

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Carmen Huapaya- Especialista del Dpto de Industria de la Vestimenta y Decoración	30/04/2014

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	4
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	7
3.1	Nombre Oficial	7
3.2	Tipo de Feria	7
3.3	Sector	7
3.4	Fecha	7
3.5	Edición.....	7
3.6	Frecuencia.....	7
3.7	Lugar de Celebración.....	7
3.8	Horario de la Feria	7
3.9	Precio de la Entrada	7
3.10	Organizador	7
3.11	Superficie	7
3.12	Número de Asistentes.....	7
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	7
3.14	Productos Presentados en la Feria	7
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General	8
IV.	Información Comercial	9
4.1	Panorama del Mercado	9
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales.....	9
4.3	Nuevas Tendencias	9
4.4	Nuevas Tecnologías	9
V.	Participación Peruana	9
5.1	Expositores Nacionales	9
5.2	Actividades de Promoción	11
5.3	Resultados	12
5.3.1	Cuantitativos	12
5.3.2	Cualitativos.....	12
5.4	Comentarios de la Competencia.....	12
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	12
VI.	Directorio de Contactos	12
VII.	Conclusiones.....	12
VIII.	Recomendaciones	13
IX.	Anexos	13

I. Resumen Ejecutivo

La feria Perú Gift Show, que se llevó a cabo del 09 al 11 de abril, en la Explanada de la Costa Verde del Distrito de Magdalena, S/N es una de las ferias que busca ofrecer la mejor selección de artículos de Decoración y Regalo en el Perú. En este evento se presentaron productos con diseños modernos y contemporáneos, inspirados en las tradiciones de los productores de las diversas culturas de nuestro país.

Los productos presentados, fueron elaborados con suma dedicación dando como resultado una oferta de calidad que se ajustan a las necesidades del mercado internacional. El evento se viene realizando desde 1998 en Lima y se ha consolidado como un importante proveedor de grandes compañías de los Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

Esta feria ofreció a las grandes empresas exportadoras y a las PYMES nacionales con capacidad exportadora, organizadas por Promperu; la oportunidad de establecer contactos con compradores especializados del sector de Decoración y Regalo, de diversos países, haciendo de la feria una de las plataformas más importantes para el impulso de las exportaciones de este sector.

Esta versión de la feria se caracterizó por la incorporación de nuevas empresas, presentación de productos con mejoras en el tema de diseño, empresas con oferta más focalizada a su capacidad y especialidad de producción. Así también, el Comité Organizador de la feria organizó la presentación de las áreas de exhibición (stands), de manera zonificada de acuerdo a las siguientes líneas de productos: Textiles del Hogar, Decoración de interiores, muebles y Artículos de Regalo.

El formato de exhibición del Perú Home (zonas de exhibición que simulan los espacios de una casa) fue un elemento que permitió darle realce a la posibilidad de desarrollo de producto y diseño que tienen las empresas, para ello se definió siete espacios de exhibición, cada uno de 30m² y que fueron espacios conceptualizados y producidos por diseñadores quienes trabajaron de la mano con empresas exportadoras y potenciales exportadoras. Las áreas consideradas en la conceptualización del Perú Home fueron: Sala principal, comedor, dormitorio principal, sala de descanso, sala de estudio, dormitorio de niño y patio- terraza.

La asistencia de compradores invitados por Promperu, del mercado americano representaron el 55%, 29% fueron representantes de Europa y 16% de otros mercados.

La Feria Perú Gift Show contó finalmente con un total de 65 empresas expositoras y con un total de 76 stands de exhibición. Del total de empresas expositoras el 91% son empresas pymes y 9% medianas empresas.

Esta versión contó con la participación de un poco más del 50% de empresas que por primera vez participaban en esta feria.

