

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

| Concepto | Nombre y Apellido - Cargo | Fecha de Elaboración |
|-----------------|---|-----------------------------|
| Elaborado por | Mónica Chávez Camacho – Especialista Promoción Comercial - Industria de la Vestimenta y Artículos de Decoración | 18/02/2015 |

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 | 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 |
| 4.4 | Nuevas Tecnologías..... | 5 |
| V. | Participación Peruana | 5 |
| 5.1 | Expositores Nacionales | 5 |
| 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 | 7 |
| VIII. | Recomendaciones | 7 |
| IX. | Anexos..... | 7 |

I. Resumen Ejecutivo

La nueva concepción estratégica de Promperú establece un mayor acercamiento a los mercados internacionales, lo que implica desarrollar herramientas de promoción comercial que permitan recoger las necesidades en los diversos mercados exteriores y así poder articular la oferta exportable adecuada, proponer futuros desarrollos de nueva oferta e identificar oportunidades comerciales.

Así mismo y dentro de este marco la Unión Europea constituye para el Perú un importante destino de las exportaciones, ante la firma del tratado de Libre Comercio con la Unión Europea y el actual Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias que nos abre las puertas y extienden nuestras posibilidades con este mercado, al cual podemos ingresar con prendas hechas a base de pelos finos y algodón con arancel cero. Esta coyuntura nos lleva a incrementar esfuerzos y destinar mayores recursos en la exploración de nuevas oportunidades y nichos para la oferta exportable priorizada, oferta con valor agregado.

Así mismo, y teniendo en cuenta el importante vínculo comercial entre Perú y Reino Unido para prendas de bebés y niños en donde la mayoría de partidas del capítulo 61 en algodón y alpaca, entran liberados del pago de arancel. Así como la existencia de una creciente demanda de productos en algodón Pima Peruano orgánico, requerimientos que encajan con la oferta de nuestras empresas, consideramos importante aprovechar estas oportunidades comerciales.

Con el objetivo propiciar y fortalecer el contacto directo de empresas peruanas especializadas en prendas de bebés y niños y compradores ingleses y Europeos, se ve por conveniente participar en una feria especializada en prendas de vestir y accesorios de bebés y niños, la Feria Bubble London, que además es una de las más reconocidas a nivel europeo dentro de esta categoría de producto, en la cual Perú como oferta tiene gran potencial, por la calidad de sus prendas, por los materiales empleados, pero también porque las empresas peruanas cada vez están más involucradas con aspectos de responsabilidad social, hecho que cada vez toma más vigor e importancia entre los compradores europeos.

Esta importante feria, con 02 ediciones anuales, sirve de conexión entre un gran número de compradores y vendedores de la industria de la vestimenta en esa línea, reuniendo compradores nacionales e internacionales, así como minoristas, boutiques y cadenas de tiendas nacionales e internacionales que acuden a Bubble London, para establecer contactos

II. Antecedentes y Justificación

Bubble London es una feria organizada por ITE MODA LTD., especializada en el mundo infantil, desde prendas de vestir, así como accesorios, juguetes y calzado para bebés y niños. Se realiza dos veces al año en su edición de verano e invierno y es la única feria especializada en bebés y niños dentro del Reino Unido. Cada año se consolida más como referente dentro del circuito ferial en Europa para esta categoría de productos infantiles sin descuidar la calidad y el buen servicio a cada participante.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial: BUBBLE LONDON

3.2 Tipo de Feria: Business to business / Internacional

3.3 Sector: Industria de la vestimenta – Prendas y accesorios de Bebés y niños.

3.4 Fecha: 1 y 2 de Febrero, 2015

3.5 Edición: Otono/ Invierno

3.6 Frecuencia: 2 veces por año

3.7 Lugar de Celebración: Business Design Centre, Londres.

3.8 Horario de la Feria: 9.00 AM a 6.00PM

3.9 Precio de la Entrada: Ingreso gratuito para visitantes profesionales de la industria, previo registro

3.10 Organizador: ITE MODA Ltd.

3.11 Superficie: 1,000 metros cuadrados

3.12 Número de Asistentes: más de 800 visitantes

3.13 Fecha de Próxima Edición: 31 de Enero y 01 de Febrero del 2016

3.14 Productos Presentados en la Feria: Prendas y accesorios de bebes y niños

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General : NA

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado:

Reino Unido es un país que está consolidado dentro de la Unión Europea como una de las economías más fuertes y estables, con Casi 65 millones de habitantes (el tercero más grande en población de la Unión Europea) y un PBI per cápita de US\$ 38, 591.

