

**INFORME EJECUTIVO DE FERIAS**

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Angela María Reyes Bustos	02/09/2016

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 .....	3
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 .....	¡Error! Marcador no definido.
4.4	Nuevas Tecnologías.....	¡Error! Marcador no definido.
V.	Participación Peruana .....	4
5.1	Expositores Nacionales .....	4
5.2	Actividades de Promoción .....	5
5.3	Resultados .....	6
5.3.1	Cuantitativos .....	6
5.3.2	Cualitativos.....	6
5.4	Comentarios de la Competencia.....	¡Error! Marcador no definido.
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	8
VI.	Directorio de Contactos .....	9
VII.	Conclusiones.....	9
VIII.	Recomendaciones .....	9
IX.	Anexos .....	9

## I. Resumen Ejecutivo

Se coordinó una delegación de empresas que se presentaron bajo el paraguas de la imagen de Perú Textiles. La delegación estuvo compuesta por 09 empresas y 01 stand habilitado con la imagen de la marca Alpaca del Perú que tuvo como fin la difusión de Alpaca Moda.

Las ventas inmediatas alcanzaron US\$ 262,500 y la proyección a 12 meses fue de US\$ 5,662.500

## II. Antecedentes y Justificación

Magic Show integra en USA a la comunidad internacional de la industria de la moda. Cada febrero y agosto MAGIC presenta lo más selecto de las líneas de caballeros, damas, niños, calzado y accesorios, juntamente con la presentación de áreas complementarias como proveeduría, diseño y demás servicios conexos. Decenas de miles de asistentes de todos los estados y de más de 80 países conforman éste centro de oportunidades, innovación e inspiración.

## III. Ficha Técnica de la Feria

**3.1 Nombre Oficial:** MAGIC MARKET WEEK

**3.2 Tipo de Feria:** Internacional

**3.3 Sector:** Industria de la Vestimenta y Decoración

**3.4 Fecha:** Del 14 al 17 de Agosto, 2016

**3.5 Edición:** Primavera - Verano

**3.6 Frecuencia:** Semestral

**3.7 Lugar de Celebración:** Las Vegas, Nevada

**3.8 Horario de la Feria:**

Domingo 14/ 12 a.m. – 6 p.m.

Lunes 15/ 9 a.m. – 6 p.m.

Martes 16 / 9 a.m. – 6 p.m.

Miércoles 17 / 9 a.m – 12m.

**3.9 Precio de la Entrada:** US\$ 500.00

**3.10 Organizador:** ADVANSTAR COMMUNICATION.

**3.11 Superficie:**

Total MAGIC Market : 1,062,151sq ft

Sólo Sourcing: 11,9240 sq ft

**3.12 Número de Asistentes:** 75,000 Visitantes.

**3.13 Fecha de Próxima Edición:** Febrero, 2017

**3.14 Productos Presentados en la Feria:** Proveduría (telas, avíos, etc), prendas de vestir, accesorios, calzado y textiles para el hogar.

**3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General**

El Centro de Convenciones de Las Vegas albergó a un promedio de 15,000 expositores procedentes de 32 países. Dichas empresas bajo la estrategia comercial de Sourcing presentaron una oferta variada integrada por telas, avíos, prendas de vestir, calzado, accesorios así como también textiles del hogar.

- A espera de mayor información estadística de los resultados de la participación por parte de la Organización Ferial.

**IV. Información Comercial**

**4.1 Panorama del Mercado**

Es importante mencionar que las exportaciones del sector textil-confecciones entre enero y mayo del presente año alcanzaron los US\$ 486 millones, de los cuales US\$ 252 millones correspondieron a Estados Unidos, lo que significó un aumento de 4.3% en relación al mismo periodo del año pasado.

**4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales**

- ✓ La venta por catálogo sigue tomando mayor presencia en la comercialización de productos y servicios a nivel internacional con órdenes que promedian las 500 unidades con abastecimientos de 30 a 45 días.

**V. Participación Peruana**

**5.1 Expositores Nacionales**

**Acerca de la participación:**

En esta edición de Magic que corresponde a la temporada primavera – verano 2016, el pabellón peruano estuvo integrado por 09 empresas, todas ellas presentes en el área Sourcing:

1. **Confecciones Trento SAC** con la línea de tejido de punto para adultos.
2. **Corceli SAC** empresa productora de suéteres, cardigans y accesorios elaborados en alpaca, algodón y mezclas orientado a adultos y niños.
3. **Corporación Framá'z** empresa productora de blusas, camisas y vestidos elaboradas en tejido plano para

adultos.

4. **Creditex S.A.A** empresa productora de hilado, telas, prendas en tejido plano de algodón para adultos y textilería para el hogar.
5. **Intratessa SAC** empresa dedicada a la fabricación de ropa interior, pijamería y loungewear.
6. **Peruvian Sourcing Group SAC** empresa productora de prendas básicas y de moda en tejido de punto de para adultos.
7. **Texgroup S.A.** empresa especializada en la producción de t-shirts y camisas en tejido de punto para adultos.
8. **Textiles Cross SAC** empresa productora de t-shirts, polo-shirts y pantalones en tejido de punto para adultos y niños.
9. **Textiles y Manufacturas Andinas SAC**; empresa comercializadora de

Así mismo se contó con un stand de oferta exportable; a través de este espacio se promocionó la feria “Alpaca Moda” con prendas elaboradas en la fibra en mención.

## 5.2 Actividades de Promoción

Previa a la participación se desarrollaron diferentes elementos promocionales con el fin de:

- Captar a los expositores que conformarían la delegación peruana.
- Difundir la participación peruana frente a nuestra base de compradores de la zona norte de América.

