

PERU MODA

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Igor Rojas Chu – Coordinador de Industria de la Vestimenta y Decoración	02/06/2015

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	8
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	8
3.1	Nombre Oficial	8
3.2	Tipo de Feria	8
3.3	Sector	8
3.4	Fecha	8
3.5	Edición.....	8
3.6	Frecuencia.....	8
3.7	Lugar de Celebración.....	8
3.8	Horario de la Feria	8
3.9	Precio de la Entrada	8
3.10	Organizador	8
3.11	Superficie	8
3.12	Número de Asistentes.....	8
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	8
3.14	Productos Presentados en la Feria	8
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General	9
IV.	Información Comercial	11
4.1	Panorama del Mercado	11
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales	12
4.3	Nuevas Tendencias	¡Error! Marcador no definido.
4.4	Nuevas Tecnologías.....	¡Error! Marcador no definido.
V.	Participación Peruana	12
5.1	Expositores Nacionales	12
5.2	Actividades de Promoción	12
5.3	Resultados	13
5.3.1	Cuantitativos	13
5.3.2	Cualitativos.....	¡Error! Marcador no definido.
5.4	Comentarios de la Competencia.....	¡Error! Marcador no definido.
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	13
VI.	Directorio de Contactos	13
VII.	Conclusiones.....	13
VIII.	Recomendaciones	¡Error! Marcador no definido.
IX.	Anexos	14

I. Resumen Ejecutivo

Perú Moda y Perú Gift son los principales eventos de la industria de la vestimenta y de artículos de regalo y decoración en el Perú tienen por objetivo propiciar que compradores internacionales especializados puedan tomar contacto directo y establecer relaciones comerciales con las empresas nacionales que destacan por su reconocida oferta, capacidad de respuesta y versatilidad para ajustarse a las necesidades del mercado. Promperu en coordinación con Adex, Cámara de Comercio de Lima, Sociedad Nacional de Industrias, Comex, Ministerio de Relaciones Exteriores e Inpart vienen desarrollando un conjunto de esfuerzos destinados a posicionar ambos eventos en el mercado internacional, considerando atributos de una industria que produce artículos de alta calidad y valor agregado, poseedor de una tradición milenaria y con sus fibras textiles distintivas de alta calidad, el algodón, la alpaca y la vicuña, así como de otros materiales preciosos como el oro y la plata. Perú Moda & Perú Gift son instrumentos importantes en el plan estratégico del sector, ya que nos ha permitido adaptar el evento hacia oportunidades que se presentan en el mercado internacional. Especialmente en el rol de la diversificación de mercados, lograr el posicionamiento de las prendas peruanas en el segmento de alta gama a nivel mundial, organizar Press Tour con prensa internacional, organizar concursos de diseño que se plasman en pasarelas con los estándares internacionales, promover el diseño peruano.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Expositores:

PERÚMODA es el evento que promueve la oferta de productos vinculados con la vestimenta para el mercado Internacional. Se contó este año con la participación de 168 empresas expositoras de los rubros de Textil, Confecciones, Joyería, calzado, accesorios y servicios con un total de 174 stands. En esta versión se contó con la participación de empresarios procedentes de las siguientes ciudades: el 75% de Lima, 5% Arequipa, 5% Cusco, 5% Puno, 4% La Libertad, 3% Junín, y 1% Huancavelica, Cajamarca, Ayacucho, Lambayeque y Piura.

La feria Perú Moda buscó también promover y difundir nuestros programas y sellos de certificación de Buenas Prácticas de Comercio Justo- BPCJ; para ello promovió la participación de 10 empresas en cada una de estas áreas. Así mismo se promovió con el soporte de la Cámara de Comercio Cosmética de CCL a seis empresas de la línea de cosmética, el objetivo de esta presentación fue el de resaltar que la oferta peruana en la línea de productos naturales del país.

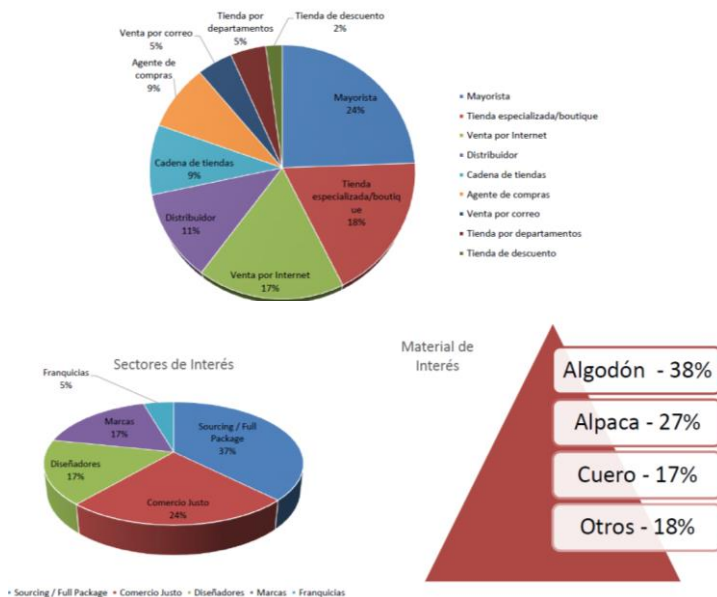
En esta edición se promovió la zona de joyería y cosmética en un espacio común integrando así como la zona de diseñadores y calzado y accesorios el área con la pasarela del Perú Moda, a fin de generar un mayor flujo bajo la premisa de resaltar este tipo de oferta.

