

Arequipa, 19 de abril de 2024

Señores,
SUPERINTENDENCIA DEL MERCADO DE VALORES
Av. Santa Cruz N° 315, Miraflores
Presente

Referencia : Información publicada en Gestión Digital - Newsletters

Estimados señores:

Por medio de la presente, y en cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, aprobado por Resolución SMV N°005-2014-SMV/01, y sus disposiciones modificatorias, complementarias y sustitutorias (el "Reglamento"), comunicamos por la vía de los Hechos de Importancia que, el día de hoy, 19 de abril de 2024 se ha publicado en Gestión Digital [Michell & Cia contempla inversiones en planta de acabados y tintorería en Arequipa | Empresas | fibra de alpaca | lana | vicuña | Mitchell & Cia | ECONOMIA | GESTIÓN \(gestion.pe\)](#), el cual contiene en parte la entrevista publicada el 27 de diciembre de 2023 en el Diario Gestión, la cual, fue informada como Hecho de Importancia el mismo día en el sistema MVNET bajo número de expediente 2023053051.

En adición dan énfasis a Informe Técnico Sustentatorio sobre inversión de \$600,000 que es parte del desarrollo del resultado de la entrevista antes mencionada, en el cual, indicamos en el "Punto J) Se proyecta para el 2024 invertir en CAPEX US\$1.5 millones, destinados a renovación de maquinaria y métodos productivos".

Volvemos adjuntar la carta informada por MVNET, el 27 de diciembre de 2023.

Atentamente,

Michell y Cía. S.A.
José Farfán Armengol
Representante Bursátil

Arequipa, 27 de diciembre de 2023

Señores,
SUPERINTENDENCIA DEL MERCADO DE VALORES
Av. Santa Cruz N° 315, Miraflores
Presente

Referencia : Información publicada en el Diario Gestión

Estimados señores:

Por medio de la presente, y en cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, aprobado por Resolución SMV N°005-2014-SMV/01, y sus disposiciones modificatorias, complementarias y sustitutorias (el "Reglamento"), comunicamos por la vía de los Hechos de Importancia que, el día de hoy, 27 de diciembre de 2023 se ha publicado en el Diario Gestión, página 7, una nota de prensa en la que se da cuenta de las declaraciones efectuadas por el señor Derek Michell Lopez de Romaña, representante de nuestra Compañía, en virtud de las cuales se menciona que MICHELL Y Cía., S.A., entre otros puntos a destacar que:

- a) Proyectamos un crecimiento del 5% de nuestra facturación en comparación al año 2022
- b) Durante el 2023 dimos impulso al sector hilados
- c) Nuestros principales compradores son el mercado asiático, luego el europeo, además de Estados Unidos
- d) Durante el 2024 se espera un crecimiento similar al presente año
- e) En China, la propuesta es comercializar fibra de vicuña, por lo cual, hemos presentado a fines de noviembre nuestra colección consistente en prendas y accesorios, bajo la marca SOL Vicuña.
- f) Proyectamos tener en China una tienda propia hacia el 2025 o 2026, con productos de Fibra de Vicuña.
- g) Trabajamos en China con distribuidores y cadenas de lujo.
- h) En China estamos empezando con algunas ventas de prendas, y consolidando acuerdos con retails que quieren nuestra marca, por lo que, el próximo año esperamos tener un mejor panorama.
- i) Se precisa que la fibra de vicuña es mucho más cara y apreciada, llegando a costar US\$1,500.00 por prenda, siendo esa la principal diferencia con la fibra de Alpaca.
- j) Se proyecta para el 2024 invertir en capex US\$1.5 millones, destinados a renovación de maquinaria y métodos productivos.
- k) Estamos en proceso de traslado de áreas de acabados e hilados a la propiedad adquirida en el Parque Industrial, y en 2025 debemos concretar la primera etapa
- l) En 2024, esperamos abrir tres puntos de venta en Cusco. Siendo que a la fecha contamos con 30 tiendas propias.



Para mayor detalle, adjuntamos copia que contiene la referida nota de prensa, publicada en el citado diario.

Atentamente,

Michell y Cía. S.A.

José Farfán Armengol
Representante Bursátil

ENTREVISTA

Derek Michell

Director ejecutivo de Michell & Cia.

La fibra de vicuña impulsará el plan de la empresa arequipeña de consolidar su presencia en el país asiático, sin dejar de lado su expansión en el mercado local.

“Nuestra apuesta es captar el mercado de lujo de China y tener una tienda propia”

KAREN GUARDIA

karen.guardia@diariogestion.com.pe

El 2023 ha sido un año desafiante para las exportaciones textiles, ¿cómo lo afrontó Michell & Cia? Por fortuna, no hemos sido tan golpeados, por el contrario, proyectamos un crecimiento de nuestra facturación de 5% en comparación al 2022. Logramos revertir la tendencia inicial, para terminar en positivo.

¿Qué hicieron para revertir la proyección inicial?

Varias cosas. Una de ellas es que le dimos mucho impulso al sector de hilados, con diferentes colecciones de hilos.

¿Quiénes son sus principales compradores?

Los mercados más fuertes son el asiático, concentrados en China, Corea y Japón. Seguido del europeo, especialmente, Alemania, Italia, Inglaterra y Francia, además de Estados Unidos, que es el mayor consumidor. En lo que respecta a hilados, van tanto a Europa como Estados Unidos y en menor medida a Asia.

