



INFORME
DE FERIA

2022



Coverings

Las Vegas
5-8 de abril de 2022



Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Miami

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

9 de abril de 2022
Miami

Este estudio ha sido realizado por
Aroa Fernández David, Patricia García Serrano y Ana López Santander

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Miami

<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-018-X



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la feria	6
2.1. Descripción de la feria	6
2.2. Datos sectoriales	7
2.3. Organización y distribución de pabellones nacionales	7
2.4. Expositores y asistentes	11
2.4.1. Participación general	11
2.4.2. Participación española	12
2.4.3. Actividades del Pabellón Español	13
3. Tendencias y novedades presentadas	15
3.1. Tendencias	15
3.2. Premios	18
3.2.1. Premios otorgados a empresas y proyectos de España	18
4. Valoración	20
4.1. Del evento en su conjunto	20
4.2. De la participación española y países competidores	20
4.3. Recomendaciones	21
5. Anexos	23
5.1. Enlaces de interés	23
5.2. Datos de contacto de la Oficina Comercial	24



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Fechas de celebración del evento: 5-8 de abril de 2022.

Fechas de la próxima edición: 18-21 de abril de 2023.

Frecuencia: anual

Lugar de celebración: Las Vegas Convention Center, Las Vegas (Nevada).

Horario de la feria: martes, miércoles y jueves de 10:00 a 17:30, viernes de 10:00 a 15:00.

Precios de entrada: la entrada es gratuita para los profesionales del sector.

Precio del espacio: El precio del pie cuadrado oscila entre 32,50 y 33,50 dólares. Existe la posibilidad de acudir bajo la fórmula de Pabellón Oficial con ICEX

Sectores y productos representados: industria de recubrimiento de suelos: azulejo y piedra, así como maquinaria y productos complementarios.

Tipo de visitantes: Fabricantes, representantes y agentes comerciales, distribuidores, minoristas; promotores y contratistas, arquitectos y diseñadores, servicios profesionales (logística y transporte, software específico, etc.).

Organizador: Taffy Event Strategies

Ubicación de ediciones anteriores:

- 2007 – Chicago
- 2008 – Orlando
- 2009 – Chicago
- 2010 – Orlando
- 2011 – Las Vegas
- 2012 – Orlando
- 2013 – Atlanta
- 2014 – Las Vegas
- 2015 – Orlando
- 2016 – Chicago
- 2017 – Orlando
- 2018 – Atlanta
- 2019 – Orlando
- 2020 - Virtual
- 2021 – Orlando
- 2022 – Las Vegas

Patrocinadores:



Tile of Spain - ASCER
(Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimento Cerámicos)



CTDA (Ceramic Tile Distributors Association)



CONFINDUSTRIA CERAMICA
(Asociación italiana de materiales cerámicos)



NTCA (National Tile Contractors Association)



TCNA (Tile Council of North America)

Otras ferias relacionadas:

- [The International Surface Event - TISE](#) (31 de enero - 2 de febrero de 2023, Las Vegas, Nevada).
- [National Wood Flooring Association Expo](#) (12-14 de abril de 2022, Tampa, Florida).
- [The International Builders Show - IBS](#) (31 de enero - 2 de febrero de 2023, Las Vegas, Nevada).
- [Kitchen & Bath Industry Show - KBIS](#) (31 de enero - 2 de febrero de 2023, Las Vegas, Nevada).
- [NeoCon](#) (13 -15 de junio de 2022, Chicago, Illinois).
- Extranjero:
 - [CEVISAMA](#) (13 - 17 de junio de 2022, Valencia, España) - Cancelado
 - [Cersaie](#) (26-30 de septiembre de 2022, Bolonia, Italia).
 - [Marmomac](#) (27-30 de septiembre de 2022, Verona, Italia).

Otros datos de interés:

- Página web: <https://www.coverings.com/>
- Correo electrónico: info@coverings.com

2. Descripción y evolución de la feria

2.1. Descripción de la feria

Coverings es una feria comercial celebrada de forma anual y dedicada tanto a la industria del azulejo y la piedra natural como a materiales para el recubrimiento de suelos y paredes. Celebrada durante ya más de 30 años, es la feria más importante del sector en Norteamérica y una de las referencias a nivel internacional, junto con [Cersaie](#) (Italia) y [Cevisama](#) (España).

Expositores de decenas de países acuden cada año a esta cita que reúne a todos los elementos de la industria: fabricantes, distribuidores mayoristas y minoristas, contratistas y constructores, así como diseñadores y arquitectos.



Los productos y servicios que se pueden encontrar en Coverings son los siguientes:

Azulejo	Piedra natural	Maquinaria y productos relacionados
Cerámica	Granito	Materiales y herramientas de instalación
Porcelana	Mármol	Barnices
Decorativo y personalizado	Travertino	Acabados
Mosaico	Pizarra	Selladores
Metálico	Caliza	Maquinaria para corte y grabado
Cristal	Arenisca	Equipos de fabricación
Baldosas	Cuarcita	Equipo para suelos
	Piedra jabón	Restauración y limpieza
	Terrazo	Accesorios de cocina y baño
	Aglomerados	Sistemas de visualización
	Otras piedras naturales	

2.2. Datos sectoriales

Estados Unidos es para España uno de los principales destinos de sus exportaciones de azulejo, tanto por el tamaño del mercado como por el poder adquisitivo del mismo. En 2020 el país se convirtió en el primer destino de las exportaciones de azulejo españolas, superando a Francia. Esto supone un gran avance desde el 6.º puesto ocupado hace siete años, en 2014. Una de las razones principales es que Estados Unidos es un país netamente importador de azulejo (en términos de volumen, el 71,6 % del consumo de azulejo en Estados Unidos proviene de la importación).

