

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Carmen Huapaya	19/02/2014

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.....	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.....	4
4.3	Nuevas Tendencias	4
4.4	Nuevas Tecnologías.....	5
V.	Participación Peruana	5
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
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	5
VI.	Directorio de Contactos	5
VII.	Conclusiones.....	6
VIII.	Recomendaciones	6
IX.	Anexos	6

	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 3 DE 13

I. Resumen Ejecutivo

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, representando el mercado Europeo el 14% de las exportaciones de este sector.

Asimismo, la oferta exportable en la línea de textiles del hogar, accesorios tejidos, muebles y cerámica que se promocionó en la Feria Ambiente representan el 47% de las exportaciones del sector. Siendo los principales compradores el mercado americano y Europeo.

Es por ello que PROMPERU, para promover la salida comercial de las empresas del sector, consideró conveniente el realizar una participación en la Feria Ambiente con el formato Perú Home, ambiente que simula los espacios de una casa y en la cual se conceptualiza la oferta exportable.

La feria Ambiente, que se realizó del 07 al 11 de Febrero, es una de las ferias más importantes en el sector de decoración y Regalo, se realiza una vez al año en la Ciudad de Frankfurt. En esta feria se presenta alrededor de 4700 expositores y recibe cerca de 140 mil visitantes. Esta es una feria dirigida a profesionales y visitantes especializados del sector

Es importante, mencionar, que esta feria se despliega en 11 halls de exhibición, agrupados en las siguientes áreas:

- Living: (productos de decoración de interiores, outdoor, textiles del hogar), en los cuales se encontraban comprendidos los Halls 8, 10 y 11.
- Dining: (productos, mobiliario y elementos relacionados a la cocina y comedor), en los cuales se encontraban comprendidos los Halls 1,2,3,4,5 y 6.
- Giving: (accesorios de regalo, productos de cuidado personal, accesorios de vestir), en los cuales se encontraba comprendido los halls 9 y 12.

De acuerdo a nuestra aplicación el operador ferial nos asignó un área de 40m² en el hall 10 correspondiente al área de Living y que para el cumplimiento de nuestros objetivos se consideró participar en esta feria con el formato de Perú Home, espacio de exhibición que simuló los ambientes de una casa (Sala principal, dormitorio principal, sala de descanso y sala de estudio)

Esta presentación fue conceptualizada con la oferta de 06 empresas del Sector de Decoración y Regalo.

En líneas generales el resultado de la feria fue positivo a nivel de identificación de compradores interesados en la oferta peruana, puesto que ello contribuyó en la promoción de la Feria Perú Gift Show.

II. Antecedentes y Justificación

Esta es una de las ferias emblemáticas en el sector de decoración y regalo; cuya participación requiere de un proceso de evaluación por parte del operador ferial para admitir a las empresas mediante la asignación de un espacio de exhibición.

La intervención de Promperu en esta feria, se desarrolló a manera de exhibición de oferta exportable, considerando que uno de los objetivos más importantes de esta participación era la identificación de compradores interesados en la oferta peruana a fin de convocarlos a participar en la feria Perú Gift Show; además de promocionar y posicionar la oferta exportable peruana de la línea de artículos de Decoración y Regalo.

Para ello Promperu gestionó la participación en un área de 40m² en la cual se expuso la oferta de 06 empresas, las mismas que desarrollaron una participación individual con sus propios stands y que lo venían haciendo desde ya muchos años, por ser uno de sus principales espacios comerciales para la captación de sus clientes.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1	Nombre Oficial: Feria Ambiente
3.2	Tipo de Feria: Feria especializada
3.3	Sector: Decoración y regalo
3.4	Fecha: del 07 al 11 de Febrero
3.5	Edición: Febrero

3.6 Frecuencia: 01 edición (Febrero)

3.7 Lugar de Celebración: Frankfurt - Alemania

3.8 Horario de la Feria:

Del 07 al 10 de Febrero, de 9:00 a.m. a 6:00 p.m.

11 de Febrero, de 9:00 a.m. a 5:00 p.m.

3.9 Precio de la Entrada

N.A.

3.10 Organizador: Messe Frankfurt

3.11 Superficie: 40 mts²

3.12 Número de Asistentes: 140 mil visitantes

3.13 Fecha de Próxima Edición: del 13 al 17 de Febrero, 2014

3.14 Productos Presentados en la Feria: Artículos de decoración y regalo

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General: 4700 expositores

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.

En el 2012 las exportaciones con destino a Europa representaron el 14% de las exportaciones, liderado básicamente por las líneas de textiles del hogar y cerámica decorativa.