En el caso de expositores la participación por Ciudad fue la siguiente:

Ciudad	Empresa	% de participación
Arequipa	1	1,54
Ayacucho	10	15,38
Cajamarca	1	1,54
Cusco	1	1,54
Huancavelica	3	4,62
Junín	5	7,69
La Libertad	1	1,54
Lambayeque	1	1,54
Lima	29	44,62
Loreto	3	4,62
Piura	5	7,69
Puno	3	4,62
Ucayali	2	3,08
Total	65	100,00



La participación de las empresas expositoras, según áreas de exhibición fue la siguiente:



II. Antecedentes y Justificación

Para la 16va versión de la feria Perú Gift Show 2014, se planteó entre otras cosas; como objetivo, el desarrollo de una feria que involucre no solamente un oferta netamente artesanal si no también industrializada y que combine aspectos de diseño e innovación en los productos; tal es así que por primera vez se incorporó como parte de la oferta empresas con líneas especializadas en:

- Lámparas decorativas
- Velas decorativas
- Textiles del hogar (sábanas, mantas, colchas, edredones).
- Productos en material reciclado
- Alfombra en piel de alpaca

En cumplimiento de los objetivos propuestos para la feria; que fueron desde la renovación de la oferta exportable a presentar hasta buscar generar un mayor impacto de la feria entre los visitantes, es que se organizó el proceso de convocatoria de la siguiente manera:

Para el caso de los Expositores:

1. Se realizó una convocatoria abierta a toda la base del Sector de Decoración y Regalos; en el caso de Regiones, la convocatoria se reforzó a través de una convocatoria directa por parte de nuestras oficinas descentralizadas.
2. El proceso de registro de los expositores se realizó a través de la web: www.perugiftshow.com.pe Teniendo como registro final para la feria Perú Gift Show y que se reporta a través de Sistema de Administración de feria – SAFE, el siguiente resultado:

Estado de las empresas en la Convocatoria	Empresas
Aprobadas y no participaron	38
No calificaron	21
No alcanzó espacio	8
Se registraron fuera de fecha	22
Participaron	65
Total empresas registradas en el SAFE	154

3. Luego del registro las empresas pasaron por un proceso de evaluación, que para el caso de las empresas de Lima fue realizado por un especialista del Departamento de Industria de la Vestimenta y Decoración de Promperu y en el caso de las empresas de regiones, se contó con un equipo de consultores que además de realizar dicha evaluación, brindaron una asistencia personalizada en temas de gestión, a cada una de las empresas aprobadas en la evaluación; a fin de que se presenten en mejores condiciones y con mejores herramientas de negocio ante los compradores, en la feria.

Los criterios de evaluación para la participación en la feria fueron los siguientes:

- Ser persona natural o jurídica legalmente establecida.
- Contar con RUC.
- Se encuentre en funcionamiento mínimo 02 años.
- Disponer de productos que respondan a las exigencias del mercado internacional (calidad, precio competitivo, presentación adecuada).
- Contar con infraestructura mínima de comunicaciones: teléfono, fax, correo electrónico, tarjeta de presentación y Página Web.
- Tener conocimiento de gestión exportadora (procedimientos y procesos de exportación).
- Presentación de Ficha técnica de producto, catálogo y lista de precios.
- Las líneas de producto que se priorizaron para la participación en la feria Perú Gift Show, fueron las siguientes, ya que todo producto relacionado a Industria de la vestimenta fueron derivados a aplicar la evaluación de la Feria Perú Moda: Accesorios de decoración de interiores, Textiles del Hogar, Muebles, Juguetes, Utensilios del Hogar y Accesorios de regalo.

4. Los consultores que desarrollaron las evaluaciones y asesoría en regiones fueron los siguientes:

Nro	Consultor	Lugar de la Asesoría
1	Emilia Bellido	Loreto
2	Alex Morales	Piura
3	Manuel Eguiguren	Cusco - Puno
4	Antonio Vasquez	Ayacucho - Huancavelica
5	Miguel Viaña	Junín

