaceleración que se acentuó en el segundo semestre del año; un comercio exterior que aún no despega, y, un entorno macroeconómico más retador en el cual se manifestaron vulnerabilidades en lo fiscal y en lo cambiario.

En el comercio exterior colombiano, se continuaron registrando caídas respecto a su desempeño en años anteriores. El sector agropecuario fue el único que mostró un crecimiento de 5.7%, los sectores minero e industrial estuvieron en retroceso debido al bajo dinamismo del comercio mundial y en particular a sus principales socios comerciales. El sector industrial, por su parte, pasó a ser el principal sector de exportación con una participación del 50.5% en las ventas externas.

Al igual que las exportaciones, las importaciones colombianas también han registrado reducciones significativas durante el 2016, debido al fortalecimiento del dólar y otras monedas en relación al peso colombiano, un proceso de sustitución de importaciones y una desaceleración de la economía colombiana.

El sector de la moda en Colombia, viene representada por la Feria Colombiamoda como principal plataforma de encuentro entre la oferta y la demanda. Promperú participó con una delegación de 15 empresas expositoras en la línea de confecciones, abarcando 147 metros cuadrados de la feria, 29% más que en la edición anterior.

Las empresas peruanas participantes, pudieron establecer contacto con más de 620 potenciales importadores, que significaron un 43% más que en la edición anterior, provenientes de países como Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, México, Panamá, Ecuador, República Dominicana, Canadá, Brasil, Puerto Rico, Guatemala, Chile, Bolivia, España, Aruba, Haití, Nicaragua y Portugal. Producto de ello, las expectativas de negocios ascendieron a US\$ 15 795 000 a ser concretados en un periodo de 12 meses.

De un total de 23 412 asistentes a la muestra comercial de Colombiamoda, se tuvo 12 394 compradores, el 87% nacionales y 13% internacionales.

Las empresas peruanas participantes, manifestaron su interés en participar en la siguiente edición, por ser un escenario que les permite consolidar negocios y ampliar su cartera de contactos. Cabe destacar que, este año la presencia de la delegación peruana en el pabellón blanco en la Zona de Marcas y Nuevos Modelos de Negocios se vio fortalecida con marcas y productos de valor agregado en diseño que aportaron variedad a la oferta presentada, obteniendo una gran aceptación por parte de los compradores.

El intercambio de ideas se dio en 7 500 Mts² de muestra comercial en la cual destacaron los negocios de los universos de vestuario: Paquete Completo, Jeanswear, Textiles, Formal, Casual, Hogar y Calzado; y Marroquinería.

II. Antecedentes y Justificación

Colombiamoda, es la mayor feria de la industria colombiana de la moda y se realiza una vez por año en la ciudad de Medellín. En esta feria se presentan más de 500 expositores de la cadena textil, confecciones, diseño y moda, marroquinería, calzado, cuero, joyería, bisutería y más de 8500 visitantes, tanto locales como internacionales. Esta es una feria profesional y cerrada a visitantes especializados. Los visitantes son cadenas de distribución, redes de boutiques, marcas buscando servicios de subcontratación internacional.

Es por ello que, 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 15 empresas bajo la línea de prendas de vestir de corte urbano, por lo que contaremos con un espacio total de 147 m² en la zona denominada Jeanswear y Nuevos Modelos de Negocios.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1	Nombre Oficial
	Feria Colombiamoda
3.2	Tipo de Feria
	Internacional
3.3	Sector
	Industria de la Vestimenta y Decoración