### Html de convocatoria a Expositores



**Magic Show 2016**  
Área Sourcing  
14 - 17 de agosto  
Las Vegas, EE.UU.

Participa en la principal feria de la industria de la moda de EE. UU. y muestra que somos proveedores mundiales de prendas de alta calidad a compradores de potenciales mercados.

Fecha: 14-17 de agosto  
Lugar: Las Vegas, EE. UU.

Descarga y envíanos la ficha de inscripción hasta el 03 de junio.

Contacto:  
Angela Reyes / areyes@promperu.gob.pe  
T: 616-7400 , anexo 2307

 

PROMPERU | Dirección de Promoción de Exportaciones  
Subdirección de Promoción Internacional de la Oferta Exportable [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)

**Html de difusión a compradores**



**5.3 Resultados**

**5.3.1 Cuantitativos**

Las ventas inmediatas alcanzaron US\$ 262,500 y la proyección a 12 meses fue de US\$ 5,662.500

**5.3.2 Cualitativos**

PROMPERÚ ha promovido por más de 18 años la participación en la feria Magic Show se ha desarrollado de manera continua y óptima, sin embargo luego de la crisis del 2009 la dinámica cambió haciéndose más complicada la afluencia de compradores de volumen, emergiendo una nueva dinámica comercial que demandaba una rotación más alta de producto así como la reducción de unidades por orden. A pesar de dicha coyuntura nos hemos mantenido constantes en la participación y las empresas de nuestra industria se han adaptado a este nuevo formato de negocio. Es preciso mencionar que en el camino algunas empresas representativas no lograron reestructurarse a esta nueva dinámica motivo por el cual cesaron su ejercicio comercial.

Magic se realiza en dos versiones anuales, en el ínterin de los últimos años, agosto representó ser la versión con mayor afluencia de compradores interesados en la oferta peruana, principalmente en la elaborada en algodón.



Sin embargo en esta versión la afluencia de compradores no cumplió con las expectativas generadas y la participación en Sourcing congregó una mayor participación asiática en la que **la única oferta Premium estuvo compuesta por Perú con 09 empresas y Colombia con 07 compañías.**

Bajo este esquema la mayor afluencia de compradores que concentró la feria contaban con la lógica de encontrar producto económico y no se han dado iniciativas por parte de la feria de resaltar nuestra presencia como oferta de alto valor agregado.

Con respecto a la función del **stand de oferta exportable, se difundió “Alpaca Moda”** y la atención estuvo a cargo de quien suscribe este informe de manera alternada con la OCEX de Los Angeles.



Cabe mencionar que frente al pabellón peruano también exhibió la empresa **Concepto 31**, quien postuló a la participación a través de PROMPERÚ no alcanzando la puntuación necesaria para la participación. La oferta de la misma consistía en prendas de algodón orgánico para damas, bebés y niños.



También se dio la participación, por cuenta propia, de la marca peruana **Verdette** en el área The Collective de Project, feria del mismo grupo de Advanstar (el operador ferial) que promueve la exhibición de marcas. La participación de dicha marca fue exitosa pues bajo el formato que demanda la estrategia de comercialización de marca propia obtuvo como ventas concretas por \$31,000 aparte de los contactos potenciales para trabajar en el mediano plazo.



#### 5.4 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

N/C



## VI. Directorio de Contactos

En esta ocasión no se contó con stand de oferta exportable medio por el cuál captamos visitantes interesados en nuestra Industria.

## VII. Conclusiones

Las encuestas levantadas nos arrojan los siguientes resultados:

- El 88% de los expositores mencionan que la participación en la feria fue satisfactoria.
- Con respecto a la valoración del evento, los participantes califican con mayor porcentaje el soporte recibido durante el evento, en un 85.71% manifiestan que la participación cumplió con el objetivo planteado y en un 84% indican que el evento es fuente de captación de nuevos clientes.
- Los productos con mayor demanda fueron los t-shirts y shirts para caballeros, seguido de las prendas tejidas para bebés.
- Las empresas participantes recibieron un promedio de 15 visitas, lo que representa un 47% menos en comparación a la versión de Agosto del 2015.
- En cuanto al tipo de comprador que visitaron a las empresas expositoras peruanas, destaca en un 62% el importador, seguido en un 20% de fabricantes/productores y en menor cuantía los brokers, vendedores mayoristas y minoristas.
- Respecto a la procedencia de compradores, destaca la presencia de América en un 94% principalmente de EEUU, Canadá y México seguido en un 6% de compradores procedentes de Europa.
- Respecto a ventas inmediatas se concretaron US\$ 262,500 y como proyección a 12 meses US\$ 5,662.500 que significa un incremento del 88% respecto a la participación de Agosto del 2015. A pesar de dicho incremento en comparación al año anterior, dicha cifra no colmó las expectativas generadas como lo muestran los comentarios de las empresas en las encuestas levantadas. Considerando la mejora de la economía americana y tomando en cuenta que agosto es la versión con mayor afluencia de compradores.

## VIII. Recomendaciones

- Es importante seguir promoviendo a nuestra Industria Sourcing pero es necesario replantear la herramienta de promoción hacia una dinámica más directa y enfocada a misiones comerciales y/o ruedas de negocios especializadas.
- Así mismo desarrollar material publicitarios especializado que difunda nuestras marcas sectoriales como son "Alpaca del Perú" y "Perú Textiles"
- Se ha detectado un importante potencial en la estrategia de comercialización de marca propia que se alinea las estrategias del Sector de la Industria de la Vestimenta por lo que se sugiere desarrollar proyectos pilotos para promover la internacionalización de marcas.

## IX. Anexos

N/C