Destino	Valor Fob US\$ - 2012	Participación %
America del Sur	20.889.880,78	33,21
America del Norte	19.160.055,54	30,46
Oceania	11.011.440,70	17,51
Europa	8.950.016,79	14,23
Asia	1.489.133,68	2,37
Centro America	1.344.735,81	2,14
Africa	57.756,23	0,09
Total	62.903.019,53	100,00

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Las líneas con alta demanda en esta exhibición se pudo observar fueron las de textiles del hogar y espejos, que incorporan una variedad de diseños.

4.3 Nuevas Tendencias

Se observó mucha diversidad en la línea de decoración de interiores, específicamente en la línea de lámparas y adornos diversos, que en algunos casos se desarrollan en base a materiales reciclados, característica importante a tomar en cuenta sobre esta tendencia.

También es importante mencionar los artículos de decoración con la incorporación de colores vivos y altos contrastes en el vidrio pintado. La tendencia de los temas florales se mantiene en vigencia.

4.4 Nuevas Tecnologías

El desarrollo de nuevas tecnologías en la oferta estuvo focalizado básicamente para los productos relacionados a los utensilios de cocina y otros elementos, en el cual la oferta peruana no se encuentra aún priorizada.

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

Nro	Razon Soc.	Email	web
1	SUMAQ QARA E.I.R.L	sumagqara@sumagqara.com	www.sumagqara.com
2	ALLPA S.A.C.	allpa@allpa.com.pe	www.allpaperu.com
3	WAYRA	wayra@wayraperu.com	www.wayraperu.com
4	ROYAL KNIT S.A.C	info@rkperu.com	www.rkperu.com
5	RAYMISA S.A.	ovb@raymisa.com	www.raymisa.com
6	R. BERROCAL S.A.C.	r-berrocal@r-berrocal.com.pe	www.r-berrocal.com.pe

5.2 Actividades de Promoción

Como parte de la promoción de la participación se desarrollaron distintos elementos de difusión, los mismos que se describen a continuación:

- Carta electrónica – HTML; enviada a potenciales compradores de nuestra base del sector, previa a la presentación en la feria.
- Brochure / directorio de las empresas participantes en el Perú Home, para la entrega a los compradores, durante la feria.

5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

- Las empresas que participaron con su propio stand, durante la feria, estiman como expectativa de negocio, que en el lapso de un año, concretarán ventas por alrededor de US\$ 980,000.
- En cuanto al tipo de cliente que principalmente se tomó contacto fueron empresas: minorista, distribuidor y cadena de tiendas.
- Se dispone de una relación de 25 contactos a incorporar a nuestra base de datos para la convocatoria de compradores del Perú Gift Show.

5.3.2 Cualitativos

- La exhibición peruana en su conjunto, destacó por lo vistosa de su presentación, por el hecho de presentar la oferta exportable de una manera conceptualizada que muestra su aplicación y uso.
- La presentación de Perú Home en la feria, resaltó con una propuesta con espacios bien definidos que alineaba productos de diseño, calidad y que muchos de ellos incorporaban el arte de un trabajo a mano.
- Con esta presentación se abrió un espacio importante, frente a los compradores que visitaron la feria, como imagen de una oferta peruana de calidad y que muestra los avances que se vienen desarrollando en el tema de decoración y regalo.

5.4 Comentarios de la Competencia

En esta versión de la feria se destacó la participación de delegaciones de países, tales como Ecuador, Brasil y Guatemala, quienes promovidos por entidades gubernamentales presentaron sus ofertas orientadas a una línea de productos de textiles del hogar, cerámica y bisutería.

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

N.A.

VI. Directorio de Contactos

Listado obra en los archivos del Sector.

VII. Conclusiones

- Las empresas que participaron con su propio stand, durante la feria, estiman como expectativa de negocio, que en el lapso de un año, concretarán ventas por alrededor de US\$ 980,000.
- En cuanto al tipo de cliente que principalmente se tomó contacto fueron empresas: minorista, distribuidor y cadena de tiendas.
- Se dispone de una relación de 25 contactos a incorporar a nuestra base de datos para la convocatoria de compradores del Perú Gift Show.
- La exhibición peruana en su conjunto, destaco por lo vistosa de su presentación, por el hecho de presentar la oferta exportable de una manera conceptualizada que muestra su aplicación y uso.
- Con esta presentación se abrió un espacio importante, frente a los compradores que visitaron la feria, como imagen de una oferta peruana de calidad y que muestra los avances que se vienen desarrollando en el tema de decoración y regalo.
- La ubicación y área de exhibición asignada por el operador ferial para el Perú Home, fue buena, en el sentido que las empresas que participaron con su propio stand se encontraban muy cerca y nos permitía derivar rápidamente a los compradores interesados en los productos que se encontraban en exhibición en el Perú Home.
- Esta feria es sin lugar a dudas es una feria emblemática en el sector de decoración y regalo, no sólo por su dimensión, sino por el tipo de comprador que acude, que viene a ser un comprador especializado y el sobre todo del mercado Europeo, seguido del Asiático.

VIII. Recomendaciones

El hecho de desarrollar la presentación en la feria, con oferta exportable, bajo el formato Perú Home o Casa Perú (espacio de exposición que simula los ambientes de una casa), si bien es una herramienta para promocionar la oferta que puede encontrarse en la Feria Perú Gift Show, el comprador que asiste a esta feria espera tener información concreta del producto y por ende un contacto directo con el fabricante, motivo por el cual es importante que de desarrollar este tipo de presentación debe de estar acompañada por un representante de la empresa que pueda atender directamente las inquietudes del comprador.

IX. Anexos

MONTAJE Y PRESENTACIÓN DURANTE EL EVENTO:



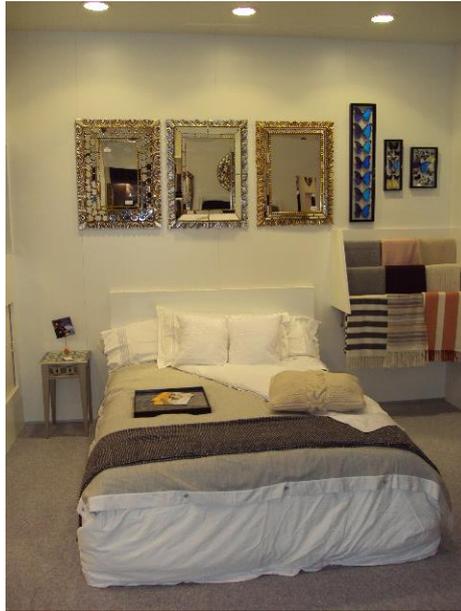




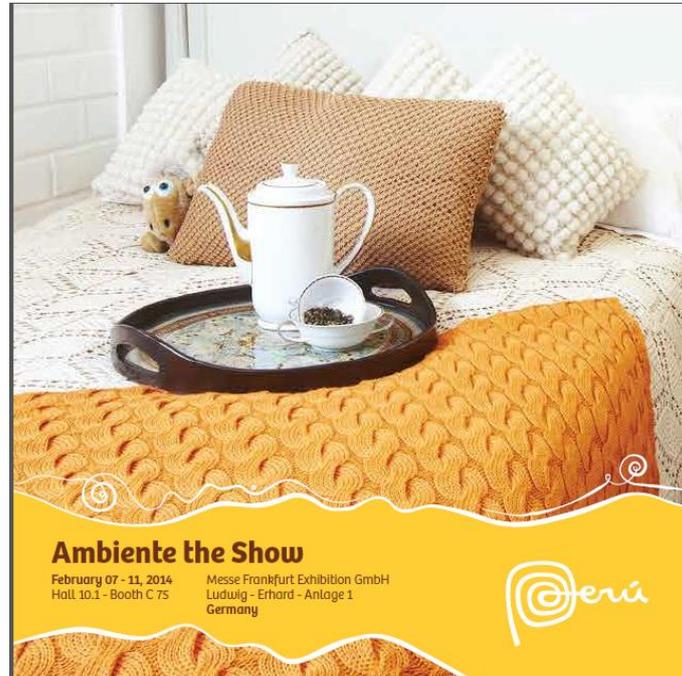








Material Gráfico:



Ambiente The Show Directory of companies

ALLPA

allpa@allpa.com.pe
www.allpaperu.com

R. BERROCAL

r-berrocal@rberrocal.com.pe
www.r-berrocal.com.pe

RAYMISA

oub@raymisa.com
www.raymisa.com

ROYAL KNIT

info@rkperu.com
www.rkperu.com

SUMA QARA

sumaqqara@sumaqqara.com
www.sumaqqara.com

WAYRA

wayra@wayraperu.com
www.wayraperu.com



Visit us at:

Perú
GIFT SHOW
APRIL 9 - 11, 2014 | LIMA - PERÚ

www.perugiftshow.com.pe
perugiftshow@promperu.gob.pe