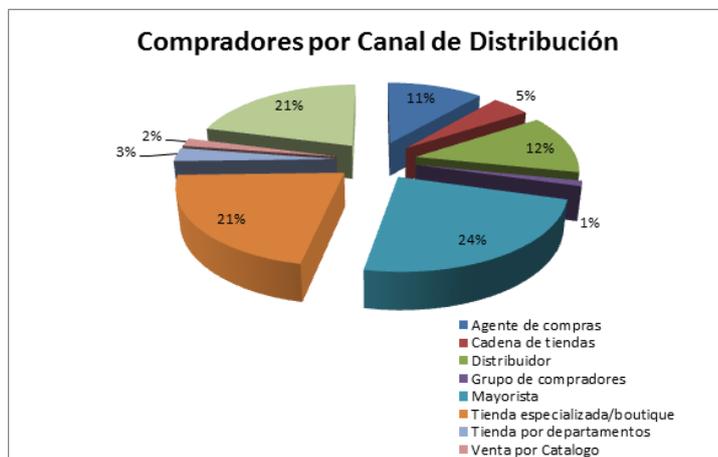
Es importante indicar que dado la proximidad del evento y la diversidad de temas en los cuales las empresas requerían asistencia, se priorizaron básicamente los temas vinculados a Gestión, tales como desarrollo de costos, mejoras en la gestión de sus herramientas de comunicación y difusión (e-mail, web, teléfonos de contacto) y preparación de su oferta a presentar.

Para el caso de Compradores:

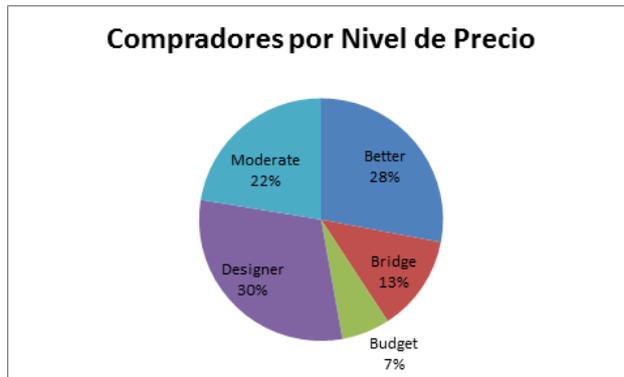
1. Se priorizó la participación de empresas nuevas, con interés en la oferta peruana, principalmente del mercado Americano y Europeo.
2. Los mecanismos aplicados en la identificación de nuevos compradores fue entre otros, contar con una consultora internacional que permitió el levantamiento de información de compradores especializados en el Sector de Decoración y Regalo; esta consultora fue la diseñadora Lucy Salamanca, con mucha experiencia en el tema comercial en la línea de Decoración, residente en Milán, especializado en Diseño para pequeñas y medianas empresas en especial en aquellos sectores manufactureros con un historial significativo en el desarrollo de proyectos sustentables y éticos, como son proyectos y programas del comercio Justo, sectores que se caracterizan por una baja Intensidad de capital y una alta incidencia de las aportaciones del equipo humano, con énfasis en el diseño y en la distribución al por menor.
En este contexto, la consultora cuenta con la experiencia y competencias necesarias en dos áreas principales: El estudio, análisis y asesoramiento en sectores manufactureros específicos y programas de desarrollo de productos para las PYMEs. Además de haber realizado actividades de asesoramiento de mercadeo estratégico, desarrollo de productos y estrategias de comunicación para diversas empresas a nivel internacional.
Su perfil profesional sustentó sus expertis en diseñar una estrategia personalizada para cada cliente, siguiendo un plan de acción hasta el final, con resultados altamente fiables, individuando fuerzas y debilidades de los sistemas de la empresa y proponiendo una política económica exitosa para: grupos empresariales
3. Otro de los mecanismos de identificación de compradores fue a través de nuestra participación con el formato de Perú Home en la ferias emblemáticas del sector de Decoración y Regalo, como son: Heimtextil, Maison & Objet, Feria Ambiente y Artisan Resource; estas intervenciones nos permitió captar nuevos compradores interesados en la oferta peruana.
4. Si bien, el desarrollo de la convocatoria de compradores se realizó de manera abierta a una amplia base de compradores, también se contó con el apoyo de las Oficinas Comerciales quienes brindaron un soporte en esta labor. La herramienta para la inscripción de los compradores fue la página web de la feria www.perugiftshow.com.pe.
5. Del total de empresas invitadas por Promperu, el 67% fueron empresas nuevas que no habían participado en ninguna versión anterior de la feria Perú Gift Show y el 33% fueron empresas que ya conocían la feria.