Visitantes Extranjeros:

Perú Moda es la plataforma que propicia las exportaciones de productos vinculados con la industria de la vestimenta, en tal sentido Promperú desarrolló una estrategia de medios a fin de promover la asistencia de compradores internacionales que se detallan a continuación:

- Difusión de Perú Moda en los eventos Expo Perú USA, así mismo en ferias y misiones comerciales: Magic (EEUU), Hong Kong Jewelry(China), Chic(China), Bubble (Inglaterra) , Colombiamoda (Colombia), Fenim .
- Soporte de Consejeros Comerciales del Perú – Ocx en la difusión y convocatoria de compradores internacionales.
- Plataforma de telemarketing para convocar y dar seguimiento a los compradores internacionales.

La participación de visitantes extranjeros fue de 1,200 Compradores Internacionales, asistentes de 4 continentes y delegaciones de 40 países de las principales empresas de la industria mundial de la moda, tiendas por departamento, mayoristas, cadenas de tiendas, catálogos, tiendas especializadas, agentes y diseñadores. En esta oportunidad el continente norteamericano lideró en número de visitantes con el 39%, seguido de Sudamérica con un 32%, Europa 20%, Asia 4%, Centroamérica 4% y entre Oceanía y África el 1%.



Pasarela PERÚ MODA:

En la pasarela PERU MODA 2015; se llevaron a cabo 10 bloques de desfiles compuesto de:

PERU MODA CATWALK 2015			
Hour	Wednesday 27	Thursday 28	Friday 29
12:00 m	Young Designers to the World Contest, 2015 Daniel Escajadillo Edith Mejia Ivon Arribasplata Katia Luyo Oscar Chunga Silvia Paredes Flashmode Winner 2014, Peru Sebastian Novoa Creare Winner 2014, Mexico Fernanda Barboza Bift Winner Contest, China Jiaheng Li	12:30 m Fifty Shades of Blue Jose Miguel Valdivia For Tejidos San Jacinto	
04:00 p.m.	Dunkelvolk Capsule collection by Roger Loayza	Mara Intimates Capsule collection by Claudia Jimenez	
06:00 p.m.	Anntarah Capsule collection by Alessandra Petersen	John Holden Capsule collection by José Clemente	Alpaca del Perú Claudia Bertolero Chiara Macchiavello Gleny Castro Sumy Kujón Meche Correa
8:00 p.m.	M.bö Capsule collection by Sergio Dávila	Emporium Jeans Capsule collection by Jorge Luis Salinas	Cavallera

El Concurso Jóvenes Creadores al Mundo.

6 marcas que en alianza con un diseñador de moda, tuvieron el objetivo de promover la internacionalización de marcas peruanas y ser parte del Proyecto DCFE - Macy's.

La participación de la empresa San Jacinto cuya colección desarrollada por el diseñador José Miguel Valdivia, mostró las bondades y versatilidad del denim.

El bloque Alpaca, que tuvo como fin, a través de distinguidos diseñadores peruanos, promover el reciente lanzamiento de la marca "Alpaca del Perú" Y la presencia internacional de la marca brasilera "CAVALERA".

La ganadora del Concurso Silvia Paredes se hizo acreedora a:

- **Beijing Institute of Fashion Technology (BIFT) China:**
Pasantía gratuita de un mes.
Boleto aéreo Lima – Beijing – Lima.
Hospedaje
- **Michell & Cia otorga:**
Pasaje aéreo Lima – Internacional – Lima
Pasantía en las instalaciones de Michell & CIA en Arequipa.
- **Pasantía en la Casa de Moda italiana de Emiliano Rinaldi.**
- **Rab Import:**
1 Máquina recta industrial mecánica 01 Siruba
1 Remalladora Industrial Siruba
1 Recubridora Industrial Siruba
- **PUCP**
Asesoría en el desarrollo de una colección.



Proyecto DCFF – MACY'S

Este ha sido un proyecto piloto para promover la internacionalización de marcas peruanas.

La Cámara de Comercio de la Moda de Washington - DCFF tuvo como labor seleccionar a una de las marcas que se presentaron en la pasarela PERÚ MODA 2015, logrando dicho reconocimiento la marca EMPORIUM que articuló su presentación con una propuesta experimental diseñada por el también fundador de la marca – Jorge Lluís Salinas.