En relación al Peru, es importante mencionar que Reino Unido es un país que cada vez se hace más importante dentro de los destinos de nuestras exportaciones y al que durante el 2013 nuestras exportaciones superaron los US\$ 600 millones de dólares, tanto en productos tradicionales como no tradicionales.

A nivel sectorial, durante el año 2013 alcanzamos montos de exportación de US\$ 13.3 millones de dólares en el capítulo 61 para "prendas de vestir de punto" y más de US\$ 320 mil dólares exportados en el capítulo 62 "Prendas de vestir menos las de punto". Es importante resaltar que siendo Reino Unido un mercado exigente y consciente de la calidad, tanto de las materias primas, como del diseño y acabo de las prendas; se han identificado amplias oportunidades comerciales para categorías de productos específicas, dentro de las cuales se encuentran las prendas y accesorios de bebes y niños. Por tal motivo, el Sector Industria de la Vestimenta está organizando la participación de empresas en la Feria Bubble London, feria internacional especializada en prendas de bebes y niños, por segunda vez en la edición otoño/invierno.

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales:

Dentro de Reino Unido es la única feria especializada en el universo infantil y una de las más importantes a nivel Europeo e Internacional, a pesar de su poca antigüedad, ha sabido posicionarse bastante bien en el mercado gracias a organización, calidad de expositores y de compradores de muchas nacionalidades y continentes.

Expositores: A esta feria acuden muchos expositores ingleses, pero también expositores de otros países, principalmente Europeos. Todos los expositores van con marca propia y en algunos casos empresas de nacionalidades distintas a la inglesa, se presenta en esta feria como expositores a través de los agentes que tienen en este país.

Dentro de los productos de exhibición se encuentran prendas básicas interiores en materiales suaves y naturales, principalmente algodón pima, para las prendas exteriores se ven materiales naturales como alpaca, baby alpaca, cashemere, sintéticos, los materiales varían según la estación. También se encuentran productos como calzado, accesorios, artículos para el cabello,

Compradores: Los compradores tienen diversas nacionalidades, encontramos compradores de Sudamérica en poca escala como Brasil, Chile, de América del Norte: Estados Unidos, Canadá; de Europa y en esta oportunidad se notó una presencia importante de compradores Asiáticos

Esta feria se realiza dos veces al año en los periodos de compras, para la estación primavera- verano y otoño-invierno La feria dura en cada edición dos días, en los que concurren los visitantes y aprovechan al máximo el tiempo para hacer negocios, lo cual hace que los dos días, sean días ocupados y de bastante tránsito por los stands.

Durante la organización y realización de esta feria se contó de manera constante y proactiva con el soporte comercial de la Embajada de Peru en Londres, quienes hicieron una fuerte difusión de las empresas peruanas en la feria, entre sus contactos en Reino Unido, para esta categoría de producto.

Así mismo, se trabajó una consultoría para realizar citas de negocios, con una base de datos más amplia que involucró países no solo de Reino Unido, sino también de Bélgica, Holanda, Francia, España y otros países mas de Europa así como Estados Unidos.

4.3 Nuevas Tendencias:

En esta oportunidad, se vio un avance de la campaña Otoño invierno 2016

Las principales marcas internacionales, presentaron colecciones basadas en colores y estampados con fuertes componentes de expresión,

Hay una creciente tendencia y demanda por productos que este comprometidos con el ecosistema y que cuiden de manera responsable a consumidor final, este tipo de iniciativas se ve fuertemente reflejada en la prenda no solo a través del diseño y tonalidades, sino también por la información que acompaña la prenda y que es parte fundamental del concepto de marca.

Se mantiene la atención por productos con materiales orgánicos, con certificaciones de Comercio Justo y responsabilidad social.