6. Compradores asistentes a la feria de acuerdo a su canal de distribución:



7. Compradores asistentes a la feria, de acuerdo a su nivel de precios:



El Perú Home en la Feria Perú Gift Show:

El formato de presentación de la feria consideró, además de las áreas de exhibición destinado para las empresas (stands), la presentación del Perú Home, que viene a ser la puesta en escena de cada uno de los ambientes de una casa; en la cual se expone la oferta peruana conceptualizada con alto valor agregado en el tema de diseño y que se propone como una herramienta de promoción de la oferta exportable bajo un formato de uso y aplicación de los productos.

El objetivo de estos espacios de exposición fue el de darle realce a la posibilidad de desarrollo de producto y diseño que tienen las empresas peruanas. Para ello se definió siete espacios de exhibición, cada uno de 30m² y que fueron espacios conceptualizados y producidos por diseñadores quienes trabajaron de la mano con empresas exportadoras y potenciales exportadoras.

Las áreas consideradas en la conceptualización del Perú Home (de 30m² cada una) y todos ellos alineados bajo un mismo hilo conductor como fue el diseño, tendencia de colores y sobre todo la incorporación de desarrollo de producto hecho a mano, fueron las siguientes:

- sala principal
- comedor
- dormitorio principal
- sala de descanso
- sala de estudio
- dormitorio de niño
- patio- terraza.

Para materializar cada una de las propuestas se contó con la participación de 08 diseñadores: 01 coordinador general que desarrolló la propuesta de los parámetros generales de las tendencias, además del seguimiento y soporte para la materialización de cada una de las áreas conceptualizadas, y los 07 diseñadores desarrollaron la conceptualización de cada una de las áreas que les fueron asignadas. Los diseñadores que intervinieron fueron los siguientes:

Área Conceptualizada	Diseñador	Empresas participantes
Coordinador del equipo de diseñadores	Alejandro Rincón	Coordinador general de cada una de las áreas propuestas.
Comedor	Teresa Pinilla Cisneros	Deco interior's, Arte Digital, Mod'art, Jallpa Nina, Inca Ceramics.
Sala principal	Julio César Calle Peralta	Raymisa, Corcelino EIRL, Keramikarin
Dormitorio principal	Diana Nakasone Matsuda	Allpa, Raymisa, Wayra, Royal Knit, R. Berrocal, Alpaca Couture, Jallpa Nina, Marisa Bronze Hierro Acero, Lecco's, Inkatraditions.
Dormitorio infantil	María José Risco Saco	Raymisa, Wayra, Sumaq Qara, R. Berrocal, Naguska.
Sala de estar	Rafael Barreda Espada	Raymisa, Corcelino EIRL, Keramikarin
Sala de Estudio	Elfer Castro Delgado	Jallpa Nina, Royal Knit.
Patio y Jardín	Rocio Del Barco Herrera	Artesanías Ñarihualac, Asociación Virgen del Perpetuo Socorro, Hilos y Colores, Raymisa, Imaginarios Perú, Jallpa Nina, Cite Sipán, Proyecto Amazonía, Asociación del Valle de la Pirámides de Túcume.

Con ello creemos que el despliegue en la presentación de la feria y los criterios de participación, tanto para expositores como para compradores ha permitido y permitirá ir mejorando cada vez más el formato de la feria, y que con el tiempo el Perú Gift Show se ubique entre los mejores espacios de exhibición a nivel Regional del sector de Decoración y Regalo.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

Feria Perú Gift Show 2014

3.2 Tipo de Feria

Feria internacional

3.3 Sector

Decoración y Regalo

3.4 Fecha

Del 09 al 11 de Abril

3.5 Edición

16 edición

3.6 Frecuencia

Anual

3.7 Lugar de Celebración

Lima, Explanada de la Costa Verde del Distrito de Magdalena, S/N

3.8 Horario de la Feria

Miércoles 09 de Abril del 2014, de 9:30 a 18:30 horas.

Jueves 10 de Abril de 2014, de 9:30 a 18:30 horas.

Viernes 11 de Abril de 2014, de 9:30 a 18:30 horas.