Como parte del reconocimiento, EMPORIUM liderado por Jorge Luis Salinas desarrollaron un programa de incubación con el propósito de adecuar la oferta de la marca a la tienda departamental para su posterior exhibición en un comer en el estado de Washington.

El aforo de la pasarela fue de 700 y contó con la presencia de compradores profesionales, prensa especializada internacionales y representantes de cadenas de tienda local.



Prensa Internacional

La nueva concepción estratégica de Promperú establece un mayor acercamiento a los mercados internacionales, lo que implica desarrollar herramientas de promoción y difusión que tenga informado a nuestro público objetivo vinculados con la industria textil y de confecciones, sobre nuestra industria, el cluster textil Peruano, nuestra tradición y trayectoria textil, el surgimiento de nuevos talentos, diseñadores, tecnologías, fibras, etc., y por supuesto que informe sobre nuestra feria emblemática "PERU MODA" 2015 que tiene como objetivo promocionar, posicionar y difundir la oferta exportable peruana de textiles, prendas de vestir y accesorios, resaltando los estándares de calidad reconocidos mundialmente.

Para la edición de este año, la difusión de medios internacionales trade inició como de costumbre en el último trimestre del año previo, iniciando con la invitación a los periodistas que por la relevancia de sus medios, son invitados todos los años a la feria y la convocatoria de nuevos medios que planifican sus agendas con tiempo.

En esta XVIII edición, dada la situación de la tardía definición de la fecha del evento (del 15 al 17 de Abril), el proceso de convocatoria no pudo realizarse como de costumbre, viéndose postergado para fines de enero/febrero del presente año. El proceso de invitación, convocatoria y emisión de tickets aéreos quedó paralizado por indicaciones en el cambio de fecha del evento hasta el mes de marzo/abril que se retoma nuevamente luego de tener confirmadas las fechas para el 27-29 de Mayo, 2015.

En esta coyuntura, el proceso de invitación de periodistas se vio afectado por el cambio de fecha y por tener una convocatoria tan cercana al evento, no obstante, con la gestión del Sector de la Industria de la Vestimenta y el apoyo de las Oficinas Comerciales, así como la intervención de Mata Ojo, el PR internacional contratado para la cobertura y difusión de información, así como como gestión de medios internacionales consumidor final, se pudo garantizar la presencia de 24 medios internacionales en PERU MODA & PERU GIFT SHOW.

Resultados Cualitativos Generales:

- Número total de periodistas invitados: 29 periodistas, representando 24 Medios Internacionales.
- Lugares de procedencia: América Latina, América del Norte, Europa y Asia
- Medios invitados por primera vez: 14 medios - 06 de Prensa Trade y 08 de Prensa Consumidor Final.
- Numero de medios que han estado en ediciones pasadas: 10 medios - 08 de Prensa Trade y 02 de Prensa Consumidor Final.

Al igual que en la anterior edición de PERU MODA, en esta edición, Promperu manejó la estrategia de separar el manejo de los periodistas invitados en dos grupos: "Prensa Internacional Trade" y "Prensa Internacional Consumidor Final", para trabajar de manera más ordenada sus intereses y afinidades.

Respecto al grupo de Prensa Internacional Trade invitada, compuesta por medios B2B de la industria, fue el Sector de Industria de la Vestimenta y Decoración, quien tuvo a su cargo las coordinaciones de convocatoria, selección, invitación, elaboración de programa en feria y manejo de la información de acuerdo a los requerimientos de cada grupo.

Dada la afinidad de contenidos en este grupo, se trabajó para ellos un programa que incluyó visitas en feria, recorrido por los stands, presencia en todos los desfiles, entrevistas a Consejeros Comerciales, a compradores de los países que representan y a empresas expositoras, así como a autoridades de Mincetur y Promperu. Este tour se vio complementado por actividades de integración y esparcimiento como por ejemplo el tour gastronómico en el Restaurante Cala (Barranco), experiencia culinaria y gastronómica en el Restaurante La Mar (Miraflores), visita a Museo Larco, entre otras actividades que les permitieron disfrutar de la ciudad de Lima.

Para garantizar el manejo adecuado y ordenado durante los dos primeros días de Feria, que fueron los que estuvieron más cargados de actividades dentro de la Feria y fuera de ella, se contó con el apoyo de Maria Cristina Llanos, especialista en Relaciones Publicas del Departamento de Relaciones Públicas y Prensa de PROMPERU, quien cuenta con amplia experiencia en Press Tour y quien supo brindar un soporte muy profesional y agradable a los periodistas y al área.



