

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Cecilia del Rosario Pacheco Medina	15/05/2015

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 3
3.11	Superficie 3
3.12	Número de Asistentes 3
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 4
V.	Participación Peruana 4
5.1	Expositores Nacionales 4
5.2	Actividades de Promoción 4
5.3	Resultados 4
5.3.1	Cuantitativos 4
5.3.2	Cualitativos 4
5.4	Comentarios de la Competencia 4
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria 5
VI.	Directorio de Contactos 5
VII.	Conclusiones 5
VIII.	Recomendaciones 5
IX.	Anexos 5

I. Resumen Ejecutivo	
<ul style="list-style-type: none"> El sector de materiales y acabados para la construcción 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 2014 la barrera de los 340 millones de dólares, teniendo a Latinoamérica y EE.UU. como sus principales mercados. Estados Unidos es uno de los países más importantes para la oferta de la línea de materiales y acabados para la construcción, llegando a importar en el 2014 el 13 % (US\$ 47 Millones) de las exportaciones totales en este sector. Asimismo, Estados Unidos en el 2013, importó más de US\$ 40 millones a nivel mundial en travertinos y mármoles; de los cuales US\$ 4 millones (10%) pertenecieron a Perú, lo cual nos deja un rango amplio para seguir creciendo en la captación de esta demanda. 	
II. Antecedentes y Justificación	
<ul style="list-style-type: none"> La Feria Coverings 2016, que se realizará del 18 al 21 de abril de 2016, es una de las feria más importante del sector materiales y acabados para la construcción (revestimientos cerámicos y piedras naturales) de América. En esta feria se presenta alrededor de 1000 expositores y recibe cerca de 40 mil visitantes. Esta es una feria especializada de carácter internacional que en su actual versión se consolida como el escenario para proyectar el intercambio de negocios y una sólida plataforma comercial en los sectores de la construcción, la infraestructura, la arquitectura comercial y el diseño interior e industrial. Es por ello que, conocedores de la importancia de impulsar las exportaciones se ha considerado apoyar la presentación de la oferta exportable peruana de empresas del sector de materiales y acabados para la construcción; para lo que se propone contar con un pabellón peruano en dicho espacio ferial. Cabe señalar que existen diferentes empresas de mármoles y granitos que vienen participando de manera individual en esta Feria desde hace varios años, debido principalmente a que es una feria referente del sector en donde está presente su competencia directa en mármoles (Italia y Turquía), y en donde se desarrolla una rueda de negocios en donde intervienen todos los agentes participantes en la comercialización de este tipo de productos. 	
III. Ficha Técnica de la Feria	
3.1 Nombre Oficial	Feria Coverings 2016
3.2 Tipo de Feria	Feria Especializada en Acabados para la Construcción
3.3 Sector	Materiales y Acabados para la Construcción
3.4 Fecha	Del 18 al 21 de abril del 2016
3.5 Edición	XXI
3.6 Frecuencia	Anual
3.7 Lugar de Celebración	Chicago – Estados Unidos
3.8 Horario de la Feria	De 10 am a 17:00 pm
3.9 Precio de la Entrada	No tiene costo
3.10 Organizador	NTP Show
3.11 Superficie	22 mil m ²
3.12 Número de Asistentes	50 mil visitantes

3.13 Fecha de Próxima Edición

Del 18 al 20 de abril del 2016

3.14 Productos Presentados en la Feria

Cerámicos, Travertinos y Mármoles.

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General

169 millones de dólares de negocios proyectado este año.

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

PROMPERÚ tiene por objetivo buscar la internacionalización de las empresas exportadoras peruanas pero para ello es necesario fortalecer el uso de herramientas de promoción comercial y recoger información especializada de primera fuente, proponer futuros desarrollos de nueva oferta e identificar oportunidades comerciales.

Dentro de los sectores priorizados por el Departamento de Manufacturas Diversas, podemos mencionar al de materiales y acabados para la construcción, específicamente las líneas de piedras naturales y revestimientos cerámicos. Estas líneas han mostrado un interesante desempeño en sus exportaciones al mercado Norte Americano. Durante el año 2014 se exportaron aproximadamente US\$ 47 millones en acabados para la construcción a Estados Unidos de los cuales las líneas de revestimientos cerámicos, travertinos y mármoles representó el 48% (US\$ 23 millones).

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

4.3 Nuevas Tendencias

Revestimiento decorativo en colores blanco y negro.

4.4 Nuevas Tecnologías

Maquinas europeas (italianas y alemanas) en corte de bloques de travertinos.

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

1. Celima
2. Marmolería Gallos
3. Ceramicas Kantu
4. Minera el Tirash
5. Compañía Nacional de Mármoles.

5.2 Actividades de Promoción

Distribución de directorio de empresas participantes en el Pabellón de Perú.

5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

• Los montos de negociaciones alcanzados por la delegación peruana ascendieron a US\$ 150 mil dólares en ventas directas y 6.5 millones de dólares proyectados a 12 meses de concluido el evento. Cabe indicar que cerca del 75% de las ventas lo constituyeron las empresas de travertinos, cerámicos y mármoles.

5.3.2 Cualitativos

La delegación peruana alcanzó un promedio de 35 citas de negocios por empresa participante

5.4 Comentarios de la Competencia

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN 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. 5 DE 7

<p>Buena primera participación de Perú con un pabellón en Coverings.</p>
<p>5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria</p> <p>Ninguna.</p>
<p>VI. Directorio de Contactos</p>
<p>VII. Conclusiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coverings, ha sido durante más de 20 años, el acontecimiento más importante de la cerámica y la industria de la piedra natural en el hemisferio occidental, constituye una importante plataforma de negocios, para medianas y grandes empresas relacionadas al sector de acabados para la construcción específicamente para la línea de revestimientos decorativos (Travertinos, mármoles y revestimientos decorativos). • Coverings 2016 contó con un aproximado de 980 expositores de 42 países diferentes; y más de 60 mil visitantes. Cabe resaltar la importancia de la participación en Coverings de las empresas del sector; ya que es la segunda vez que se logra juntarlas en un solo pabellón, incluyendo a la asociación de travertinos y mármoles de la región Junín. • Los montos de negociaciones alcanzados por la delegación peruana ascendieron a US\$ 150 mil dólares en ventas directas y 6.5 millones de dólares proyectados a 12 meses de concluido el evento. Cabe indicar que cerca del 75% de las ventas lo constituyeron las empresas de travertinos, cerámicos y mármoles. • La totalidad de las empresas tiene intención de participar nuevamente con el Pabellón Perú en Coverings 2017; La empresa Minera Deisi la cual participa de manera individual está evaluando la participación el próximo año dentro del pabellón de Perú. • Se destaca en todo momento el apoyo de la Oficina Comercial de Perú en Washington a cargo de su especialista David Marti; ya que estuvo antes y durante toda la exhibición de la feria; apoyando a los empresarios durante sus reuniones. • En esta participación peruana con un pabellón Perú alineado con la marca país se pudo percibir la buena imagen del empresariado peruano frente a los visitantes internacionales que visitaron el pabellón.
<p>VIII. Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • No dejar de apoyar a las empresas peruanas que deseen participan en esta Feria de manera conjunta debido a que es muy efectiva; y la presencia de Perú como pabellón despierta interés de varios empresarios importadores, por la calidad y particularidad de sus acabados. • Replicando los casos de éxito que han tenido en este feria los pabellones de España e Italia, no dejar de contar con el apoyo del Catering (restaurante peruano) ya que ha sido una gran motivación de varios empresarios para visitar el pabellón de Perú y un modo de hacer notoriedad dentro de la exhibición de la Feria. • Convocar y capacitar a las empresas peruanas que participarán en la feria Coverings con mayor anticipación desarrollando mejor su estrategia de marketing y técnicas de negociación. Tener muy en cuenta la presentación de los productos de acuerdo a las tendencias en el mercado norteamericano. • Diseñar un pabellón de Perú más moderno, con estructuras que tengan en cuenta más el diseño y que esté de acuerdo a la feria del rubro (Arquitectura y Diseño). • Contratar un Diseñador que tenga más experiencia con el colocado de piezas de mármoles y cerámicos. • Mejorar la ubicación del Pabellón Perú en la próxima edición de la feria.
<p>IX. Anexos</p>