 <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

3.4 Fecha	25 al 27 de Julio
3.5 Edición	Número 28
3.6 Frecuencia	Anual
3.7 Lugar de Celebración	Plaza Mayor (Calle 41 – 55 80 Medellín – Colombia)
3.8 Horario de la Feria	9: 00 a 19:30 hrs
3.9 Precio de la Entrada	\$ 50 dólares
3.10 Organizador	Inexmoda / www.inexmoda.org.co
3.11 Superficie	7 500 metros cuadrados
3.12 Número de Asistentes	56 380 visitantes en total 23 412 asistentes a la muestra comercial 12 394 compradores 600 expositores
3.13 Fecha de Próxima Edición	24 – 26 de Julio 2018
3.14 Productos Presentados en la Feria	Prendas de vestir formal/casual para adultos en algodón y mezclas, ropa de niños en algodón y alpaca, ropa interior en algodón, accesorios como carteras de cuero y fieltro de alpaca; y swimwear.
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General	La feria cerró con US\$ 179 millones en expectativas de negocios, cifra que reitera el ejercicio dinamizador de la Feria Colombiamoda y la importancia de la Industria Textil – Confección para la región. 600 expositores, 69 momentos de la moda, 22 conferencias y 12 talleres, expusieron las nuevas dinámicas del mercado. De un total de 23 412 asistentes a la muestra comercial de Colombiamoda, 12 394 compradores, 87% nacionales y 13% internacionales; provenientes de 56 países. De los 600 expositores, 87% nacionales y 13% internacionales.
IV. Información Comercial	
4.1 Panorama del Mercado	Colombia se mantiene como el sexto mayor importador de confecciones (Capítulos 61&62) en Latinoamérica con compras valorizadas en US\$ 642 millones, lo cual lo posiciona por encima de Venezuela, República Dominicana, Argentina y Ecuador. En este contexto, Perú se mantiene como el primer proveedor regional y el sexto a nivel mundial del mercado colombiano que destaca por una mayor demanda de prendas de vestir de punto (53% de participación) que de tejido plano (47%).

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	38	0%	China - 62% India - 9% Turquía - 7%
620520	Camisas, blusas y blusas camiseras de algodón para mujeres o niñas	Estrella	36	0%	China - 42% Bangladesh - 14% India - 10%
610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil (exc. Algodón)	Estrella	29	0%	China - 21% Vietnam - 16% Tailandia - 14%
611120	Prendas y complementos de vestir para bebés, de punto, de algodón	Estrella	15	0%	China - 67% Camboya - 8% India - 7%
610443	Vestidos, de punto, de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	10	0%	China - 43% EEUU - 25% Marruecos - 4%
620463	Pantalones, pantalones cortos, de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	8	0%	China - 51% Vietnam - 13% Turquía - 9%
620443	Vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	7	0%	China - 50% EEUU - 9% India - 8%
620920	Prendas y complementos de vestir para bebés, de algodón	Estrella	6	0%	China - 80% India - 8% Bangladesh - 6%
621143	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Prometedor	6	0%	China - 49% México - 16% Marruecos - 7%
620444	Vestidos, de fibras artificiales, para mujeres o niñas	Prometedor	5	0%	China - 51% India - 14% Marruecos - 11%

De acuerdo a Euromonitor Internacional, el crecimiento de las ventas de prendas de vestir y calzado en Colombia se ha desacelerado en el 2015 al registrar una expansión de 4.5%, menor a la tasa compuesta de 5.5% registrada en los últimos cinco años, como consecuencia de las presiones inflacionarias que han propiciado que los colombianos sean más cautos en relación al gasto en esta clase de productos, lo cual ha favorecido a marcas económicas.

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Capítulo 61

- Camisas y polos de punto para hombres o niños
- Conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, pantalones
- T-shirts y camisetas de punto
- Blusas y polos de punto para mujeres o niñas
- Suéteres, jerséis, chalecos y artículos similares de punto

Capítulo 62

- Prendas de vestir para deporte
- Camisas para hombres o niños
- Conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, pantalones, calzones, para mujeres o niñas