	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 8 DE 17

Antecedentes y Justificación
<p>Es el evento que reúne lo mejor de la oferta exportable peruana en Textil, Confecciones, Joyería, Calzado, Accesorios y Servicios. En esta decimo séptima edición se apreció la excelente calidad de los productos peruanos que fue presentada a los visitantes internacionales; quienes llegaron a la búsqueda de establecer relaciones comerciales con empresas nacionales que destacan por su reconocida capacidad de respuesta y versatilidad para ajustarse a las necesidades del mercado.</p> <p>PERÚMODA promueve el contacto entre las empresas peruanas de la industria de la moda y las principales compañías importadoras de los cinco continentes.</p> <p>Esta actividad ofrece a los visitantes, múltiples alternativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar nuevos productos y servicios • Apreciar las creaciones de los diseñadores peruanos • Entablar y afianzar contactos de negocios • Reunir información para compras e inversiones <p>Promover las exportaciones del sector textil, confecciones, joyería, calzado y accesorios, mediante la participación de misión de compradores, Press Tour y Campaña de difusión del diseño.</p>
Ficha Técnica de la Feria
Nombre Oficial: Feria PERUMODA
Tipo de Feria: Internacional
Sector : Textil, Confecciones, Joyería, Calzado, Accesorios y Servicios
Fecha : 27 al 29 de mayo del 2015
Edición: N° 18
Frecuencia: Anual
Lugar de Celebración : Cuartel General del Ejercito-Pentagonito San Borja - Lima
Horario de la Feria: 10:00 - 19:00 pm (27 y 28 de Mayo) y 10:00 – 18:00 (29 de mayo)
Precio de la Entrada: S/. 149 pago en ventanilla del evento (Valido por los tres días de la feria)
Organizador : PROMPERU
Superficie : Aprox. 24.000m2
<p>1.1 Número de Asistentes :</p> <p>Se tuvo la presencia de 24 periodistas internacionales de 9 países Perú Moda convocó a 2,000 visitantes extranjeros principalmente de EEUU, Brasil e Italia, 93% de los compradores considera que tuvo contactos interesantes en el evento, 68% de los compradores visitaron empresas durante su estadía en Perú.</p>
<p>1.2 Fecha de Próxima Edición : 13 al 15 de Abril 2016</p>
<p>1.3 Productos Presentados en la Feria:</p> <p>1. Zona "B": Pabellón de Alpaca Empresas de la Línea de prendas tejidas en punto y plano en algodón, alpaca y mezclas.</p> <p>2. Zona "C" : Pabellón de Bebes y Niños Línea de moda Infantil</p> <p>3. Zona " D " : Confecciones Empresas que trabajan punto y plano de algodón y mezclas. Incluyendo empresas de productoras de la línea de pijameria, ropa interior, lencería en algodón y mezclas.</p>

4. Zona "C": Pabellón Fullpackage Algodón

Empresas que desarrollan el paquete completo y integración de procesos.

5. Zona "B": Pabellón Fullpackage Alpaca

Empresas que desarrollan el paquete completo y integración de procesos principalmente en la línea de alpaca.

6. Zona "D": Pabellón de Diseñadores

Diseñadores jóvenes y marcas.

7. Zona "C": Pabellón de Servicios

Empresas que ofrecen toda la línea de proveeduría para la industria de la vestimenta.

8. Zona "D": Pabellón de Calzado y Accesorios

Empresas de la Ind. de Cuero, Calzado y Accesorios.

9. Zona "B": Pabellón de Joyería

Empresas productoras de la línea de joyería, bisutería en plata, oro y otras piedras preciosas.

10. Zona "B": Pabellón de BPCJ

Empresas del proyecto de Buenas Practicas de Comercio Justo.

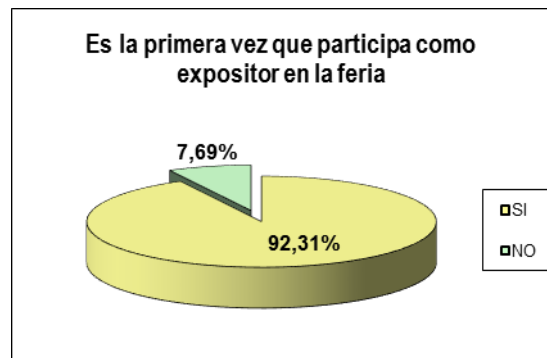
11. Zona "D": Pabellón de Gremios

Instituciones co-organizadores del evento

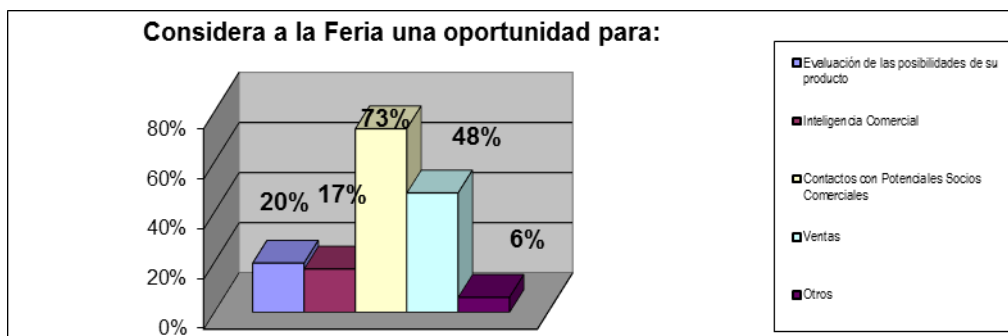
12. Zona "B" Cosmética

Empresas de la línea cosmética.