3.9 Precio de la Entrada

S/. 157.00

3.10 Organizador

Promperu

3.11 Superficie

13,000 mts², compartidos con la Feria Perú Moda

3.12 Número de Asistentes

700 visitantes y 65 expositores

3.13 Fecha de Próxima Edición

Abril 2015

3.14 Productos Presentados en la Feria

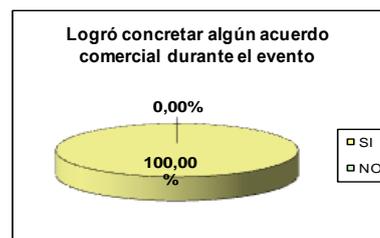
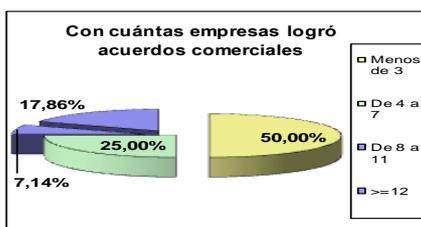
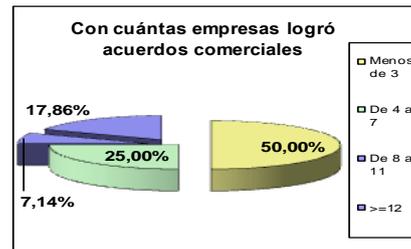
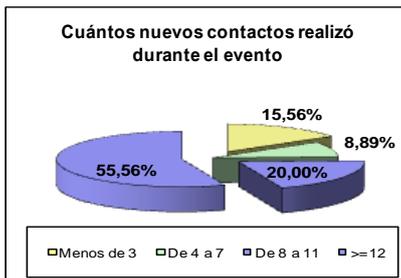
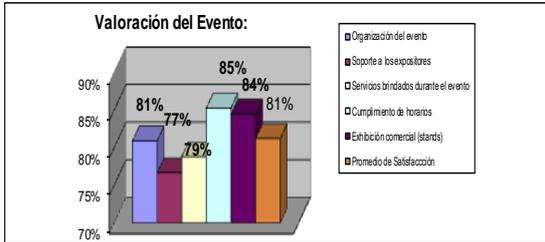
Textiles del Hogar

Artículos de decoración

Muebles

Artículos de Regalo

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General



IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

El sector de artículos de Decoración y Regalo ha venido obteniendo resultados de exportaciones bastante alentadores a pesar de la crisis internacional que empezó en el 2008. Con excepción del 2009, nuestras exportaciones han seguido creciendo sobrepasando en el 2012 la barrera de los 60 millones de dólares teniendo a Latinoamérica, E.E.U.U. y Europa como sus principales mercados.

Asimismo, la demanda mundial para artículos de regalo (GIFT) y accesorios para el hogar sobrepasa los US\$ 58,000 millones. Siendo los principales compradores los países norteamericanos, los asiáticos y los europeos. Tradicionalmente las exportaciones peruanas, que en el 2012 superaron los 60 millones de dólares, van dirigidas a E.E.U.U. y Europa. Aunque hay que destacar la aparición de compradores asiáticos como Japón.

Con el desarrollo de la feria Perú Gift Show, se espera contribuir con el crecimiento de las exportaciones en este sector, considerando que como expectativas de negocios a un período de un año, el total de las empresas participantes esperan cerrar negocios por cerca de US\$ 9.7 millones.

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Siendo Estados Unidos, uno de los principales mercado de destino de nuestras exportaciones, se considera que sin lugar a dudas, seguirá siendo este mercado uno de los priorizados por los exportadores, y ello sobre todo por las características de los productos de las empresas que en gran medida satisfacen el interés de los compradores americanos. Sin embargo consideramos importante las posibilidades que el mercado europeo puede dar a este sector, siempre que ello vaya acompañado por el desarrollo de producto con valor agregado, como lo es el tema de diseño y porque no, temas de certificación de calidad o de Comercio Justo.

El hecho que gran parte de la producción de este sector se caracterice por la priorización de un trabajo a mano, hace que la oferta tenga mucha admiración por el consumidor final que cada vez está más informado.

4.3 Nuevas Tendencias

n.a.

4.4 Nuevas Tecnologías

n.a.