Los principales países de origen de estas importaciones son Italia, España, México, Turquía, Brasil e India, los cuales representan aproximadamente el 90 % del total de las baldosas cerámicas importadas por EE. UU. España es el segundo país de origen de las compras estadounidenses con un 24,3 % del total de importaciones en términos de valor, pero es el primer país de origen por volumen con un 22,2 % de la cuota.¹ Cabe destacar que con anterioridad a las tarifas a la importación de productos de China, que impuso la anterior administración de EE. UU., este país ocupaba una posición muy importante junto con Italia, México y España.

Las cifras para el sector de la piedra natural también demuestran que Estados Unidos es un mercado importante para España. Las importaciones de Estados Unidos de piedra natural supusieron en 2021 el 84 % del consumo de esta,² siendo España el 6.º país de origen de las importaciones.³ En cuanto a las exportaciones españolas de piedra natural, en 2021, Estados Unidos se encontraba en el tercer puesto de países de destino de las exportaciones, solamente superado por Francia y Reino Unido, gracias a que las exportaciones aumentaron un 15 % respecto al año 2020.⁴

Todos estos datos de comercio exterior no hacen sino demostrar la importancia que el sector estadounidense del azulejo y la piedra natural tiene para España, lo que hace de Coverings una feria imprescindible.

2.3. Organización y distribución de pabellones nacionales

Coverings, que este año celebraba su 32.ª edición, es reconocida como la feria nacional de azulejo y piedra natural más importante de Estados Unidos y uno de los referentes a nivel mundial. Es el escaparate para la presentación de nuevos productos, tendencias y novedades del sector donde, además de la propia exposición de productos, también se abordan, a través de su ciclo de conferencias, temas tan diversos como la instalación de producto, el asesoramiento sobre

¹ Para más información al respecto, se puede consultar la Ficha sector del Azulejo en Estados Unidos 2022 en el siguiente enlace: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/ficha-sector-azulejo-estados-unidos-2022-doc2022908739.html?idPais=US>

² Fuente: US Geological Survey: <https://pubs.usgs.gov/periodicals/mcs2022/mcs2022-stone-dimension.pdf>

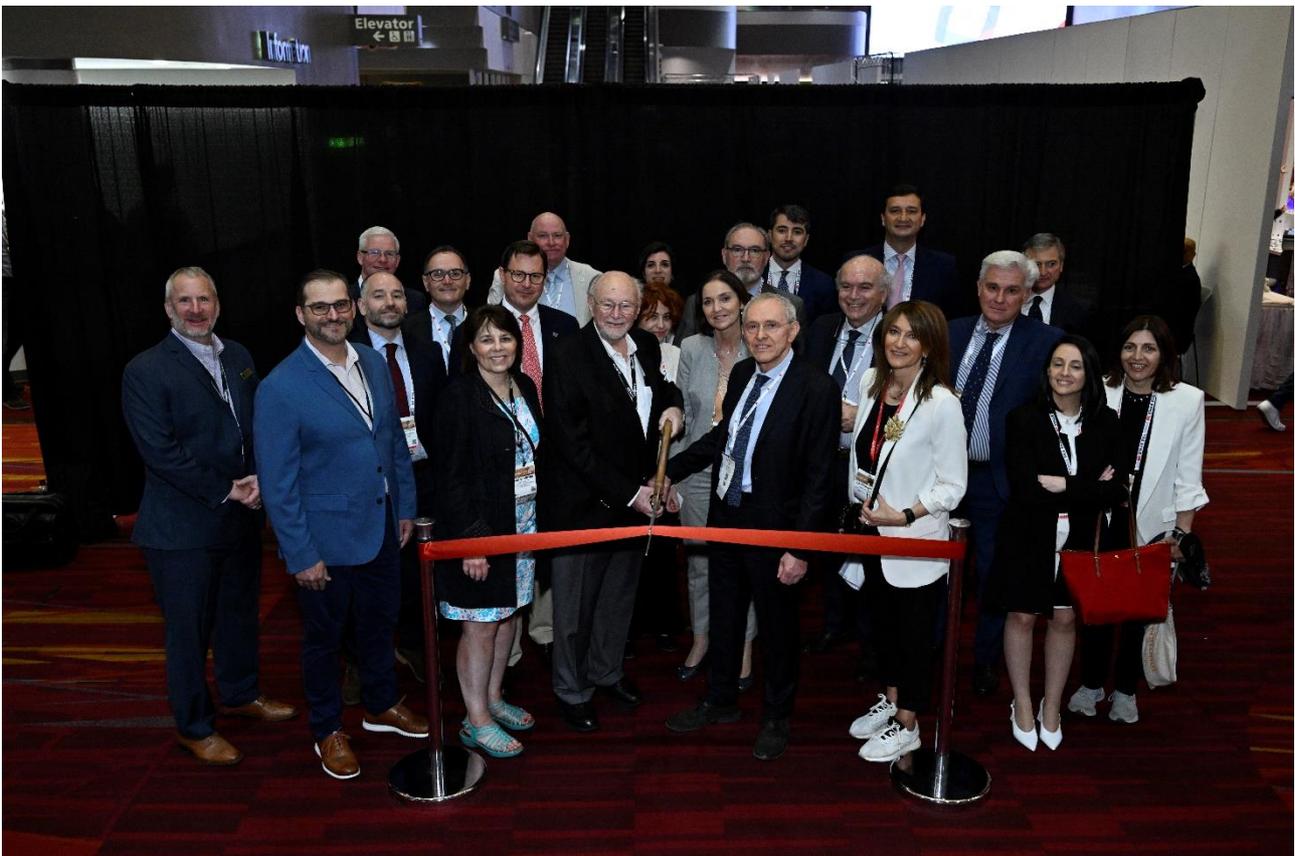
³ Fuente: USITC.