1.4 Datos Estadísticos de la Feria en General

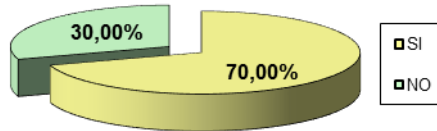


Las encuestas recogidas a los expositores el 73% de ellos consideran que su participación fue una oportunidad para conseguir contactos comerciales, motivo que los incentiva a participar en cada una de las versiones de Perú Moda, puesto que el 73% de estas empresas han participado en versiones anteriores de la feria Perú Moda. Por otra parte el 48% de los participantes manifestó que su participación fue una oportunidad para consolidar ventas en el mercado internacional, de los cuales el 6% ya tenía experiencia de participar en esta feria.

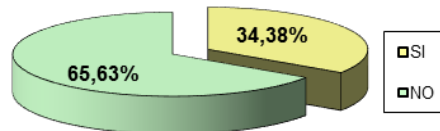


De las encuestas un 70% de los expositores nacionales señalaron que obtuvieron los contactos de negocios esperados, cumpliendo con las expectativas que tenían de la feria. Asimismo cerca de un 65.63% de expositores mencionaron que fueron visitados a sus instalaciones por compradores que participaron en la feria.

Obtuvo Los contactos que esperaba durante sus entrevistas de Negocios

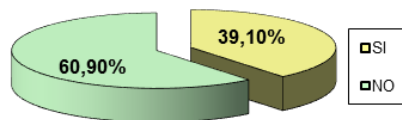


De las personas contactaas, alguna visitó el local de su empresa

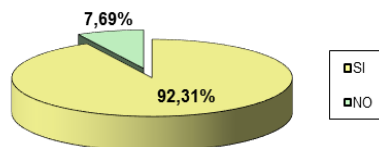


De las encuestas 60.90% de los expositores nacionales señalaron que lograron concretar algún acuerdo comercial durante el evento, cumpliendo con las expectativas que tenían de la feria. Asimismo cerca de un 92.31% de expositores mencionaron que fueron visitados a sus intalaciones por compradores que participaron en la feria

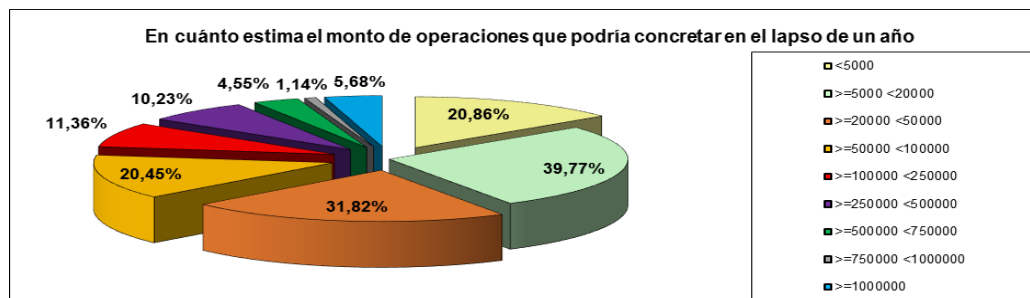
Logró concretar algún acuerdo comercial durante el evento



Es la primera vez que participa como expositor en la feria



De las encuestas 39.77% de los expositores nacionales señalaron que sus expectativas de negocios fue de hasta 50000 dólares, cumpliendo con las expectativas que tenían de la feria, 20.45 % estima que sus expectativas fueron de 100000 dólares. Asimismo cerca de un 5.68% de expositores mencionaron que sus expectativas de negocios es de hasta 1 Millón de dólares.



II. Información Comercial

2.1 Panorama del Mercado

Panorama del Mercado

Las exportaciones peruanas del sector textil y confecciones bordearon US\$ 1 800 millones en 2014, con un crecimiento promedio de 6,6% durante los últimos 5 años. Estos productos se dirigieron, en 2014, a 113 mercados siendo Estados Unidos el mercado más importante con una participación de 37% y un monto de US\$ 663 millones, le siguen mercados regionales como Venezuela (15%), Brasil (7%), Ecuador(6%), Colombia (6%) y Chile (4%).

Entre los mercados más dinámicos, se encuentran Brasil (+US\$15 millones/ 15% de crecimiento), Colombia (+US\$ 7 millones/ 7% de crecimiento), China (+US\$ 6 millones/ 28% de crecimiento) y Rusia (+US\$5 millones/ 466% de crecimiento).

El comportamiento de Venezuela influyó negativamente en el sector, el mismo comportamiento lo tuvieron la disminución de las compras de los mercados de Chile y Ecuador, las cuales cayeron en 13% y 8% con respecto al periodo acumulado. Si no se considera a Venezuela, el sector hubiera crecido 1,3% en el periodo acumulado.

A marzo de 2015, las exportaciones del sector sumaron US\$ 115 millones en marzo, lo que significó un acumulado de US\$ 343 millones durante el primer trimestre del año. El comportamiento de Venezuela influyó negativamente así también, pero en menor medida, la disminución de las exportaciones a Estados Unidos, la cual cayó 18,6% con respecto al periodo acumulado de 2014.

Los productos líderes en el sector al 2014 fueron t-shirts de algodón (US\$ 363 millones), polos de algodón para caballero (US\$ 203 millones), suéter de algodón (US\$ 70 millones) y polos de algodón para dama (US\$ 42 millones).

El principal producto del sector que incrementó sus ventas el 2014 fueron polos shirt de algodón para caballeros. Este producto destaca por ser uno de los más importantes, con una participación de 11% y una variación positiva de 3,0%. Este producto incrementó sus ventas en Estados Unidos (+US\$ 7 millones). A marzo del 2015, destacaron las faldas de punto de algodón (US\$ 144 mil / 245,4% de variación), partes de prendas de complemento de vestir (US\$ 288 mil / 199,7%) y camisas sintéticas para hombres (US\$ 171 mil / 198,6%). Las exportaciones de estos productos se dirigieron principalmente a Estados Unidos, Bolivia y Venezuela respectivamente.

Lima, con una participación de 76%, se consolidó como la región más importante para las exportaciones sectoriales seguido por Arequipa (10%), Ica (6%) y Callao (6%). A excepción de Lima, que disminuyó 12,9% en el acumulado, Arequipa creció 26,6%; Ica hizo lo propio (22,2%) al igual que Callao (14,6%). En general, la exportación del sector en regiones (sin contar Lima y Callao) incrementó 19,8% en los 12 meses del año.

A diciembre 2014 se exportaron 584 productos (HS6) a 112 mercados por 2 510 empresas. El 56% fueron microempresas, con exportaciones menores a US\$ 100 mil; y el 37% fueron pequeñas empresas, con exportaciones entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón. Por otro lado, entre enero y Marzo de este año se exportaron 444 productos (HS6) a 84 mercados por 1007 empresas. El 76% fueron microempresas, con exportaciones menores a US\$ 100 mil; y el 18% fueron pequeñas empresas, con exportaciones entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón.

2.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Entre los productos estrella con alto potencial de crecimiento destacaron, durante el periodo enero-diciembre de 2014, los demás tejidos de punto con hilados elastómeros (US\$ 2 millones / 957,6% de variación), pantalones de punto sintético (US\$ 3 millones / 263,4%), prendas de vestir (US\$ 1 millón / 170,1%) y conjuntos de abrigo para entrenamiento de punto sintético (US\$ 1 millón / 166,0% de variación). Las exportaciones de estos productos se dirigieron principalmente a Ecuador, Estados Unidos y Venezuela respectivamente. Conjuntos de abrigo para entrenamiento de punto sintético tuvieron como principales mercados a Venezuela y Chile.

Por otra parte, las prendas de vestir para uso profesional o deportivo incrementaron sus exportaciones en 11,6%, a Marzo de 2015, llegando a un monto de US\$ 7 millones en el periodo acumulado y sus principales mercados son Estados Unidos (US\$ 6 millones del total exportado), Canadá (US\$ 191 mil) y Ecuador (US\$ 108 mil)

III. Participación Peruana

3.1 Expositores Nacionales

PERÚMODA es el evento que promueve la oferta de productos vinculados con la vestimenta para el mercado Internacional. Se contó este año con la participación de 168 empresas expositoras de los rubros de Textil, Confecciones, Joyería, calzado, accesorios y servicios con un total de 174 stands. En esta versión se contó con la participación de empresarios procedentes de las siguientes ciudades: el 75% de Lima, 5% Arequipa, 5% Cusco, 5% Puno, 4% La Libertad, 3% Junín, y 1% Huancavelica, Cajamarca, Ayacucho, Lambayeque y Piura.

La feria Perú Moda buscó también promover y difundir nuestros programas y sellos de certificación de Buenas Prácticas de Comercio Justo- BPCJ; para ello promovió la participación de 10 empresas en cada una de estas áreas. Así mismo se promovió con el soporte de la Cámara de Comercio Cosmética de CCL a seis empresas de la línea de cosmética, el objetivo de esta presentación fue el de resaltar que la oferta peruana en la línea de productos naturales del país.

En esta edición se promovió la zona de joyería y cosmética en un espacio común integrando así como la zona de diseñadores y calzado y accesorios el área con la pasarela del Perú Moda, a fin de generar un mayor flujo bajo la premisa de resaltar este tipo de oferta.