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERO PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005 VERSIÓN 02 PÁG. 6 DE 12
4.3 Nuevas Tendencias Para mayor detalle, sírvase a comunicar con el sector		
V. Participación Peruana		
5.1 Expositores Nacionales <ul style="list-style-type: none"> • Pabellón Amarillo – Zona Jeanswear: Algotex Group, SAC, Textiles y Manufacturas Andinas SAC, Fashion Textil Cotton SAC, Tecnipima SAC, Corportación Stealth SAC, Fuci Colleccion SA, Forcap's Group SAC, Consorcio Textil Vianny SAC, Nomotex, Novablue Sourcing SAC. • Pabellón Blanco – Zona Marcas y Nuevos modelos de negocios: Applauzi SA, Corporacion Ottaner SAC, Consorcio Textil Bags & Fits SAC, Sincronia Textil SAC, Manufacturas Kukuli SAC. 		
5.2 Actividades de Promoción Con el apoyo de la Oficina Comercial de Colombia, difusión de un catálogo virtual a fin de convocar compradores interesados en la oferta a presentar. Producto de ello, se organizaron citas de negocios con Cueros Vélez, Comercializadora Arturo Calle SAS, Alternativa de Moda, Manisol, Crystal y Calzado Caprino.		
5.3 Resultados		
5.3.1 Cuantitativos A pesar de la coyuntura, por la que atraviesa Colombia. Las empresas peruanas pudieron cumplir sus objetivos, obteniendo contactos comerciales de importadores de Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, México, Panamá, Ecuador, Rep. Dominicana, Canadá, Brasil, Puerto Rico, Guatemala, Chile, Bolivia, entre otros. En comparación con la edición anterior, la delegación de empresas peruana pudo establecer un 43% más de contactos comerciales que en el 2016. Los empresarios peruanos estiman que, las ventas producto de su participación en esta feria son de US\$ 15'425 000; a ser concretados en un periodo de 12 meses.		
5.3.2 Cualitativos El 100 % de las empresas participantes en esta edición, manifestó que participaría en una siguiente edición. Ya que, es una de las plataformas en América Latina que les permite dar a conocer su oferta. La delegación de empresas peruanas, están fortaleciendo su oferta sobre todo en el Pabellón Blanco (zona de nuevos modelos de negocios y marcas) en esta edición participaron cinco empresas: Aguaclara, Sophie Ottaner, Vanny, Sitka, Kukuli. Cabe resaltar que a partir del 2016, empresas peruanas comenzaron a participar en este espacio.		
5.4 Comentarios de la Competencia Ninguno		
5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria Ninguno		
VI. Directorio de Contactos		
(ver anexo 01:Empresas participantes en Colombiamoda 2017)		
VII. Conclusiones		
<ul style="list-style-type: none"> • Con la participación de 15 empresas peruanas que conformaron la delegación se logró la proyección de ventas a 12 meses de US\$ 15 425 000 millones, un 2% más que en la edición anterior. • Los productos más demandados en la feria, fueron las prendas en algodón, hubo una muy buena acogida para las empresas que fueron por primera vez sobre todo en el pabellón blanco. • Los expositores peruanos recibieron un aproximado de 625 compradores, (43% más que en la edición anterior) 26% de ellos importadores, 21% de venta minorista, 16% de venta mayorista, 16% por distribuidores, 15% fabricantes/ productores y el 4% restante fueron brokers. Entre los compradores de mayor relevancia que tomaron contacto con las empresas peruanas estuvieron marcas posicionadas como Arturo Calle, Vélez, entre otras. 		

- La procedencia de dichos compradores estuvo conformada en un 88% por compradores de América, 12% de Europa.
- Cabe resaltar que esta presentación nacional, sirvió además como plataforma de lanzamiento internacional de la marca sectorial “Perú Textiles”.
- En cuanto al desempeño de la actividad, los participantes valoran en primer lugar el apoyo recibido en el evento, en segundo el lugar del evento y en tercer lugar la organización del evento.
- Así mismo las encuestas nos señalan que la participación cumplió con el objetivo planteado en un 93%, el 100% considera la participación en una próxima edición y concluyen que el evento significa una oportunidad para la captación de nuevos negocios.

VIII. Recomendaciones

- Continuar con la participación de las empresas peruanas en este evento, y fortalecer la oferta peruana en dicho mercado.
- Continuar con la difusión de la participación de las empresas peruanas y promocionar la marca sectorial.
- Fortalecer el desarrollo de la agenda de reuniones, para las empresas que participen en el evento mediante el apoyo de la Oficina Comercial de Perú en Colombia.

IX. Anexos

Fotos del Evento:

Isla Pabellón Amarillo – Zona Jeanswear







Pabellón Blanco – Zona nuevos modelos de negocios y/o marcas