⁴ Fuente: Estacom.

certificación y estándares sectoriales, y las tendencias y novedades de interés para los especificadores de producto.

En la siguiente imagen se muestra la inauguración de Coverings con representantes de las entidades organizadoras y los principales países patrocinadores. Llevando a cabo el acto inaugural de corte de la cinta se encuentran por parte española Reyes Maroto Illera, Ministra de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España; María Peña Mateos, Consejera Delegada de ICEX España Exportación e Inversiones; Rodrigo Tilve Seoane, Director de Tecnología Industrial y Servicios Profesionales de ICEX; y Francisco Javier Garzón Morales, Consejero Económico y Comercial de la Oficina Económica y Comercial de España en Miami.

INAUGURACIÓN DE LA EDICIÓN 2022 DE COVERINGS



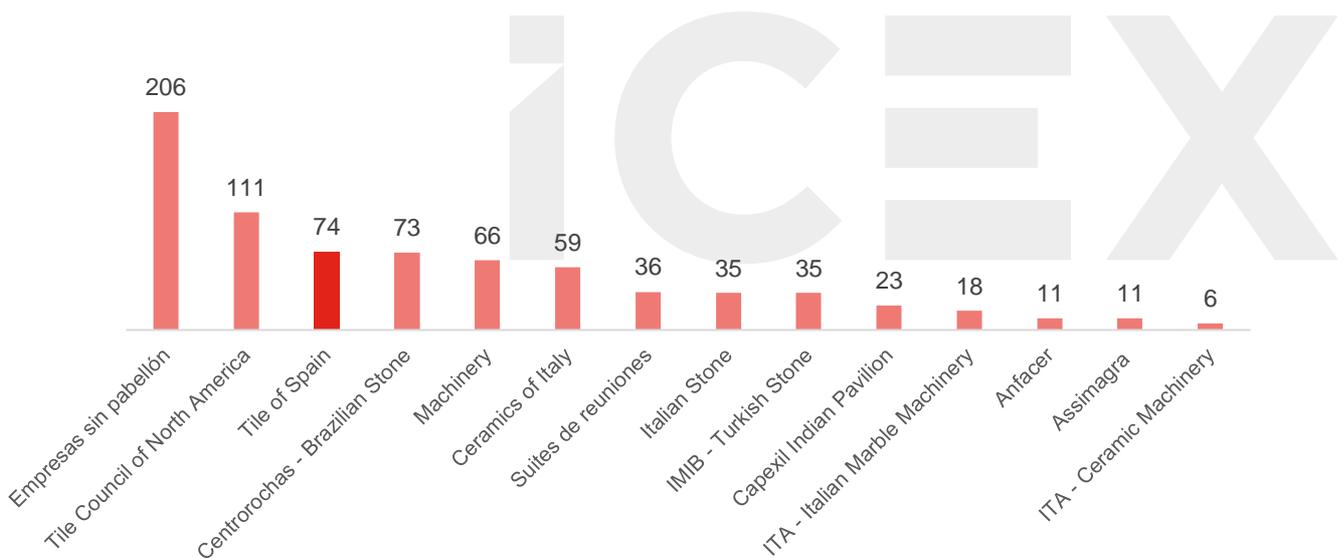
Esta edición de 2022 se ha realizado en *Las Vegas Convention Center*. En este pabellón se han reunido 767 expositores ocupando una superficie de 32.920 m² (354.352 pies cuadrados⁵), cifra que contrasta con las 340 empresas y 25.500 m² de la edición de 2021.

⁵ Fuente: Coverings.

Muchas de las empresas participantes acuden cada año de forma agrupada bajo asociaciones sectoriales u organismos de promoción comercial de sus respectivos países. Estos pabellones nacionales son frecuentes en Coverings y no hacen sino demostrar la importancia que en este sector tiene el concepto de marca-país. En el caso de España, las empresas se agrupan en un Pabellón Oficial de ICEX y bajo la marca paraguas de *Tile of Spain*.

Los mayores pabellones dentro del recinto fueron el del azulejo americano (Tile Council of North America, 111 empresas), el español (*Tile of Spain*, 74 empresas) y el brasileño (Centrorochas – Brazilian Stone, 73 empresas), seguidos del italiano (Ceramics of Italy, 59 empresas). Además de estos grandes pabellones había otros de menor tamaño como Italian Stone (35 empresas), IMIB – Turkish Stone (35 empresas) y Capexil Indian Pavilion (23 empresas). También se debe mencionar el importante espacio destinado a expositores de maquinaria y productos relacionados (Machinery & Applied Products, 66 empresas; ITA – Italian Marble Machinery, 18 empresas).

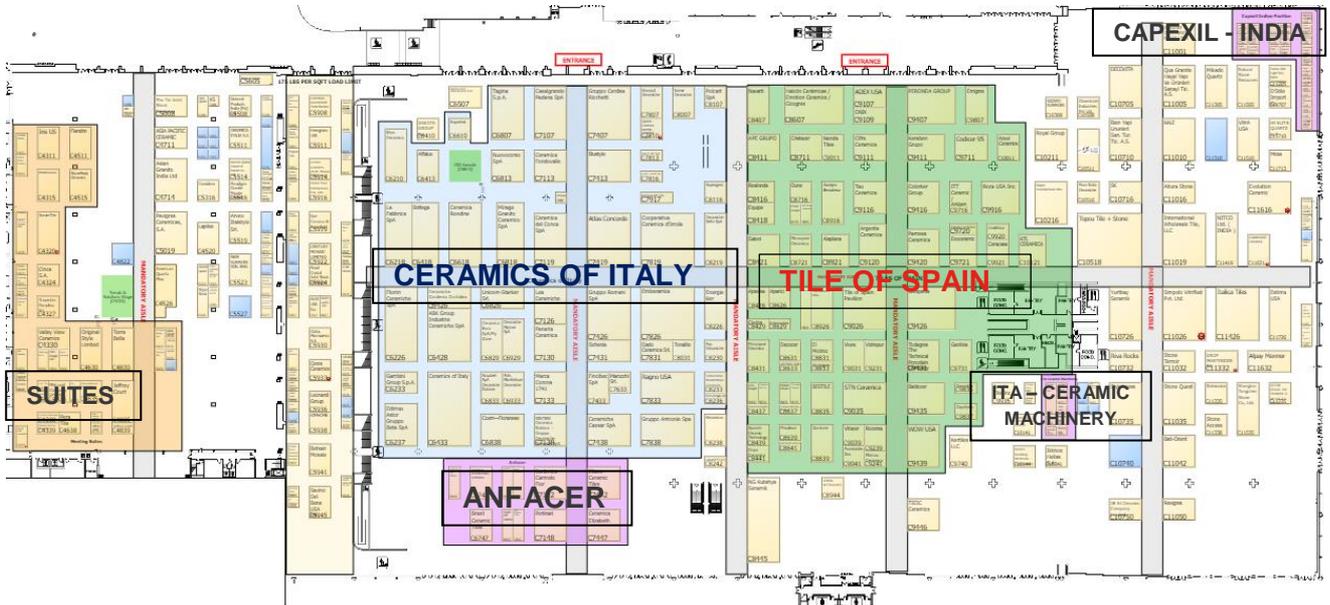
NÚMERO DE EXPOSITORES POR PABELLONES OFICIALES



Fuente: elaboración propia a partir de los datos extraídos de Coverings 2022.

A continuación, se muestra un plano con la distribución de las distintas agrupaciones dentro de los dos pabellones en los que se dividieron las empresas:⁶

⁶ Se puede consultar el mapa ampliado en la [página web de Coverings](#).



Fuente: Página web de Coverings.

2.4. Expositores y asistentes

2.4.1. Participación general



En esta edición de 2022 han acudido a la feria 7.367 asistentes, un 40,16 % más que el año anterior, el cual tuvo la cifra más baja de asistencia, debido a la crisis sanitaria provocada por la COVID-19. Aun así, la asistencia de este año sigue siendo inferior a las de años anteriores, excepto la edición de 2020, que fue virtual con motivo de la pandemia.

Además, este año la feria también contó con un mayor número de empresas expositoras que en 2021, pero tampoco superó las cifras de ediciones anteriores. Con 767 empresas, superó a la edición anterior en un 134 %, pero al mismo tiempo supuso un 30 % menos que en 2018 y 2019.

EVOLUCIÓN DE LAS CIFRAS DE PARTICIPACIÓN DE LAS ÚLTIMAS EDICIONES

	2022	2021	Variación % 22 / 21	2019	Variación % 22 / 19
Asistentes	7.367	5.256	40,16 %	12.285	-40,03 %
Empresas expositoras	767	328	133,8 %	1.100	-30,2 %

Fuente: Coverings.

Los principales segmentos de negocio de los visitantes fueron: Distribuidores, Minoristas, Arquitectos, Diseñadores, Contratistas, Instaladores y Fabricantes. En general, han disminuido los visitantes de todos los segmentos ligeramente comparando con las ediciones previas a la pandemia, pero el que más destaca es el de fabricantes, con 1.000 personas menos que en la edición de 2019, y el de arquitectos y diseñadores con un 50,6 % menos de participación.

En cuanto a las empresas expositoras, hubo un predominio de empresas norteamericanas, las procedentes de Italia ocuparon la segunda posición y las de Brasil la tercera. España contó con 74 representantes y ocupó la cuarta posición, si bien el número de empresas del sector del azulejo superó a Italia y Brasil en la edición de este año.

2.4.2. Participación española

Desde 1988, y dada la trascendencia internacional de esta feria, ICEX España Exportación e Inversiones participa en Coverings, bajo el formato de Pabellón Oficial.

ICEX proporciona todos los servicios característicos de los pabellones oficiales, agrupándose la participación española en un pabellón que facilita la visibilidad del conjunto de las empresas que lo forman, contando además en el centro del pabellón español con un área de información, reunión y seminarios, ofreciendo a visitantes y expositores del pabellón un valor añadido a su participación en la feria.



La siguiente tabla muestra la evolución del número de expositores y la superficie del pabellón español en los últimos 10 años.

NÚMERO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES Y SUPERFICIE OCUPADA

Expositores del Pabellón Español bajo la marca Tile of Spain

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022
N.º expositores	42	44	61	76	66	97	85	98	41	74
Superficie total (m²)	1.665	1.537	2.220	2.894	2.638	3.946	3.983	5.302	2.151	4.020
Tamaño medio expositores (m²)	39,64	34,93	36,39	38,08	39,97	40,68	46,86	54,10	52,46	54,34

Fuente: ICEX.

Como se aprecia en la tabla anterior, tras los años de mayor debilidad del mercado, el número de empresas expositoras había ido en aumento hasta la edición de 2021, que como consecuencia de las dificultades derivadas de la pandemia de COVID-19, contó con 41 empresas españolas. Sin embargo, se puede observar un aumento significativo en este último año 2022, en el cual han participado 74 empresas, un 80,5 % más que el año anterior, aunque todavía no se alcanzan las cifras anteriores a este año. También cabe destacar que los años impares, en los cuales la feria se realiza en Orlando, la participación española es mayor.

Tal y como ha sido habitual en anteriores ediciones, la mayor parte de los 74 expositores, pertenecen al sector de pavimentos y revestimientos cerámicos e industrias auxiliares del azulejo. Tan sólo una empresa pertenecía al sector de la piedra natural.

2.4.3. Actividades del Pabellón Español

Con motivo de la feria, ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Miami realizaron una serie de actividades para reforzar la imagen de marca del producto español y de *Tile of Spain* en el mercado americano. Algunas de estas actividades, a lo largo del año, se ven reforzadas a través del Plan Sectorial del azulejo español en Estados Unidos ejecutado en coordinación con ASCER (Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos).



- **Información y materiales promocionales:** el Pabellón Español actuó como punto de información para la resolución de dudas de los asistentes, en su mayor parte relativas a las empresas españolas expositoras y a los productos presentados.

En esta área de información los visitantes tenían a su vez materiales con información sobre *Tile of Spain*, su página web y programa *Quick Ship*, así como un tarjetón con el plano del Pabellón Español con el código QR de acceso a toda la información relativa a las actividades que se realizarían en el stand de *Tile of Spain*, y al directorio de empresas españolas participantes en el Pabellón Español.

- También se contó con **lanyards para las acreditaciones**, un **banner** con la imagen de *Tile of Spain* para fácil identificación del pabellón por parte de los visitantes y la presencia en el **app de Coverings**.
- **Seminarios y presentaciones:** Se impartieron dos seminarios sobre el sector:
 - Sustainability and Ceramics: En esta sesión se profundizó en la cerámica y en una visión más integral de la sostenibilidad, la salud y la seguridad. Se habló sobre cómo la mentalidad post-pandémica ha cambiado, de manera que ahora vemos más favorablemente una filosofía de construcción para la vida donde las baldosas cerámicas pueden brillar.
 - 2022 Tile Trends: “*Trend Talk*” que se adentró en las últimas tendencias del diseño cerámico de 2022. Abarcó temas como la fabricación interna, el diseño artístico y las tecnologías avanzadas que hay detrás de las cerámicas más notables de España que se exponen.
- **Videos de promoción de *Tile of Spain*:** de forma constante y siempre que no se estuviera realizando otra actividad, se reproducían una serie de vídeos en bucle en los que se daba información de las características y ventajas que tiene el uso de la cerámica, así como las nuevas tendencias estilísticas y ejemplos de uso de azulejo español.
- **Showstoppers Live:** Durante los días de feria se realizaron entrevistas en el stand de *Tile of Spain* a algunos de los fabricantes presentes en el pabellón para analizar sus nuevos productos y las novedades de la industria. Las entrevistas fueron realizadas por Ryan Fasan, especialista en baldosas cerámicas y consultor de *Tile of Spain* y se retransmitieron en Facebook Live.