3.2 Actividades de Promoción.

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 Director Comercial de Perú en los diferentes destinos a nivel internacional, a la Organización Ferial y también a los expositores para ser circulado entre sus clientes.



Perú GIFT SHOW
15 - 17 AVRIL 2015 | LIMA

Peru Gift Show
Lima, du 15 au 17 avril 2015

Le principal salon d'articles de décoration et de cadeaux au Pérou et l'un des plus importants de l'Amérique Latine.

Visitez le salon et découvrez:

- Des produits fonctionnels et décoratifs.
- Un grand choix de matériaux et de techniques.
- Des idées déco.
- Des produits avec d'identité et de très haute qualité.

Des acheteurs du monde entier ont déjà vécu cette expérience: États-Unis, Canada, Pays-Bas, France, Espagne, Arabie Saoudite, Taiwan, Japon, Allemagne, Espagne, Royaume-Uni, Australie, Pologne, entre autres.

Enregistrez-vous ici:
www.perugiftshow.com.pe
perugiftshow@promperu.gob.pe
Tél.: (511) - 016-7400
Ext: 2207 / 2308



PROMPERU | Dirección de Promoción de Exportaciones
Sous-Direction de Promotion Internationale de l'Offre Exportable
www.promperu.gob.pe



PerúMODA
May 27 - 29, 2015 - Lima

The main international trade show of the fashion industry in Peru.

Meet with over 400 exhibitors from different products lines:

- Designers • Alpaca • Fair Trade • Cotton • Babies and Children • Footwear and Accessories • Underwear • Jewelry • Full Package •

Discover why Peru Moda is the ideal event for worldwide top brands

- Marc Jacobs • Abercrombie & Fitch • La Maison Simons • Zara • Cacharel •
- El Bon Marché • Limited Brands • All Saints • El Palacio del Hierro • Nordstrom •
- El Corte Inglés • Polo Ralph Lauren • Calvin Klein • Saks • Peque Jeans •
- Tommy Bahama • JC Penney • Mango • Hooters • V&C Corp • M&J • Kenzo •
- Victoria's Secret • Tous • Liverpool • Custo Barcelona • La Martina •
- JC Company • Nike • The North Face • Perry Ellis • Sears • Lands' Ends •

Register here:
www.perumoda.com
buyer@perumoda.com
Ph: (511) - 016-7400
Ext: 2207 / 2308

Follow us on:




PROMPERU | Export Promotion Division
International Division of Export Offer Promotion
www.promperu.gob.pe

Directorio de empresas peruanas participantes en el Perú Moda, elaborado por PROMPERU.



3.3 Resultados

3.3.1 Cuantitativos

- El monto de negociación de Rueda de Negocios y Feria se estiman en 41.6 millones de dólares que se debería concretar en el transcurso de un año, sin embargo se calcula que el evento generará transacciones por 90 millones de dólares incluyendo la cifra de Perú Gift (5 millones y lo que generan los compradores que asisten a Perú Moda y que se vinculan con otros exportadores.
- Se contó con la participación de empresarios procedentes de las siguientes ciudades: el 75% de Lima, 5% Cusco, 5% de Arequipa, 5% Puno, 4% La Libertad, 3% Junín, y 3% otras Ciudades. Se contó este año con la participación de 168 empresas expositoras de los rubros de Textil, Confecciones, Joyería, calzado, accesorios y servicios con un total de 174 stands. 79% de los expositores nacionales señalaron que obtuvieron los contactos de negocios esperados, cumpliendo con las expectativas que tenían de la feria. Los expositores manifestaron que tuvieron un promedio de 09 contactos nuevos que consideran son interesantes para concretar negocios.
- Se tuvo la presencia de 24 periodistas internacionales de 9 países. Perú Moda convocó a 2,000 visitantes extranjeros principalmente de EEUU, Brasil e Italia, 93% de los compradores considera que tuvo contactos interesantes en el evento, 68% de los compradores visitaron empresas durante su estadía en Perú.
- En esta edición el 65% de los compradores asistió por primera vez a Perú Moda, 92% de los compradores mencionó que identificó nuevos productos en el evento, 52% de los compradores no han trabajado todavía con el Perú, 92% menciona su interés en participar en Perú Moda 2016.