¿Qué se espera para 2024?

En el rubro que estamos no es



Potenciar. Derek Michell dice por ahora no van a lanzar nuevas marcas, sino que se concentrarán en consolidar las que tienen.

tan fácil proyectarlo. Sin embargo, esperamos para 2024 un crecimiento similar alcanzado este año.

¿Cuáles son los planes de Michell & Cia en los mercados donde tiene presencia?

Con China vamos por una apuesta diferente: estamos llevando la fibra de vicuña. Para tal fin, la última semana de noviembre presentamos nuestra colección de productos terminados de prendas y accesorios hechos a base de fibra de vicuña.

la, la más cara del mundo, bajo la marca Sol Vicuña. Tenemos un stock de prendas para venderlas a los segmentos B2C y B2B.

¿Cuál es la expectativa?

China es el mayor consumidor de lujo a nivel mundial, más que Estados Unidos. El 30% de todo el mercado de lujo a nivel mundial se vende en China, y la vicuña es un producto de superlujo. Estamos llegando con una colección y proyectamos tener una tienda propia hacia el 2025 o 2026.

¿Con quiénes trabajan en China? Por ahora estamos arribando a este mercado de la mano de distribuidores y cadenas de lujo, que son varias en China.

¿En cuántas tiendas de lujo ya están?

La presentación ha sido hace un mes, por lo que recién estamos empezando. Ya tenemos ventas de algunas prendas y estamos consolidando ciertos acuerdos, por lo que el próximo año ya podremos tener una claridad de cómo nos está yendo en este mercado. Estamos trabajando con ciertos retailers que quieren a nuestra marca, también ya tenemos instalados sistemas de pagos directo.

¿En qué radica la diferencia entre la fibra de vicuña y la de alpaca?

La vicuña es tan cara y tan preciado el material que es muy poco lo que mueve. Para darnos una idea, el ticket promedio de una prenda hecha de fibra de vicuña es de US\$ 1,500 aproximadamente. La colección de fibra de vicuña está compuesta por 10 a 12 ítems diferentes: hay pocas prendas de chompas porque el tamaño es distinto (por el fenotipo de los ciudadanos chinos) y más de accesorios (capas, ruanas y chalinas).

Volviendo al plano local, ¿cuánto van a invertir en capex en 2024?

Normalmente asciende a US\$1.5 millones anuales, que se destina, principalmente, a la renovación de maquinarias y en la actualización de nuestros métodos productivos.

En 2022 adquirieron una propiedad en el Parque Industrial de Arequipa para habilitar una quinta planta, ¿prevista para este año y 2024. ¿Cómo avanza?

Estamos en pleno traslado de las áreas de acabados e hilados. En 2025 debería concretarse la primera etapa.

¿Se proyecta abrir nuevas tiendas retail en Perú en 2024?

A la fecha, contamos con 30 tiendas propias. Apuntamos a abrir el próximo año tres puntos de venta en Cusco.

 Más info gestion.pe

HAN SUMADO ESPACIOS POR NAVIDAD



Presencia. La marca tiene siete años en el mercado y alcanza una facturación de S/ 14 millones.

Suntime Store sumará nuevos locales y prepara franquicias

Suntime Store, cadena de tiendas dedicada a la venta de accesorios, aprovechará la campaña de verano para reforzar su portafolio y ver nuevas ubicaciones.

Lizeth Rodríguez, gerente de la marca, recuerda que llegaron a tener 40 puntos de ventas a nivel nacional hasta hace unos años, pero a la fecha cuentan con 30 tiendas en el país, ubicadas en centros comerciales. “El año pasado ya habíamos cerrado algunos puntos de ventas, pero a inicios de año se tomó la decisión de cerrar tres más afectados por El Niño costero”, indicó.

No obstante, y por campaña navideña, se tomó la decisión de abrir dos nuevas tiendas en noviembre, las cuales se ubicaron en Real Plaza Centro Cívico y en Plaza San Miguel, a lo que se añadió tres tiendas corner en Piura, Tumbes y en Lima (en la Av. Alfonso Ugarte).

“Estas aperturas han tenido un impacto positivo en el resultado del año, a pesar de que creímos que los impactos de El Niño costero se iban a mantener todo el 2023. No obstante, las ventas han mejorado e igualado a la del 2021. Proyectamos cerrar con un creci-

EN CORTO

Portafolio. Al 2024 apuntan a introducir 10 marcas nuevas. Por ahora están en pleno proceso de cierre con dos de ellas, las que tendrán un espacio en las tiendas: serán cinco marcas de lentes y otros cinco de relojes. También les interesa ampliar la oferta en gorras.

miento de dos dígitos (en ventas)”, agregó.

La mayor facturación de la cadena proviene de la venta de lentes del sol, la que representa el 55% de sus ganancias. Le siguen los relojes que aportan el 35% y gorras que es el 10%.

Para verano de 2024 se apunta a inaugurar cuatro puntos de venta propios. “Ya tenemos dos puntos de venta casi cerrados. Uno de ellos se ubicará en Trujillo”, acotó.

No es el único objetivo: otra de sus metas al 2024 es crecer bajo el mecanismo de franquicias. “Tenemos todos nuestros procesos sistematizados y la experiencia para empezar a franquiciar la marca. Incluso ya se han acercado inversionistas interesados. Queremos empezar con este proyecto el próximo año”, comentó.