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

Stands	Empresa	Distrito	Provincia	Departamento
G01	Asociación de Artesanos en Hojalatería Eslabón Araujo	SAN JUAN BAUTISTA	HUAMANGA	AYACUCHO
G02	CITE SIPAN / MINCETUR	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
G03	PRO MUJER ORIENTE S.A.	YARINACocha	CORONEL PORTILLO	UCAYALI
G04	EFRAÍN CURI ROJAS	PUENTE PIEDRA	LIMA	LIMA
G05	ROBERTO HUARCAYA HUAMAN	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO
G06	FAUSTINO MALDONADO MALDONADO	HUALHUAS	HUANCAYO	JUNÍN
G07	MACEDONIO PALOMINO TORRES	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO
G08	CERAPIO VALLEJO QUICAÑA	CHORRILLOS	LIMA	LIMA
G09	Programa de Desarrollo artesanal - MINCETUR	MANCORA	TALARA	PIURA
G10	Programa desarrollo artesanal - MINCETUR	ASCOPE	ASCOPE	LA LIBERTAD
G11	MINCETUR	SAN ISIDRO	LIMA	LIMA
G13	Asociación de artesanas NariWalac del caserío de Pedregal Chico	CATACAOS	PIURA	PIURA
G14	Asociación de Artesanas en Paja Toquilla Virgen del Perpetuo Socorro	CATACAOS	PIURA	PIURA
G15	Arte Alfaro Nuñez	EL TAMBO	HUANCAYO	JUNÍN
G16	Centro Artesanal Wiñay Aklla (Bautista Flores de Soto Rosa)	HUANTA	HUANTA	AYACUCHO
G18,G19,G20	CENTRO DE INNOVACION TECNOLOGIA DE LA CERAMICA	PIURA	PIURA	PIURA

G22	María Isabel Sánchez Vicente - KUSKAS PERÚ	Huancayo	Huancayo	JUNÍN
G23	ANTONIO HUACCHA RAMIREZ	CAJAMARCA	CAJAMARCA	CAJAMARCA
G25	Kusart Peru SAC	SANTIAGO DE SURCO	LIMA	LIMA
G26	M.CARRE SAC	SAN ISIDRO	LIMA	LIMA
G28	JIREH EL UNICO S.R.L.	LA VICTORIA	LIMA	LIMA
G29	GESTION PRINCIPAL S.R.L.	CHORRILLOS	LIMA	LIMA
G30	Empresa de Artesanías Arte Manos Talladoras S.A.C.	SAN JUAN BAUTISTA	HUAMANGA	AYACUCHO
G31	TEJEDO ART'S	SAN JUAN BAUTISTA	MAYNAS	LORETO
G32	Partnerships and Technology for Sustainability	MIRAFLORES	LIMA	LIMA
G33	Asociacion Promotora de Artesanos MAKI PERU	CHORRILLOS	LIMA	LIMA
G34,G35	SUMAQ QARA E.I.R.L.	SAN JUAN BAUTISTA	HUAMANGA	AYACUCHO
G36,G45	PLUMAS E.I.R.L	MIRAFLORES	LIMA	LIMA
G37	industria alpaca eirl	SANTIAGO DE SURCO	LIMA	LIMA
G38,G43	HILOS Y COLORES E.I.R.L	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO
G39	Gilgamesh EIRL	SAN ISIDRO	LIMA	LIMA
G40	Artistas Carisa SAC	MIRAFLORES	LIMA	LIMA
G41	Woodflair	La Molina	Lima	Lima
G42	MAGUANA SAC	LA VICTORIA	LIMA	LIMA
G44	ARTE TEXTIL QORIMAQUI SAC	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO
G48,G49	R. BERROCAL SAC	PUEBLO LIBRE	LIMA	LIMA
G50	DUBRASEN SAC	MIRAFLORES	LIMA	LIMA
G51,G52	ATELIER DEL HOGAR SAC	LA VICTORIA	LIMA	LIMA
G53,G54	ANDES TEXTILES PERU SAC	MIRAFLORES	Lima	Lima
G55	Arte Textil Fortaleza SAC.	SAN JUAN BAUTISTA	HUAMANGA	AYACUCHO
G56,G57	ALLPA S.A.C.	JESÚS MARÍA	LIMA	LIMA
G60	ROYAL KNIT SAC	LIMA	LIMA	LIMA
G61	Asociación de Mujeres Tejedoras Vatalinas Nuñez	MONTERO	AYABACA	PIURA
G62	Asociación Central de Artesanos Alpaca Nuñoa.	NUÑO A	MELGAR	PUNO
G63	ROSA ELVIRA PALOMINO MOLINA	CALLERIA	CORONEL PORTILLO	UCAYALI
G64	Andean Montera E.I.R.L	CHORRILLOS	LIMA	LIMA
G65	GALERIA ARTE TALLER LLAPANMAKI SAC	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO
G66	Carmen Huaman Muñoz	EL TAMBO	HUANCAYO	JUNÍN
G67	Monica Maria Hintze Martínez	CHORRILLOS	LIMA	LIMA
G68,G69	RAYMISA S.A	LURÍN	LIMA	LIMA
G70	Maki Trading SAC	PUEBLO LIBRE	LIMA	LIMA
G71	INVERSIONES MERCEDES	IQUITOS	MAYNAS	LORETO
G72	ARTESANÍAS EL PEYOYO	SAN JUAN BAUTISTA	MAYNAS	LORETO
G73	Moda Textil Ruacc Maqui	HUANCANELICA	HUANCANELICA	HUANCANELICA

G76	ARTESANIA SOTO E.I.R.L.	PAUCARA	ACOBAMBA	HUANCAVELICA
G77	RECICLICO EIRL	Lince	Lima	Lima
G78	ARTESANIAS SICAN S.A.	MIRAFLORES	LIMA	LIMA
G79	inca sumac eirl	PUNO	PUNO	Puno
G81,G80	MOVIMIENTO MANUELA RAMOS - CASA DE LA MUJER ARTESANA	PUEBLO LIBRE	LIMA	LIMA
G82	EXPART PERU E.I.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	Arequipa
G83	Asociación de Artesanas Manto de Oro	OCUVIRI	LAMPA	PUNO
G84	LA ASOCIACION DE ARTESANOS TRES ALPAQUITAS H&F	MARCAPATA	QUISPICANCHI	CUSCO
G85	RESEÑAS EIRL	HUANCAYO	HUANCAYO	JUNÍN
G86	MINISTERIO DEL AMBIENTE	LIMA	LIMA	LIMA
G87	EMPRESA DE MULTISERVICIOS INTI KANCHARI S.C.R.L.	YAULI	HUANCAVELICA	HUANCAVELICA

5.2 Actividades de Promoción

Para el desarrollo de la difusión de la feria Perú Gift Show , tanto para la convocatoria de expositores, como para convocatoria de compradores se desarrolló el siguientes mailing de invitación:



Durante la feria se contó con el Directorio de expositores y un brochure del Perú Home.



	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005 VERSIÓN 02 PÁG. 12 DE 30
5.3 Resultados		
5.3.1 Cuantitativos <ul style="list-style-type: none"> - La asistencia de compradores del mercado americano representaron el 55% de la participación de compradores invitados por Promperu, 29% fueron representantes de Europa y 16% de otros mercado. - De los compradores invitados por Promperu, el 67% fueron nuevos compradores y el 33% fueron compradores que ya conocían la feria por su participación en versiones anteriores. - La Feria Perú Gift Show contó finalmente con un total de 65 empresas expositoras y con un total de 76 stands de exhibición. Del total de empresas expositoras el 91% son empresas pymes y 9% medianas empresas. - Esta versión contó con la participación de un poco más del 50% de empresas expositoras, que por primera vez participaban en esta feria. - Con el desarrollo de la feria Perú Gift Show, se espera contribuir con el crecimiento de las exportaciones en este sector, considerando que como expectativas de negocios a un período de un año, el total de las empresas participantes esperan cerrar negocios por cerca de US\$ 9.7 millones. - El 64% de las empresas participantes, consideraron su participación en la feria por ser una buena posibilidad para establecer contactos de negocios, tal es así que el 100% de los participantes mencionó a ver establecido contactos comerciales con posibilidad de negocio. - Dado que un buen grupo de empresas viene de regiones, para el caso de empresas de Lima, sólo el 3% mencionó que recibió visita de compradores en su empresa. 		
5.3.2 Cualitativos <ul style="list-style-type: none"> - Esta versión de la feria se caracterizó por la incorporación de nuevas empresas, presentación de productos con mejoras en el tema de diseño, empresas con oferta más focalizada a su capacidad y especialidad de producción. - Los stand de exhibición fueron organizados de manera zonificada por líneas de productos: Textiles del Hogar, Decoración de interiores, muebles y Artículos de Regalo. - El formato exhibición del Perú Home (zonas de exhibición que simulan los espacios de una casa) fue un elemento que permitió darle realce a la posibilidad de desarrollo de producto y diseño que tienen las empresas. - Con el despliegue en la presentación de la feria y los criterios de participación, tanto para expositores como para compradores ha permitido y permitirá ir mejorando cada vez más el formato de la feria, y que con el tiempo el Perú Gift Show se ubique entre los mejores espacios de exhibición a nivel Regional del sector de Decoración y Regalo. 		
5.4 Comentarios de la Competencia n.a		
5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria n.a.		
VI. Directorio de Contactos		
VII. Conclusiones		
<ul style="list-style-type: none"> - Esta versión de la feria se caracterizó por la incorporación de nuevas empresas, presentación de productos con mejoras en el tema de diseño, empresas con oferta más focalizada a su capacidad y especialidad de producción. - El reordenamiento de la feria, específicamente los stand de exhibición, al ser organizados de manera zonificada por líneas de productos: Textiles del Hogar, Decoración de interiores, muebles y Artículos de Regalo; causó una mejor impresión entre los compradores. - Sin lugar a dudas los procedimientos y criterios de evaluación han sido un buen filtro para llegar a aquellos expositores que se encuentran en mejores condiciones para incursionar o consolidarse en la exportación. 		

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 13 DE 30

- El formato exhibición del Perú Home (zonas de exhibición que simulan los espacios de una casa) fue un elemento que permitió darle realce a la posibilidad de desarrollo de producto y diseño que tienen las empresas.
- Con el despliegue en la presentación de la feria y los criterios de participación, tanto para expositores como para compradores ha permitido y permitirá ir mejorando cada vez más el formato de la feria, y que con el tiempo el Perú Gift Show se ubique entre los mejores espacios de exhibición a nivel Regional del sector de Decoración y Regalo.
- La asistencia de compradores del mercado americano representaron el 55% de la participación de compradores invitados por Promperu, 29% fueron representantes de Europa y 10% de otros mercado.
- La Feria Perú Gift Show contó finalmente con un total de 65 empresas expositoras y con un total de 76 stands de exhibición. Del total de empresas expositoras el 91% son empresas pymes y 9% medianas empresas.
- Esta versión contó con la participación de un poco más del 50% de empresas expositoras, que por primera vez participaban en esta feria.
- El 64% de las empresas participantes, consideraron su participación en la feria por ser una buena posibilidad para establecer contactos de negocios, tal es así que el 100% de los participantes mencionó a ver establecido contactos comerciales con posibilidad de negocio.
- Dado que un buen grupo de empresas viene de regiones, para el caso de empresas de Lima, sólo el 3% mencionó que recibió visita de compradores en su empresa.
- Con el desarrollo de la feria Perú Gift Show, se espera contribuir con el crecimiento de las exportaciones en este sector, considerando que como expectativas de negocios a un período de un año, el total de las empresas participantes esperan cerrar negocios por cerca de US\$ 9.7 millones.

VIII. Recomendaciones

- Se sugiere, seguir manteniendo los criterios de evaluación de las empresas expositoras y ampliar la asistencia personalizadas de cada una de ellas, en temas en los cuales adolecen con frecuencia, como es el tema de gestión exportadora y diseño-desarrollo de productos, temas de gran importancia para su presentación en espacios comerciales.
- Contar con consultores extranjeros para la identificación de nuevos compradores.
- Realizar presentaciones en las ferias emblemáticas en una primera etapa con oferta exportable, de tal manera que nos permita captar a un mayor número de potenciales compradores del sector.

IX. Anexos

Fotos del Perú Home 2014:







Fotos de la Feria Perú Gift Show 2014:



