3.4 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

- Adicionalmente en paralelo con la Feria PERUMODA se desarrolla el Perú Gift Show le ofrece la mejor selección de artesanías y accesorios para el hogar hechos a mano en el Perú. En este evento se presentarán productos con diseños modernos y contemporáneos, inspirados en las tradiciones de los artesanos de las diversas culturas de nuestro país. Todos estos productos han sido elaborados con suma dedicación dando como resultado una amplia selección de artesanías de alta calidad que se ajustan a las necesidades del mercado internacional. El evento se realiza desde 1998 en Lima y se ha consolidado como un importante proveedor de grandes compañías de los Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

IV. Directorio de Contactos

Esta información se distribuye en medio físico durante el evento, asimismo se encuentra colgado en nuestra página del evento: www.perumoda.com

V. Conclusiones

El monto de negociación de Rueda de Negocios y Feria se estiman en 41.6 millones de dólares que se debería concretar en el transcurso de un año, sin embargo se calcula que el evento generará transacciones por 90 millones de dólares incluyendo la cifra de Perú Gift (5 millones y lo que generan los compradores que asisten a Perú Moda y que se vinculan con otros exportadores. Se contó con la participación de empresarios procedentes de las siguientes ciudades: el 75% de Lima, 5% Cusco, 5% de Arequipa, 5% Puno, 4% La Libertad, 3% Junín, y 3% otras Ciudades. Se contó este año con la participación de 168 empresas expositoras de los rubros de Textil, Confecciones, Joyería, calzado, accesorios y servicios con un total de 174 stands. 79% de los expositores nacionales señalaron que obtuvieron los contactos de negocios esperados, cumpliendo con las expectativas que tenían de la feria. Los expositores manifestaron que tuvieron un promedio de 09 contactos nuevos que consideran son interesantes para concretar negocios. Se tuvo la presencia de 24 periodistas internacionales de 9 países. Perú Moda convocó a 2,000 visitantes extranjeros principalmente de EEUU, Brasil e Italia, 93% de los compradores considera que tuvo contactos interesantes en el evento, 68% de los compradores visitaron empresas durante su estadía en Perú. En esta edición el 65% de los compradores asistió por primera vez a Perú Moda, 92% de los compradores mencionó que identificó nuevos productos en el evento, 52% de los compradores no han trabajado todavía con el Perú, 92% menciona su interés en participar en Perú Moda 2016. Perú Moda es la plataforma para propiciar las exportaciones de

productos vinculados con la industria de la vestimenta, en tal sentido Promperú a fin de promover la asistencia de compradores internacionales coordinó las siguientes acciones: Difusión del evento a través de Ocec – Mincetur y Oficinas Comerciales de Cancillería. Envío de flyers electrónicos a más de 6,000 potenciales compradores internacionales. Difusión de Perú Moda en los eventos Expo Perú de New York, China en ferias como Magic (EEUU), Hong Kong Jewellery, Bubble (Inglaterra), Fenim (Brasil), Pure (Inglaterra), Chic (China). Plataforma de telemarketing para convocar compradores internacionales. Gestores de negocios para involucrar compradores del formato sourcing en EEUU, Boutiques en EEUU y Europa. FORMATO RUEDA DE NEGOCIOS La Rueda de Negocios se desarrolló en las instalaciones del Hotel Sheraton con la participación de 106 compradores internacionales y 120 empresas peruanas, la actividad generó negociaciones que deberían concretarse en un año por 15 millones de dólares. Para el desarrollo de agenda de negocios se tuvo el soporte del Software de la Cámara de Comercio de Lima, se organizaron citas por 25 minutos. PASARELA MAX MARA Como parte del programa de la macro rueda Perú Moda el 16 de abril se llevó a cabo el desfile de la casa de moda italiana Max Mara en las instalaciones de la Huaca Pucllana de Miraflores. Dicha participación se logró gracias a las iniciativas de la OCEX de Italia quien logró la visita de la diseñadora de dicha casa; la Sra. Laura Lusuardi quien presentó una colección de abrigos elaborados íntegramente en nuestra fibra bandera, la alpaca. Las coordinaciones logísticas de la presentación se trabajaron de manera conjunta con la consultora de moda internacional Mila Obando. Como parte de las actividades de la visita de la Sra. Lusuardi se llevaron a cabo ruedas de prensa que difundieron la capacidad de nuestra fibra lujosa de llegar a nichos de alto nivel. Así mismo el representante de la casa de moda visitó la ciudad de Arequipa para visitar la industria alpaquera de la ciudad con las cuales se suscitaron expectativas de negocios. Se registró 1,200 asistentes internacionales, representantes de las principales empresas de la industria mundial de la moda, siendo la composición la siguiente: Mayoristas.

VI. Recomendaciones

Definir la fecha de la próxima edición de Perú Moda 2016 considerando el mes de abril, así mismo evaluar el formato de Rueda de Negocios y no en la dimensión de exhibición ferial, siempre y cuando este último formato sea asumido por el sector privado. Realizar la campaña de difusión a través de portales especializados del sector vestimenta, en tal sentido es necesario iniciar las actividades previas para el desarrollo de la imagen del evento. Actualizar la página web de Perú Moda y coordinar con el comité organizador de Perú Gift para alinear el mismo cronograma de lanzamiento de las web's Coordinar con las agencias de Cooperación internacional y gobiernos regionales a fin de que consideren el Perú Moda 2016 en sus planes operativos. Conformar un consejo consultivo con las principales empresas exportadoras a fin de involucrarlos en el evento.

VII. Anexos







