

## Ferias

### Convocatoria de ferias en el exterior

#### Expohabitat 2000. Shanghai (China), 8-12 de noviembre de 2000

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) invita a su empresa a participar en la exposición expohabitat 2000 que está previsto se celebre en Shanghai (República Popular de China), del 8 al 12 de noviembre del próximo año en el recinto ferial Shanghai Exhibition Center.

Expohábitat recoge el testigo de la primera Expoconsumo celebrada en Tokio el año 1998 abandonando el enfoque inicial de feria multisectorial de bienes de consumo para centrarse en el macro-sector del hábitat que englobaría los distintos sectores relacionados con la decoración como el mueble, la iluminación, los textiles para el hogar, y otros sectores a mitad de camino entre la decoración y los materiales de construcción como el azulejo, la piedra natural...

A continuación informamos sobre los distintos sectores para los que en principio queda abierta la exposición:

- Mobiliario de hogar.
- Mobiliario de oficina e instalaciones.
- Iluminación.
- Textiles para el hogar.
- Complementos de decoración.
- Menaje de mesa.
- Pavimentos y revestimientos cerámicos.
- Piedra natural.
- Sanitarios, grifería y complementos de baño.
- Puertas y ventas.
- Herrajes y accesorios.
- Electrónica aplicada a la construcción.

La selección de China y más concretamente la zona de Shanghai para la organización de esta acción viene del análisis de la lista de sedes propuestas, por las Asociaciones de exportadores y las Oficinas Comerciales consultadas, para una segunda EXPOCONSUMO: Moscú, México, Sao Paulo, Varsovia y Shanghai. Tras un análisis comparativo Shanghai resulta, sin lugar a dudas, la mejor opción.

En primer lugar, nadie puede discutir la importancia de China como mercado potencial.

Además, Shanghai y las provincias adyacentes de Anhui, Jiangsu y Zhejiang, que conforman el Delta del río Yangtzé, han sido tradicionalmente el motor industrial y el corazón financiero de China. Con una población conjunta de 128 millones de habitantes a lo largo de una extensión equivalente a las dos quintas partes de España, esta región representa el mercado más receptivo a nivel comercial y más desarrollado desde el punto de vista de la distribución de toda China y posee la capacidad económica y el respaldo político suficientes para convertirse en uno de los principales centros comerciales de Asia.

Con el mayor nivel de renta per cápita de toda China y con unas diferencias crecientes con la media del país, este área representa un mercado potencial tan grande como todo Japón y se configura como un espacio económico y cultural relativamente integrado, susceptible de una toma de consideración con-

junto a la hora de decidir una estrategia de inversión o de comercialización. Además, el perfil de su consumidor medio más identificado con los patrones occidentales, interesado en la calidad y marca de los productos que adquiere y dispuesto a gastar mayores cantidades de dinero en la compra de bienes de importación que cualquier otro en el resto del país, hacen que el mercado de Shanghai y su región resulte más sensible a estrategias promocionales como la Expohábitat.

A ello hay que añadir el «boom» de la construcción que se está produciendo en Shanghai, que genera unas magníficas expectativas para los sectores de decoración y materiales de construcción.

Por último, el casi total desconocimiento de los productos de consumo españoles en este mercado hacen que sea posiblemente el lugar donde un esfuerzo de creación de imagen de España sea más necesario y genere por lo tanto mayores beneficios.

La campaña de comunicación de Expohábitat englobará una campaña institucional compuesta por misiones comerciales preparatorias, visitas/misiones inversas de autoridades/organismos chinos, y presentaciones de la exposición; una campaña de publicidad y relaciones públicas con la prensa dirigida a crear imagen de los productos españoles para el hábitat; y finalmente una campaña de marketing directo dirigida a captar visitantes para la exposición. Posteriormente les iremos informando sobre las acciones concretas a desarrollar, tanto a nivel general como para cada uno de los sectores involucrados.

Con la finalidad de ayudar a las empresas a preparar su participación en la feria y detectar las posibilidades de sus productos en el mercado chino, está prevista la realización en España de seminarios informativos sobre cómo introducirse en el mercado chino, adaptados a los distintos sectores participantes en la exposición.

Durante la Expohábitat se organizará un Foro de Inversiones con objeto de promover otras alternativas de colaboración comercial e industrial entre empresas españolas y empresas chinas.

Paralelamente al certamen se celebrará igualmente un programa de seminarios y conferencias ligados al concepto del hábitat con temas como «Renovación urbanística», «Casas/Edificios inteligentes del siglo XIX», «Arquitectura española»...

En cuanto a las acciones de acompañamiento, el ICEX está estudiando la realización de jornadas gastronómicas, actos culturales, presentación de España como destino turístico y presentación general de la forma de vista española ligada al concepto de hábitat español, todo ello con el fin de conseguir un mayor impacto en los medios de comunicación chinos y reforzar la imagen-país de España.

No se pretende que la Expohábitat anule las demás acciones promocionales de carácter sectorial previstas para el próximo año en el mercado chino, por lo que se establecerán fórmulas que faciliten a las empresas participantes en Expohábitat su participación en otras acciones y programadas para dicho mercado.

Para participar en esta nueva iniciativa del ICEX hay que remitir la ficha de solicitud de participación antes del **31 de enero de 2000**.



SECCION  
ESTADISTICO-  
INFORMATIVA