

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	31/08/2021

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	Organizador 3
3.10	Superficie 3
3.11	Fecha de Próxima Edición 4
3.12	Productos Presentados en la Feria 4
IV.	Información Comercial 4
4.1	Panorama del Mercado 4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales 4
V.	Participación Peruana 4
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 5
VI.	Directorio de Contactos 5
VII.	Conclusiones 5
VIII.	Anexos 6

I. Resumen Ejecutivo

El año 2021 comenzó con un entorno que 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 debido a la pandemia por Covid-19.

Sin embargo, Estados Unidos tuvo un crecimiento de su PBI de 6.5% en su segundo trimestre del 2021. El valor de la actividad económica supera ahora los niveles previos a la pandemia del Covid-19 como reflejo de la reapertura de negocios, las vacunaciones y los programas de estímulo del Gobierno estadounidense. El gasto de los consumidores, que es el motor mayor de la actividad económica de Estados Unidos, saltó en ese trimestre a una tasa anualizada del 11,8%, en gran medida estimulado por las distribuciones de beneficios realizadas por el Gobierno.

En el 2020, los eventos se tornaron digitales y Sourcing at Magic realizó su edición digital que duró 3 meses y se llevó a cabo del 15 de septiembre al 15 de diciembre. Sin embargo, a pesar del intento por generar continuidad la interacción entre los ofertantes y compradores tuvo distintas limitantes.

Debido a la apertura del mercado, este 2021 se ha podido retomar esta feria de manera presencial, asimismo consideraron un espacio digital que ha tenido la duración 1 mes permitiéndoles a las empresas tener su showroom virtual disponible 24/7 para los compradores internacionales.

La delegación peruana contó con la participaron 15 empresas que consideraron una expectativa de ventas de US\$ 14.9 millones.

Participaron también algunas delegaciones país mostrando su oferta en sourcing: Bangladesh, Pakistán, Egipto, Turquía, China, México y Colombia.

II. Antecedentes y Justificación

Sourcing at Magic, es una las ferias emblemáticas para el Sourcing, congrega empresas exhibidoras regionales e internacionales de proveeduría en vestimenta, accesorios, calzado, textiles y soluciones de logística & tecnología.

El evento se realiza 2 veces al año, y congrega a más de 8 países invitados como parte de la oferta de proveeduría de Sourcing.

Como PROMPERÚ se lleva participando más de 12 años en la edición de agosto debido a que congrega a un número mayor de participantes y se presentan las colecciones de la temporada primavera – verano.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

Sourcing at Magic

3.2 Tipo de Feria

Internacional

3.3 Sector

Industria de la Vestimenta y Decoración

3.4 Fecha

8 al 11 de agosto

3.5 Edición

Número 32

3.6 Frecuencia

2 veces al año

3.7 Lugar de Celebración

Las Vegas Convention Center, 3150 Paradise Rd, Las Vegas, NV 89109, Estados Unidos

3.8 Horario de la Feria

9:00 a 18:00 hrs

3.9 Organizador

Advanstar Communications Inc <http://www.informamarkets.com>

3.10 Superficie

3 000 metros cuadrados

3.11 Fecha de Próxima Edición

Agosto 2022

3.12 Productos Presentados en la Feria

Sourcing en: prendas de algodón, alpaca, accesorios (bufandas), sleepwear (segmento adulto, bebés y niños)

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

Estados Unidos es el principal destino para las exportaciones del sector de la Industria de la Vestimenta y Decoración, para el 2020 siendo un año con diversas restricciones a raíz de la pandemia por Covid-19, importó el 68% de nuestra oferta por un valor total de US\$ 506,9 millones.

A pesar que versus el 2019 tuvo un decrecimiento del 22,6%, en el primer semestre del 2021 se ha recuperado versus el mismo periodo del 2020.

Monto Fob por mercado destino

* MERCADO	2018	2019	2020	Part.% 2020	Var.% 20/19	2020 acum.	2021 acum.	Part.% 2021	Var.% 21/20
 Estados Unidos	633.349.789	655.221.047	506.963.104	68,45%	↓ -22,6 %	161.711.324	300.001.575	70,64%	↑ 85,5 %
 Brasil	57.822.883	52.177.156	38.718.239	5,23%	↓ -25,8 %	10.977.244	17.327.503	4,08%	↑ 57,8 %
 Canadá	26.553.267	26.472.544	26.983.548	3,64%	↑ 1,9 %	6.372.735	23.348.553	5,50%	↑ 266,4 %

La línea principal de producto, exportado hacia el mercado estadounidense corresponde a las prendas confeccionadas en algodón representando más del 70%, liderado por los t-shirt y camisas.