4.4 Nuevas Tecnologías: NA

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

| Nr o. | COMPANY | BRAND | REPRESENTANTE | EMAIL | WEB | STAND |
|-------|---------------------------|----------------------|------------------|--|--|-------|
| 1 | CREDERE SAC | KUSIKUSI | PILAR BUSTAMANTE | pilar.bustamante@credere.com.pe | www.kusikusi.com.pe | E-32 |
| 2 | VERANA SAC | LYDA BABY | OSCAR RAYGADA | sales@lydababy.com | www.lydababy.com | D-39 |
| 3 | TEJIDOS ORGANICO S S.A.C. | TANI - TANI | CECILIA MIRANDA | ceciliatschudi.m@gmail.com | www.tejidosorganicos.com | D-41 |
| 4 | GRUPO SANTA LUCIA S.A.C | COCOTFI MA - MY BABY | ROSAURA PELAEZ | ventas@cocotfyma.com | www.cocotfyma.com.pe | D-43 |

5.2 Actividades de Promoción:

- Difusión de la participación y presencia de empresas en la base de contactos de la Oficina Comercial y de la Embajada de Perú en Reino.
- Desarrollo de directorio de empresas participantes para distribuir entre los compradores y visitantes
- Material de difusión de participación de empresas peruanas

5.3 Resultados

5.4 Cuantitativos

- Las 4 empresas participantes lograron generar negocios a 12 meses por US\$ 225 mil dólares
- De todos los contactos establecidos durante la feria con visitantes, las empresas participantes lograron obtener 58 contactos de compradores bastante interesados en su oferta, con quienes realizarán acciones de seguimiento y desarrollo de muestras.

5.5 Cualitativos

- Los visitantes interesados fueron principalmente de países de Europa como: Reino Unido, Francia, Italia, España, Suiza y países Nórdicos. También hubieron contactos de Asia como: Japón y Corea.
- Las empresas califican como "buena" esta plataforma de exhibición para sus productos.
- Ninguna de las empresas recibió sugerencias o recomendaciones por parte de los compradores respecto a la presentación del producto, al empaque, o precio, lo cual indica que cuentan con precios competitivos y con un producto de total calidad adaptado a las exigencias del mercado Europeo.
- Las empresas participantes consideran que la organización del evento por parte de PROMPERU, con el apoyo de la OCEX de Peru en Reino Unido, fue bueno.

5.6 Comentarios de la Competencia:

Es la tercera vez que participan empresas peruanas de forma agrupada y se presentan como "Pabellón Peruano" a pesar de tener cada una su stand de exhibición independiente.

El pabellón llamo la atención de los visitantes, por tener propuestas de marcas interesantes y por manejar la flexibilidad de hacer negocios con sus marcas, pero también sourcing para las marcas europeas visitantes y en muchos casos marcas europeas expositoras.

Resaltan en todo momento la calidad de los materiales y acabados de las prendas.

5.7 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria: NA

VI. Directorio de Contactos

NA.

VII. Conclusiones

- Esta es la segunda oportunidad en que empresas peruanas se presenta a esta feria como expositor con un pequeño pabellón de empresas peruanas, en donde 06 empresas se presentaron con sus marcas en un stand de 6 mts/2.
- PROMPERU con el apoyo de la Oficina Comercial de Perú en Reino Unido, organizó esta actividad, de tal forma que las empresas participantes estuvieron bien asistidas y a su vez se pudo brindar información a los visitantes, sobre la industria peruana para esta categoría de producto, y levantar información importante sobre la feria y los visitantes.
- La decoración que se le dio a los stands peruanos permitió manejar un concepto de unidad y simetría para que se perciba como un pabellón.
- La totalidad de empresas afirman que sus objetivos de participación fueron cumplidos y que estarían dispuestos a participar en la próxima edición de esta feria, por considerarla como un buen espacio para captar negocios y establecer contactos de buen nivel.

VIII. Recomendaciones

- Se recomienda iniciar la difusión de la feria con la debida anticipación, para que las empresas puedan gestionar con tiempo la visa a Reino Unido y reducir costos de pasajes aéreos.
- Al presentarnos con empresas que exhiben tanto prendas de algodón y alpaca, se recomienda considerar dentro de las gráficas de aquellas que hacen prendas de alpaca el logo de alpaca en un tamaño que le permita buena visibilidad y exposición. De igual manera en el stand institucional.
- Dado que en la feria se ha visto la tendencia de las diferentes marcas europeas, de resaltar los países de manufactura de sus prendas, se sugiere colocar en los stands del pabellón peruano, un distintivo que indique "Made in Perú".
- Se sugiere ubicar el pabellón Peruano en zona cercana al ingreso del recinto ferial
- Una de las recomendaciones que recibieron las empresas por parte de los compradores es mejorar su empaque y presentación, manejar costos que incluyan el flete, de preferencia en DDP y flexibilidad en volúmenes y mínimos.

IX. Anexos

Fotos de los Stands: