

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	08/08/2019

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 3
3.5	Edición 3
3.6	Frecuencia 3
3.7	Lugar de Celebración 3
3.8	Horario de la Feria 3
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 4
4.3	Nuevas Tendencias 5
V.	Participación Peruana 5
5.1	Expositores Nacionales 5
5.2	Actividades de Promoción 5
5.3	Resultados 5
5.3.1	Cuantitativos 5
5.3.2	Cualitativos 5
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 6
IX.	Anexos 6

I. Resumen Ejecutivo

El año 2018 comenzó con un entorno que en su momento calificamos de alta incertidumbre económica y política, volatilidad en los mercados y bajos crecimientos. Estas características predominaron, tanto en el plano internacional con el interno.

América Latina por su parte, luego de la recesión que registró durante los años 2015 y 2016, logra una tasa positiva de 1.3% en 2017. Para 2018 la región no logra superar este nivel y crece 1.2%. Solamente hacia 2019 se podría pensar en una tasa que se acerque al 2%.

En Colombia, al analizar el 2018, podríamos decir que nuevamente la percepción del país es mejor desde el exterior, que la interna. El pesimismo es un agente presente en muchos ámbitos a pesar de ser injustificado en la mayoría de los casos. Incluso podría llegar a pensarse que la variable crítica ha sido la evolución de las expectativas. El año comenzó con una fuerte incertidumbre económica y política acompañada de un deterioro en el clima de los negocios. Posteriormente, la incertidumbre comenzó a despejarse, las expectativas mejoraron y lentamente la economía inicia una fase de recuperación.

Colombia terminó el 2018 con algunos indicadores que reflejan la solidez de esta economía: una tasa de desempleo de un dígito; un entorno macroeconómico estable; un déficit en cuenta corriente del orden del 3%; un buen desempeño del comercio exterior y un aumento de la inversión extranjera directa petrolera y no petrolera. Con todo lo anterior, Colombia sigue siendo una de las economías promisorias de la región y así lo perciben las calificadoras de riesgo que otorgan al país el grado de inversión.

Para esta edición 2019, en la feria Colombiamoda se llevaron a cabo 900 citas de negocios entre exportadores nacionales y las 240 empresas internacionales que invitó ProColombia, quienes generaron ventas en el lugar por US\$ 13,5 millones. Estados Unidos, México y Ecuador fueron los tres países que más compras hicieron durante los tres días de la feria organizada por Inexmoda.

La temática de la feria fue “Conectando saberes” abriendo nuevos espacios y siendo más incluyentes con los compradores y consumidor final, abrieron el espacio de “Concept Market” en la que los consumidores podían comprar ediciones especiales, de esa manera aumentaron el nivel de participación del consumidor final. Colombiamoda digital también fue un nuevo espacio ya que Inexmoda apostó por la digitalización de los negocios, donde los consumidores no sólo podían comprar en las tiendas virtuales de las marcas, sino también interactuar con sus redes sociales.

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 475 expositores de la cadena textil, confecciones, diseño y moda, marroquinería, calzado, cuero, joyería, bisutería y más de 11 800 compradores 12% internacionales y 88% nacionales.

PROMPERÚ participó con una delegación de 9 empresas con marca propia en 72 metros cuadrados en la zona de concept market.

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

3.4 Fecha

23 al 25 de Julio

3.5 Edición

Número 30

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 18:00 hrs

3.9 Precio de la Entrada

\$ 50 dólares compradores

\$ 80 dólares visitantes

3.10 Organizador

Inexmoda / www.inexmoda.org.co

3.11 Superficie

7 500 metros cuadrados

3.12 Número de Asistentes

11 800 asistentes a la muestra comercial

475 expositores

3.13 Fecha de Próxima Edición

28 – 30 de Julio 2020

3.14 Productos Presentados en la Feria

Marcas peruanas de las líneas de: corte urbano masculino para adultos, bebés y niños, ropa deportiva femenina, joyería, calzado y swimwear.

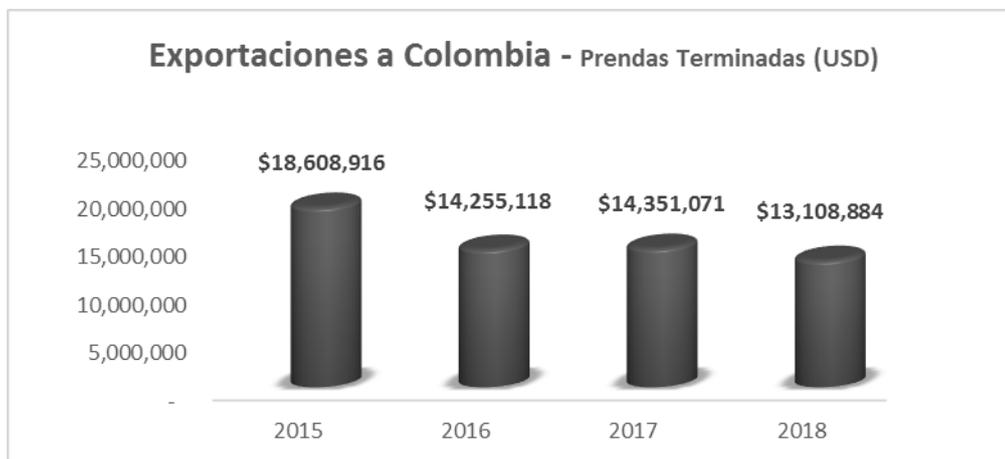
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General

La feria cerró con US\$ 143 millones en expectativas de negocios, 11 800 visitantes provenientes de más de 40 países, 475 expositores (88% nacionales, 12% internacionales).

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

Colombia es el cuarto país de destino, de la región, para las exportaciones de prendas terminadas (punto y plano) le compra al Perú USD 13 108 884.



MERCADO	N°	Subpartida/ armonizada	2015	2016	2017	2018	2018* acum. 04 ABRIL	2019* acum. 04 ABRIL
Colombia	1	610510 – camisas de punto, de algodón, para hombres o niños (exc. camisones, t-shirts y camisetas)	4 989 409	3 573 523	4 474 116	3 530 867	1 038 472	974 159
	2	4202320000 – artículos de bolsillo o de bolso de mano	70 238	1 397 578	1 217 169	1 662 093	507 653	579 557
	3	7117190000 – las demás bisuterías de metales comunes	2 914 040	1 491 314	1 218 974	1 171 101	439 259	418 799
	4	6109100039 – los demás t-shirts de algodón, para homb	1 130 890	925 116	641 966	420 132	187 346	359 787
	5	6302600000 – ropa de tocador o cocina, de tejido con	347 228	227 366	450 506	206 309	2 796	153 616

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Los productos más demandados en el sector confecciones peruano son:

Capítulo 61

- Camisas y polos de punto para hombres o niños
- Polos de punto para mujeres o niñas

Capítulo 62

- Prendas de vestir para deporte

4.3 Nuevas Tendencias

Las marcas Colombianas está realizando inversiones de más de US\$ 41 000 millones en 64 tiendas dentro y fuera de Colombia.



V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

Aguaclara, ALC Wear, Donna Cattiva, Kukuli, Stealth, Steygüer, Unruled, Urin Huanca y Win.

5.2 Actividades de Promoción

Con el apoyo de la Oficina Comercial de Colombia, se realizaron actividades en el PDV para atraer compradores e interesados en la oferta exportable, asimismo se convocaron a los medios locales para promocionar la oferta peruana.

5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

A pesar de la coyuntura, por la que atraviesa Colombia. Las empresas peruanas, en su mayoría, pudieron cumplir sus objetivos, obteniendo contactos comerciales de importadores de Colombia, Ecuador, México, Estados Unidos, Panamá, Costa Rica, Brasil, Bolivia, Reino Unido, España, China, República Dominicana, Puerto Rico, Chile, Venezuela, Guatemala y Honduras.

Los empresarios peruanos estiman que, las ventas producto de su participación en esta feria son de US\$ 2 467 500; 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 marca.

Y de igual manera el 100% consideró que participaría en una siguiente edición.

5.4 Comentarios de la Competencia

Ninguno

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

Conversatorio por parte de la Ocex Bogotá, a los empresarios asistentes sobre las nuevas tendencias según cada línea y su comportamiento/oportunidades en el mercado colombiano.

VI. Directorio de Contactos

(ver anexo 01:Empresas participantes en Colombiamoda 2019)

VII. Conclusiones

- Con la participación de 9 empresas peruanas que conformaron la delegación se logró la proyección de ventas a 12 meses de US\$ 2 467 500 millones.
- Los productos más demandados en la feria, fueron los polos en algodón y las prendas para bebés.
- Los expositores peruanos recibieron un aproximado de 272 compradores, 24% de ellos mayoristas, 16% importadores, 15% de venta minorista, 15% por distribuidores, 11% fabricantes/ productores, 10% Supermercado y el 3% restante fueron brokers.
- La procedencia de dichos compradores estuvo conformada en un 93% por compradores de América, 5% de Europa y 2% Asia.
- Cabe resaltar que esta presentación nacional, sirvió además como plataforma para posicionar la marca sectorial "Perú Textiles".
- En cuanto al desempeño de la actividad, los participantes valoran en primer lugar la el soporte recibido durante el evento, en segundo lugar la sede del evento y en tercer lugar los cumplimientos de horarios.
- Así mismo las encuestas nos señalan que la participación cumplió con el objetivo planteado en un 100%, el 100% considera la participación en una próxima edición y concluyen que el evento significa una oportunidad para la captación de nuevos negocios y dar a conocer su marca.

VIII. Recomendaciones

- Fortalecer el desarrollo de la agenda de reuniones para las empresas participantes, mediante el apoyo de la Oficina Comercial de Perú en Colombia.
- Tener en cuenta las restricciones logísticas que está aplicando el mercado colombiano, para el envío de prendas así sean sólo muestras sin valor comercial.
- Considerar los precios en DDP para los compradores internacionales de montos pequeños.

IX. Anexos