- **Tour con la ministra:** el primer día de feria tuvo lugar un *tour* destinado a las autoridades presentes: Reyes Maroto, Ministra de Industria, Comercio y Turismo; María Peña, Consejera Delegada de ICEX España y Rodrigo Tilve, Director de Tecnología Industrial y Servicios Profesionales de ICEX.
- **Tour y rueda de prensa:** el segundo día de feria tuvo lugar una actividad destinada a la prensa. Comenzó con un almuerzo VIP en el stand de *Tile of Spain*, acompañado de una rueda de prensa donde Rodrigo Tilve, Director de Tecnología Industrial y Servicios Profesionales, expuso unas palabras de bienvenida, seguido de la presentación de tendencias de producto presentada por el consultor de *Tile of Spain*. Terminada la rueda de prensa se organizó un *tour* guiado para los invitados por algunos de los stands españoles más significativos.
- **Tour influencers:** Guiado por Ryan Fasan, este *tour* se dirigió a *influencers* de Instagram y otras redes sociales y se visitaron empresas seleccionadas por el diseño de sus productos.⁷
- **Espacio café - networking:** todos los días a lo largo de la mañana (10:00 a.m. – 4:00 p.m.) y en el stand de *Tile of Spain*, estuvo abierto el espacio de café y *networking*. El espacio habilitado para ello ofrecía la posibilidad a las empresas expositoras de invitar a sus clientes y poder hacer negocios mientras disfrutaban de un café.



⁷ Se puede ver un video resumen ambos tours en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=P7eBVcO90Lk>

3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Tendencias

La edición 2022 de Coverings nuevamente ha servido para que todos los fabricantes del sector expusieran sus últimas novedades y mostraran las últimas tendencias en cuanto a los diseños de los azulejos que más se están vendiendo.

Distribuidores, arquitectos, diseñadores, minoristas y profesionales de la industria pasaron por la alfombra roja del Pabellón Español para ver algunas de las más avanzadas tecnologías de baldosas cerámicas e impresionantes diseños procedentes de España.

Algunas de las muchas tendencias más destacadas que se han introducido este año incluyeron:⁸

- **Colores cautivadores:** Los azulejos españoles aumentaron el volumen de color. Este año ha habido una abundante gama cromática, desde el azul intenso hasta tonos más sutiles. Los tonos joya que se pueden encontrar en la naturaleza, como el ámbar, el ladrillo o la esmeralda son paletas populares para los azulejos en 2022. Los verdes frondosos y los colores de la arcilla ofrecen una conexión con el exterior. En consonancia con un sentimiento romántico popular, los fabricantes de cerámica están incorporando a sus colecciones colores pastel como el menta, el rosa y el azul cielo, que aportan un efecto relajante y orgánico a los interiores.

Algunos ejemplos de los diseños vistos en la feria en esta línea fueron los siguientes:



Baldocer, Onyx Bleu



Equipe, Argile

⁸ Fuente: *Tile of Spain USA* y *Coverings*.

- **Neutral y natural:** Los diseños de este año también mostraban colores más tranquilos con opciones frescas y elegantes. Actualmente, se está adaptando un enfoque más delicado a las texturas artesanales y los materiales orgánicos. Las composiciones suaves, las texturas silenciosas y los patrones minimalistas presentarán una sensación de equilibrio.

Algunos ejemplos de los diseños vistos en la feria en esta línea fueron los siguientes:



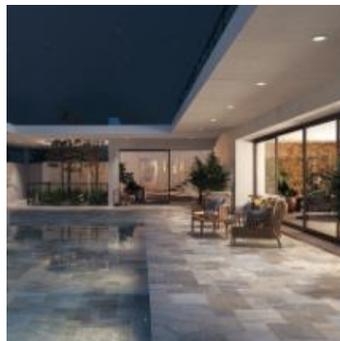
Apavisa, Salon.



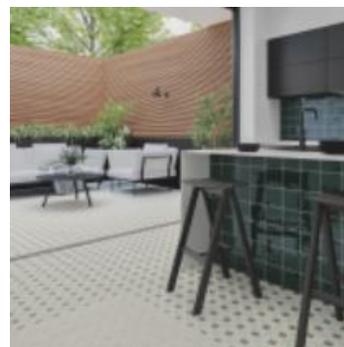
ITT Ceramic, Tokio.

- **Vida interior/externo:** Las habitaciones con acceso al exterior siguen siendo tendencia. Muchas empresas han reaccionado a esta tendencia creando baldosas que pasan de una habitación interior a un espacio exterior de manera elegante.

Algunos ejemplos de los diseños vistos en la feria en esta línea fueron los siguientes:



Codicer 95, Manstone.



WOW Design, Fayenza.

- **Brillo y arcos de oro:** Para diseños grandes o incluso espacios pequeños que necesitan un brillo adicional, las empresas han reaccionado creando azulejos de alto brillo que se

adecuan perfectamente en esos casos. Las formas curvilíneas de los arcos y los rectángulos suavemente redondeados que caracterizan el diseño art déco encuentran un hueco en el diseño de 2022. Se mezclan formas orgánicas al tiempo que se mantienen las líneas rectas de una matriz de azulejos, y estas curvas aportan una sensación de capricho y acercamiento a la estética más austera y lujosa.

Algunos ejemplos de los diseños vistos en la feria en esta línea fueron los siguientes:



Saloni, Laurent.



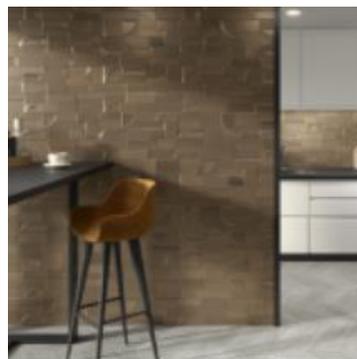
Argenta, Manhattan Road.

- **Cambios de forma:** Al igual que el año pasado trajo consigo hexágonos de gran tamaño, 2022 trae otras formas de gran tamaño, como triángulos, rombos y paralelogramos, así como sus homólogos: hexágonos y polígonos de bolsillo. Configuradas en patrones llamativos, estas formas de diversas escalas ofrecen un giro contemporáneo a un elemento de diseño clásico. Son el complemento perfecto para los azulejos cuadrados y rectangulares estándar. Además, aunque las formas geométricas siguen siendo una opción, los fabricantes de azulejos españoles han apostado por la introducción de formas más orgánicas llenas de acabados sorprendentes para los revestimientos.

Algunos ejemplos de los diseños vistos en la feria en esta línea fueron los siguientes:



Ceramica Ribesalbes, Monochrome.



Realonda, Empire.

- **Mármol polarizado:** Aunque los mármoles blancos siguen reinando, el aspecto intenso de piedra del pasado pasa a un segundo plano frente a un espectro más refinado del aspecto marmolizado. Este nuevo enfoque conserva la variación orgánica de una piedra vetada con una estética general más homogénea y con una sinfonía de textura, acabado y efectos.

Un ejemplo de los diseños vistos en la feria en esta línea fueron los siguientes:



Ecoceramic, Ravello.

3.2. Premios

Con motivo de la edición de este año de Coverings se entregaron premios y diversos reconocimientos, como los [CID Awards 2022](#), los [Coverings 2022 Rock Stars](#), los premios otorgados por la [NTCA, Award Recipients 2022](#), los [premios de la Ceramic Tile Education Foundation \(CTEF\)](#), los [2022 NTCA "Tom Ade" Scholarship](#), o los premios que se otorgaron a los estands más originales de la edición de 2022, [Best Booth Awards 2022](#).

3.2.1. Premios otorgados a empresas y proyectos de España

En concreto, en la edición de 2022 de Coverings se entregaron los siguientes premios y reconocimientos a las siguientes empresas y proyectos españoles:

- **Peronda: Best Fusion of Artistry and Craftmanship 2022**, recibió el premio por la mejor fusión de arte y artesanía. Su stand se creó para incluir nichos que exhibieran tres marcas diferentes. La marca Peronda mostró estilos clásicos de porcelana con aspecto de piedra, hormigón y madera. El área de la marca Harmony ofreció una selección de diseños avanzados de formas de mosaicos y paletas de colores en colaboración con diseñadores destacados y un enfoque centrado en las tendencias para las aplicaciones de mosaicos. La marca Museum destacó por su atractivo superior y atemporal con porcelana de gran formato con aspecto de mármol.



Entrega del premio Best Fusion of Artistry and Craftmanship 2022 a Peronda.

- **Muyelena Studio: CID Awards 2022**. Por el proyecto de la reforma del restaurante PARATY Tapas Bar, se otorgó un reconocimiento especial en la categoría internacional al diseño de [Muyelena Studio](#).



PARATY Tapas Bar. Valencia.

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

Tras la edición de 2021 en la que hubo un descenso importante de expositores y visitantes, causado por las circunstancias excepcionales derivadas de la crisis sanitaria de la COVID-19, este año las cifras han mejorado considerablemente, a pesar de no alcanzar las de los años anteriores a la pandemia. Sin embargo, esto podría ser una buena señal de que siga mejorando en el futuro, especialmente el año que viene, ya que se celebrará en Orlando, en cuyo lugar siempre suele haber más afluencia.

El ambiente y las impresiones recogidas fueron de satisfacción entre los participantes, quienes tenían ganas de volver a reunirse de forma presencial.

4.2. De la participación española y países competidores

Las cifras de compras de producto español en el mercado norteamericano han sido positivas durante los últimos años. Como se comentaba, con respecto a las baldosas cerámicas españolas, España es el segundo país de origen de las importaciones de este producto en Estados Unidos por valor y el primero por volumen. Por otro lado, España se encuentra en el puesto número 6 en el ranking de países exportadores de piedra natural a Estados Unidos.

La estrategia habitual de las empresas españolas se centra en vender a través de una red de agentes comerciales a los distribuidores repartidos por toda la geografía y estos al canal minorista y de las empresas dedicadas a la construcción. Sin olvidar el canal prescriptor, arquitectos y diseñadores, a pesar de que Coverings mayoritariamente es visitada por el canal de distribución.

En general el producto español está bien valorado en Estados Unidos, situándose el precio medio del producto español por encima del precio medio del mercado. No obstante, el segmento más alto de precios lo ocupan los productos italianos, primeros exportadores al mercado estadounidense, si bien ambos países se centran en el segmento alto del mercado ofreciendo una alta calidad con diseños y cualidades superiores a los procedentes de otras áreas geográficas.

El Pabellón Español fue un claro ejemplo del esfuerzo continuado que realizan las empresas en este mercado. Unido a ello está el esfuerzo y compromiso de ICEX por el sector, habiendo realizado un gran esfuerzo por desplegar una decoración entre las empresas acorde con la calidad del evento y un stand institucional representando a cada empresa con piezas de sus productos, así como habiendo hecho un gran esfuerzo en actividades de promoción.