Monto Fob por mercado destino

* MERCADO	2018	2019	2020	Part.% 2020	Var.% 20/19	2020 acum.	2021 acum.	Part.% 2021	Var.% 21/20
 Estados Unidos	439.972.607	468.576.328	359.424.214	67,52%	↓ -23,3 %	117.906.291	205.268.034	68,44%	↑ 74,1 %
 Brasil	54.199.528	48.470.411	36.173.072	6,79%	↓ -25,4 %	10.718.490	16.639.981	5,55%	↑ 55,2 %
 Canadá	19.963.534	20.888.382	22.310.008	4,19%	↑ 6,8 %	5.135.473	20.429.549	6,81%	↑ 297,8 %
 Alemania	25.566.254	23.650.462	16.864.060	3,17%	↓ -28,7 %	6.295.609	8.701.536	2,90%	↑ 38,2 %

Monto Fob por partida

PARTIDA	DESCRIPCION	2018	2019	2020	Part.% 2020	Var.% 20/19	2020 acum.	2021 acum.	Part.% 2021	Var.%
6109100031	T-SHIRT DE ALGODÓN PARA HOMBRES O MUJERES, DE TEJIDO TEÑIDO DE UN SOLO COLOR UNIFORME INCLUSO BLANQUEADOS	150.914.301	165.045.004	129.742.077	24,37%	↓ -21,4 %	45.173.531	73.912.383	24,64%	↑
6109100039	LOS DEMÁS T-SHIRTS DE ALGODÓN, PARA HOMBRES O MUJERES	128.473.254	126.020.614	113.843.332	21,39%	↓ -9,7 %	33.733.756	67.016.789	22,34%	↑
6105100041	CAMISAS DE PUNTO ALGODÓN ABERTURA DELANTERA PARCIAL, CON CUELLO Y PUÑOS DE TEJIDO ACANALADO PARA HOMBRES, TEÑIDO DE UN SOLO COLOR	32.846.553	35.811.172	38.095.306	7,16%	↑ 6,4 %	9.308.928	17.711.320	5,91%	↑
6105100051	CAMISAS DE PUNTO ALGODÓN CON CUELLO Y ABERTURA DELANTERA PARCIAL PARA HOMBRE, DE TEJIDO TEÑIDO DE UN SÓLO COLOR INCLUIDO LOS BLANQUEADOS	63.065.911	60.765.600	26.276.263	4,94%	↓ -56,8 %	14.491.495	8.241.146	2,75%	↓
6114200000	LAS DEMÁS PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO DE ALGODÓN	26.734.970	28.510.216	25.404.426	4,77%	↓ -10,9 %	8.927.945	21.221.037	7,08%	↑

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Los productos más demandados en el sector confecciones peruano son:

Capítulo 61

- T-shirt, camisas, de punto para hombres o mujeres, prendas de niños, pijamas

Capítulo 62

- Abrigos, bufandas

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

 COLCA FABRICS www.colcafabrics.com Alpaca Sourcing	 FRANKY & RICKY www.frankyandricky.com Cotton Sourcing	 PERUVIAN SOURCING GROUP www.psgsac.com Cotton Sourcing
 CONFECCIONES TRENTO www.ctrento.com.pe Cotton Sourcing	 INCALPACA www.incalpaca.com Alpaca Sourcing	 SINCROTEX www.sincrotext-peru.com Cotton Sourcing
 CORP. ALL COTTON www.allcotton.com.pe Cotton Sourcing	 KUSA COTTON PERU www.kusacotton.com Baby & Kids Sourcing	 SOFT COTTON SOURCING www.softcotton.com.pe Cotton Sourcing
 COTTON PROJECT www.cottonproject.com Cotton Sourcing	 M Y F TEXTIL www.myf Textil.com Cotton Sourcing	 TEXMAYA www.texmaya.com.pe Baby & Pjamas Sourcing
 CORP. FRAMAZ www.corporacionframaz.com Cotton Sourcing	 MILLEMA & QAYTU www.milima.org Alpaca Sourcing	 TEXTILES CROSS www.texcross.com Cotton Sourcing

5.2 Actividades de Promoción

Con el apoyo de la Oficina Comercial de Los Ángeles, se realizaron notas de prensa en medios regionales.

5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

A pesar de la coyuntura, las empresas peruanas, pudieron cumplir sus objetivos, obteniendo contactos comerciales de importadores de Estados Unidos, Canadá, México, Chile, Puerto Rico, Panamá, Corea del Sur, Madagascar, Ecuador, Egipto, entre otros.

Los empresarios peruanos estiman que, las ventas producto de su participación en esta feria son de US\$ 14.9 millones; 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, debido a que es un evento importante para captar clientes nuevos del mercado americano.

5.4 Comentarios de la Competencia

Por parte de la oferta asiática, los precios son menores.

VI. Directorio de Contactos

<https://sourcingatmagic.balluun.com/en-us/custom/promperu/?preview=page>

VII. Conclusiones

- Con la participación de 15 empresas peruanas que conformaron la delegación se logró la proyección de ventas a 12 meses de US\$ 14.9 millones.
- Los productos más demandados en la feria, fueron los polos en algodón, camisas, prendas para niños, prendas de alpaca.
- Los expositores peruanos recibieron un aproximado de 480 compradores, 56% de ellos importadores, 24% venta minorista, 8% de venta mayorista, 4% por fabricantes, 3% distribuidores, 2% Supermercado y el 2% restante fueron brokers.
- La procedencia de dichos compradores estuvo conformada en un 88% por compradores de América, 6% de Asia y 6% Africa.
- 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 el cumplimiento de horarios y en segundo lugar la fecha, sede y organización del evento.
- 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.

VIII. Anexos