España, junto con Italia y Estados Unidos fueron los pabellones de mayor tamaño en términos de metros cuadrados, con respecto a sus principales países competidores. España también destacó en el diseño del pabellón, con ese color vistoso de la moqueta roja acorde con el logo de *Tile of Spain*, lo cual hizo que los asistentes estuvieran cómodos en la zona española y se pasearan por todos los expositores, interesándose por las novedades presentadas.

Como se vio anteriormente en el plano, otros pabellones nacionales a destacar fueron el de *Ceramics of Italy* y *The Council of North America*, principales competidores del producto español, y al igual que *Tile of Spain*, principales patrocinadores de la feria. Cabe mencionar, aunque con espacios más reducidos, la presencia notoria de las empresas brasileñas, así como también, en menor medida, las turcas.

Italia, también presentó un pabellón con novedades y destacó su stand dedicado al *networking* y al *catering*. Por otro lado, tanto Italia, como Brasil y Turquía dedicaron un pabellón específico diferenciado para la piedra natural, lo que dificultó observar un hilo conductor de sus marcas, a diferencia de lo que ocurrió con el Pabellón Español, cuya homogeneidad permitió destacar la marca *Tile of Spain* entre los asistentes.

En lo que respecta a la maquinaria y las herramientas, destacaron las empresas americanas e italianas. Si bien España por primera vez contó con un stand y la participación de 5 empresas españolas de maquinaria para la industria cerámica (Kerajet, Macer, Maincer, Sigmadiamant y Foro), que expusieron bajo la marca paraguas del sector y la presencia de ASEBEC (Asociación Española de Fabricantes de Maquinaria y Bienes de Equipo para la Industria Cerámica).

4.3. Recomendaciones

Dada la importancia de Coverings para el sector del azulejo y la piedra natural en Estados Unidos, la recomendación principal es que esta feria siga siendo una prioridad para las empresas del sector en el mercado americano, aprovechando las ventajas que pueda ofrecer cada edición.

Es importante que la imagen del stand sea novedosa, con un cuidado especial de los productos, de tal forma que atraiga la atención de los compradores. Cada año los expositores se van reinventando para atraer la atención de los interesados y, en general, las empresas españolas se posicionan adecuadamente.

A pesar de que la mayoría ya cuenten con un canal de ventas en Estados Unidos, esta feria también ofrece la oportunidad de crear nuevos contactos, además de estar al corriente de las novedades del sector o de otros países. Para las empresas que quieren introducir sus productos, es una buena oportunidad para darse a conocer como marca.



La siguiente edición se celebrará en Orlando. Este retorno a la ciudad donde tuvo lugar la edición de 2021 facilitará el acceso al mercado latinoamericano y del Caribe, mercado de especial relevancia para el sector español. Por lo tanto, se espera que la próxima edición de Coverings vea aumentada la participación y sea una muy buena oportunidad para todas las empresas expositoras.

Para participar en el Pabellón Español, es necesario permanecer atento a las convocatorias de ICEX. No obstante, pueden contactar con el Departamento de ICEX de Aplicaciones Constructivas (aplicaciones.constructivas@icex.es), quienes resolverán sus dudas con respecto a la participación, conveniencia y viabilidad de la empresa para exponer en la feria, o contactar directamente con la Oficina Comercial de España en Miami (miami@comercio.mineco.es).

icex

5. Anexos

5.1. Enlaces de interés

- **Coverings** dispone de una página web oficial donde se recoge toda la información sobre las ediciones pasadas y futuras: <http://www.coverings.com/>
- **Listado de expositores Coverings 2022:**
<https://expo.coverings.com/Cov2022/Public/Exhibitors.aspx?ID=12201&sortMenu=104000>
- Página web de **Tile of Spain**, marca bajo la que numerosas empresas pertenecientes a la industria de la cerámica española promocionan sus productos en el mercado estadounidense: <http://www.tileofspainusa.com>
- **Ceramic Tile Distributors Association (CTDA)**, asociación internacional de distribuidores. CTDA conecta, educa y fortalece a los distribuidores de baldosas cerámicas. <https://www.ctdahome.org/>
- **National Tile Contractors Association (NTCA)**, asociación dedicada a la instalación profesional de baldosas de cerámica y piedra natural. Reconocida como la asociación de contratistas de azulejos más grande y respetada del mundo. <https://www.tile-assn.com/>
- **Tile Council of North America (TCNA)**, asociación que agrupa a los fabricantes norteamericanos de baldosas cerámicas: <https://www.tcnatile.com/>
- **The American Institute of Architects (AIA)** es la asociación profesional principal entre los arquitectos norteamericanos desde 1857. Su web oficial contiene abundante información sobre arquitectura, eventos y seminarios: <http://www.aia.org/>
- **The Marble Institute of America (MIA)**, asociación sectorial que se encarga de numerosas publicaciones y recursos informativos sobre la industria de la piedra a nivel internacional: <https://www.naturalstoneinstitute.org/>



5.2. Datos de contacto de la Oficina Comercial

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN MIAMI

2655 Le Jeune Road, Suite 1114

Coral Gables, FL 33134. Miami - USA

Teléfono: +1 305 446 4387

Email: miami@comercio.mineco.es

ICEX

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones