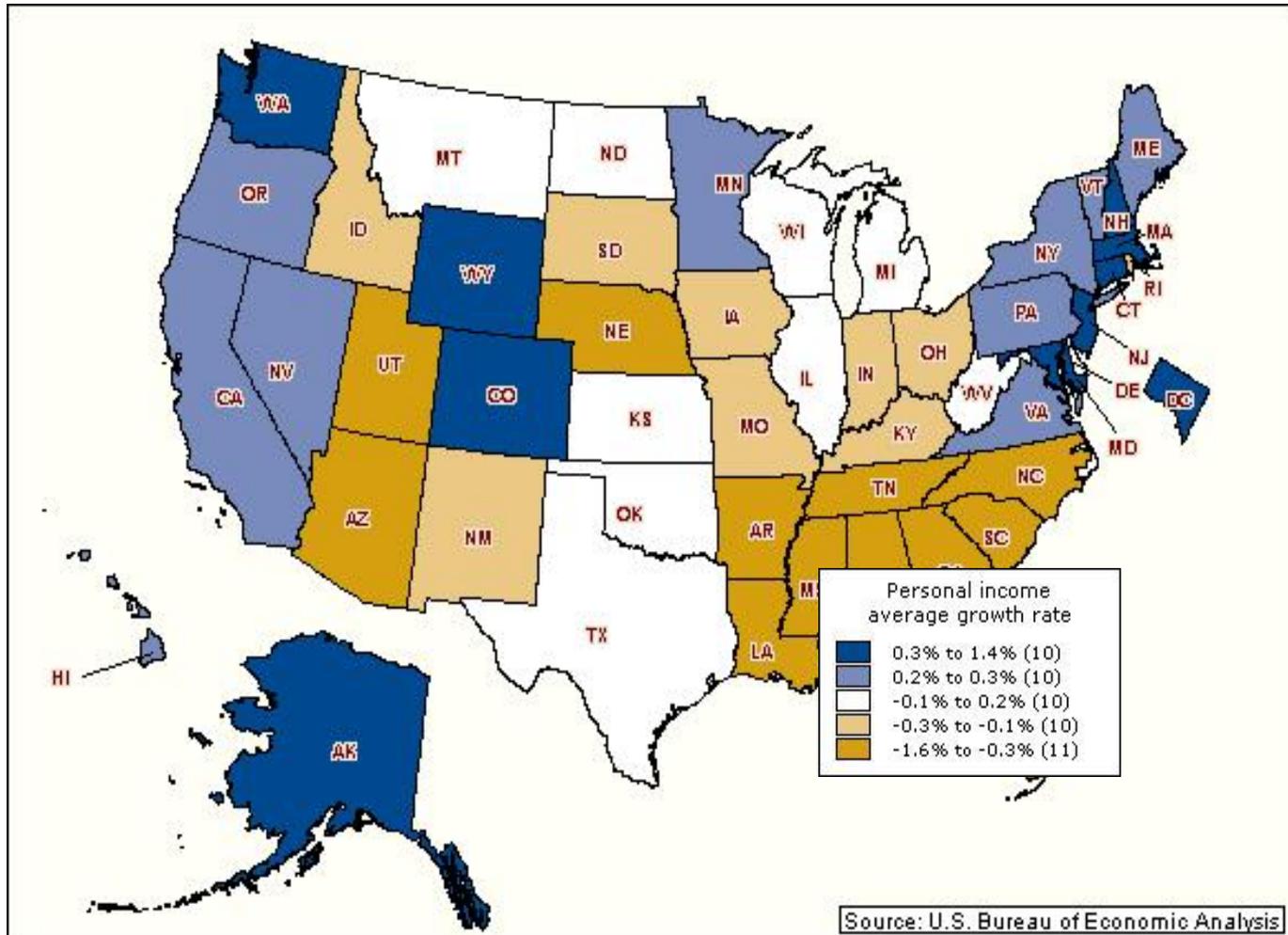




**CÓMO PARTICIPAR EN FERIAS Y MISIONES
COMERCIALES DE LOS SECTORES
ALIMENTOS Y TEXTILES DE LOS ESTADOS
UNIDOS**

Personal income



Year: 2008:2-2008:3 / Geography: State Quarterly

Table: Quarterly personal income

Unit of Measure: Average Quarterly Growth

Units: average growth rate

Prepararse

- Estados Unidos es uno de los principales socios comerciales del Perú
- Antes de vender a este mercado, es necesario prepararse debidamente, tanto en términos de conocer las regulaciones existentes para el ingreso del producto, como en términos de la adecuación del producto al mercado (forma de presentación, tallas, porciones, etiquetado, etc.).
- Es necesario que el pequeño y mediano potencial exportador se documente debidamente.
- Es recomendable que se informe sobre los diferentes canales de comercialización existentes, formas de cotización, alternativas de embarque, etc.
- **Se recomienda que viaje al mercado para participar en alguna feria especializada (como visitante o expositor), con lo cual va a poder ver el interés que tiene el mercado del producto, tener información sobre formas de presentación e innovaciones que la competencia presenta, participar en conferencias sobre tendencias del mercado, entre otros aspectos importantes.**
- Esta preparación previa a la exportación le permitirá al pequeño y mediano exportador tener mayores posibilidades de éxito en los negocios que emprenda a este mercado.

**“PARA QUE LAS FERIAS, VIAJES DE NEGOCIOS,
MISIONES TECNICAS Y COMERCIALES ”**

**LOGRAR VENDER PERO ANTES DEBEMOS
CONOCER EL MERCADO ...**

Conocer el mercado.....

- PROSPECCION DE FERIAS
- INVESTIGACION DE MERCADOS
- CANALES DE DISTRIBUCION
- ANALIZAR A LA COMPETENCIA
- VER NUEVOS PRODUCTOS TENDENCIAS
- EL SEGMENTO DE MERCADO AL CUAL VOY ATENDER
- COMO COMPRAN LOS CLIENTES

Cómo tener acceso a los compradores ...

- Contacto directo por correo.
- Contacto a través de su propio sitio de internet.
- **Participación en una feria**
- **Viaje de negocios**
- Recurrir a un agente local

Cómo tener acceso a los compradores ...

- En una feria nadie le quita la oportunidad de hacer los contactos que usted desee, el networking lo puede hacer.
 - A través del directorio de la feria
 - A través de los exhibidores
 - A través de los visitantes

FERIAS INTERNACIONALES

- **Las Ferias son un mecanismo de promoción comercial.**
- **Permite combinar elementos como:**
 - ✓ **Promoción**
 - ✓ **Publicidad**
 - ✓ **Investigación de mercados**
 - ✓ **Relaciones públicas**

POR QUÉ PARTICIPAR?

- Mecanismo moderno y eficiente para acceder a nuevos mercados.
- Presentar productos o servicios.
- Acceder a información privilegiada.
- Observar a los competidores,
- Conocer las tendencias del mercado y la evolución de los productos.
- Identificar las fortalezas y las debilidades, para competir en el mercado.
- Experiencia empresarial.

VENTAJAS.....

- El cliente viene a ver la empresa.
- El cliente viene a escuchar.
- Podemos encontrarnos con importantes directivos.
- Identificar clientes potenciales que hubieran sido imposibles de detectar por otros medios.
- Se puede conocer un máximo de clientes en un mínimo de tiempo.

OBJETIVO DE LA EMPRESA

- ✓ Selección de feria de acuerdo a los objetivos de empresa.
- ✓ Conocer nuevos grupos de Compradores, distribuidores
- ✓ Cultivo de las relaciones comerciales existentes
- ✓ Recolección de informaciones de mercado
- ✓ Capacitación continua en investigación y ventas, mediante el intercambio de experiencias.

- ✓ Evaluación de la eliminación de un intermediario comercial
- ✓ Búsqueda de representantes
- ✓ Probar la aceptación en el mercado
- ✓ Presentación de innovaciones de producto

Las ferias ciertamente ofrecen la posibilidad de acercarse a un gran número de personas, pero el reto consiste en que esas personas sean las que en verdad interesan a los objetivos de la empresa. Por ello, los empresarios deben dedicar tiempo suficiente a investigar el evento en el que van a participar y a asegurarse de que la selección es la adecuada.

TIPOS DE FERIAS EN EE.UU

Por sectores

1. Ferias Generales

2. Ferias Especializadas



Por ámbito geográfico

1. Ferias Nacionales

2. Ferias Regionales



LAS CLAVES PARA ELEGIR UNA FERIA

Tipo de feria: ¿Se trata de una feria sectorial o general?, ¿profesional?, ¿abierta al público? o ¿ambas cosas?, ¿es una feria local, nacional o internacional?

Área geográfica: ¿Dónde se lleva a cabo?, ¿responde el lugar a los objetivos de la empresa?;

Fecha : ¿Es una fecha adecuada para la empresa?

En el caso de productos frescos estacionales, ¿tiene suficientes muestras? y ¿son muestras adecuadas?

Visitantes: Conviene tener una idea del número de personas que visitaron la feria en ediciones anteriores,

Expositores: Interesa conocer cuántos expositores participaron en

Los organizadores de la feria: ¿Son reconocidos internacionalmente?, ¿tienen experiencia en la organización de ferias en su sector?,

REQUISITOS PARA PARTICIPAR

- Un producto competitivo
- Conocer el mercado
- Conocer exigencias técnicas
- Hablar el idioma del país
- Oferta exportable
- Conocimientos de comercio exterior
- Manejo de costos de comercio exterior

CÓMO ELEGIR PARTICIPAR ? DÓNDE BUSCAR ?

- Promperu
- Cámaras de comercio, gremios
- <http://www.tsnn.com/> (EE.UU)
- www.auma.de
- www.afida.org

DECISIÓN DE PARTICIPAR

Preguntas básicas...

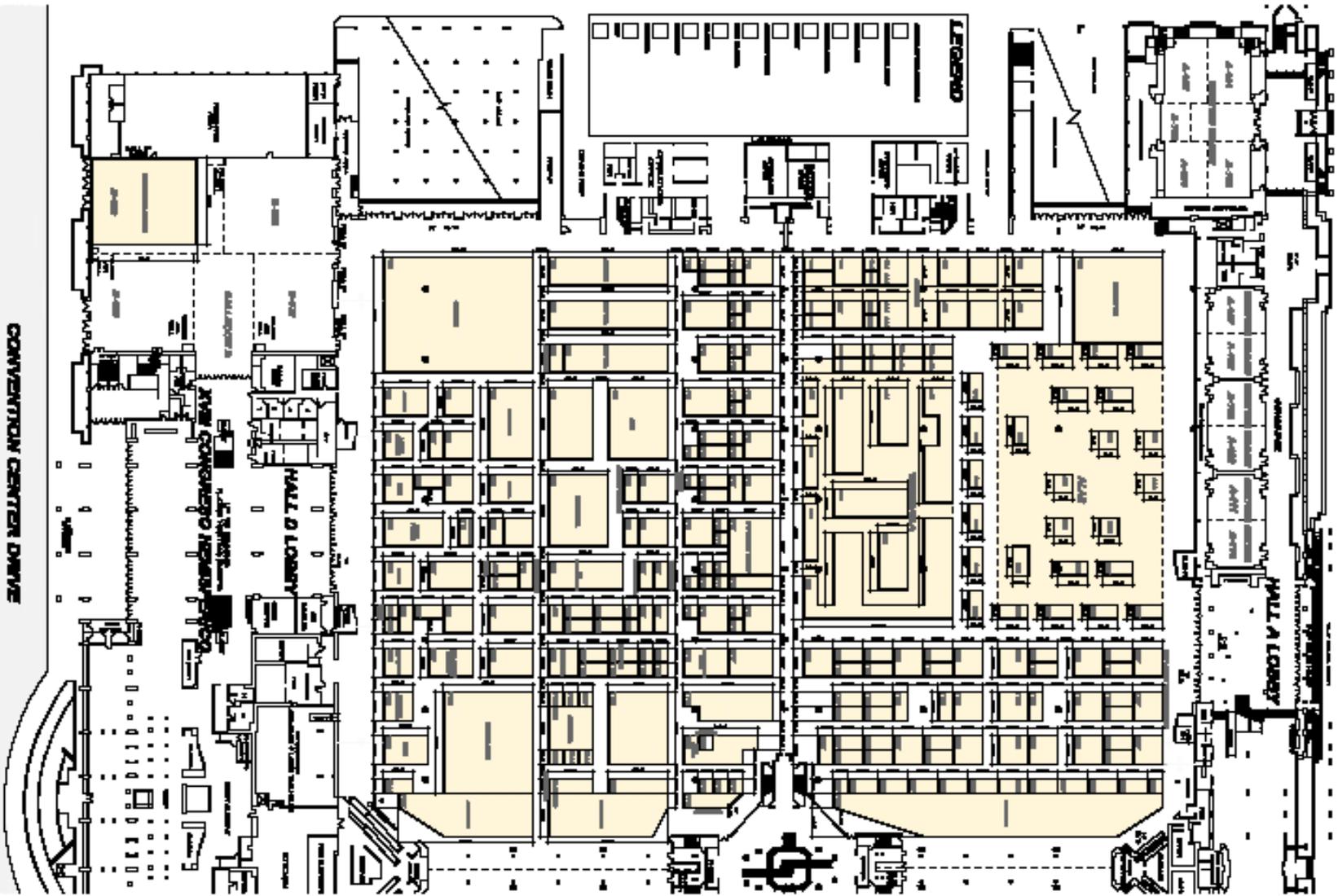
- Es un mercado potencialmente importante, para mis productos.
- Satisface mis productos las exigencias del mercado.
- Podré producir lo suficiente, para atender la demanda probable y de un modo constante.
- Cuales son los canales de comercialización.
- Cuales deben ser mis objetivos en la feria.
- Cuanto costará la participación en la feria.
- Los resultados estarán de acuerdo a la inversión realizada.
- Cuanto estoy interesado en invertir, en tiempo y dinero, en el desarrollo del mercado, después de la feria.

HACER EXITOSA LA PARTICIPACIÓN

- Establezca un presupuesto
- Establezca responsabilidades
- Planee las actividades
- Arregle citas de negocios
- Circule la información
- Establezca contactos personales con los organizadores

HACER EXITOSA LA PARTICIPACIÓN

- Coordinar con el organizador sobre el stand
- Medida en m2. Pre-decorado o para construir
- Armónico
- Stand informativo
- La mesa y las sillas destinadas a las entrevistas – asesoría
- Alacenas y vitrinas
- La iluminación es parte integrante de la concepción de conjunto del stand.



OVERALL MASTER FLOOR PLAN
 SCALE: 1/8" = 1'-0"

CONVENTION CENTER DRIVE

HALL D LOBBY

HALL A LOBBY

CONFERENCE

HACER EXITOSA LA PARTICIPACIÓN

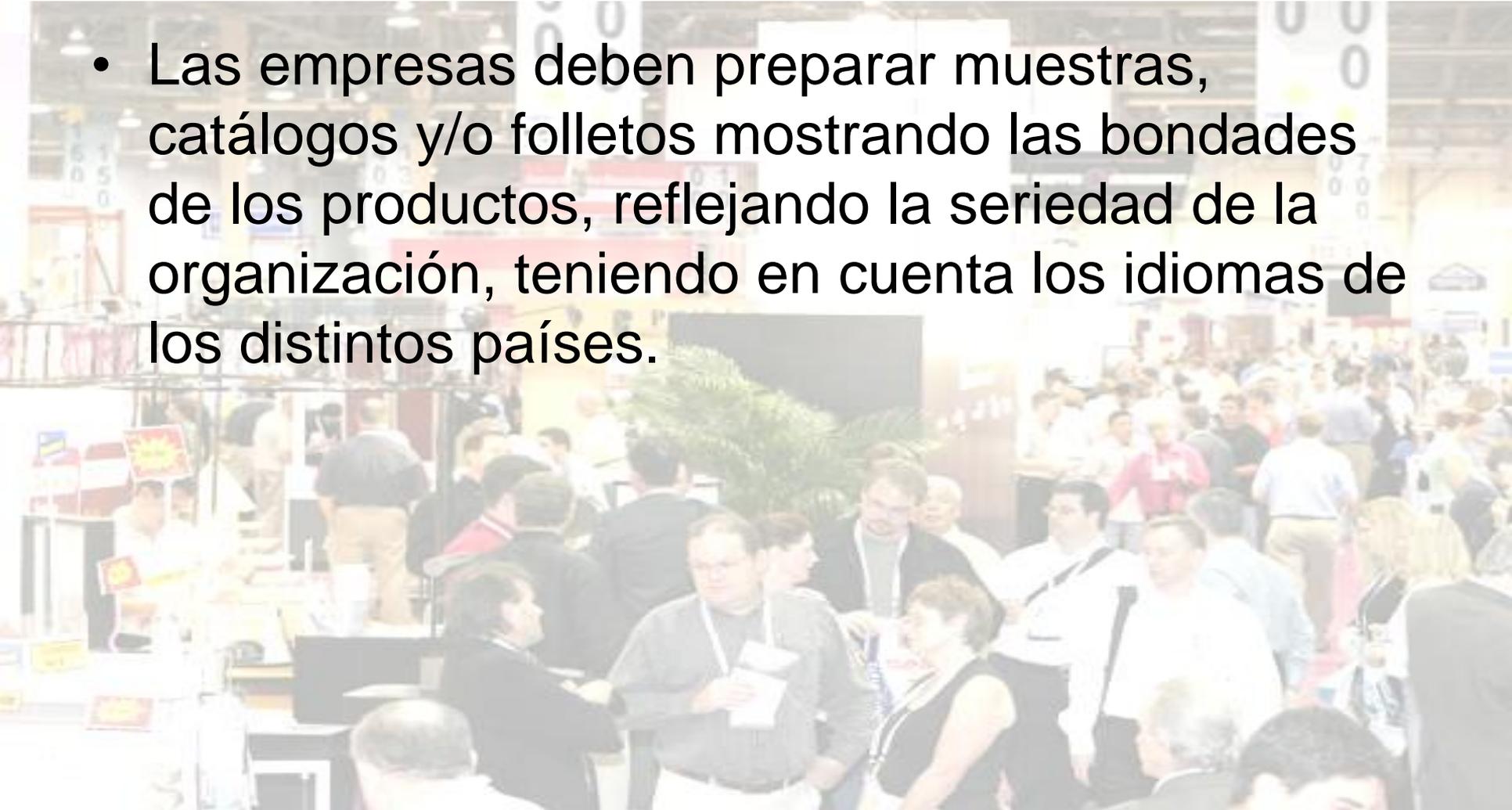
1. PRE – FERIA

2. DURANTE LA FERIA

3. POST FERIA

PRE FERIA

- Las empresas deben preparar muestras, catálogos y/o folletos mostrando las bondades de los productos, reflejando la seriedad de la organización, teniendo en cuenta los idiomas de los distintos países.



PRE FERIA

- ¿Qué productos presentaremos?
- ¿Cuánto llevaremos?
- ¿Cómo organizaremos el envío?
- ¿Pagaré impuestos en el país de destino?
- ¿Qué hacemos si nos sobran productos?

DURANTE LA FERIA

El uso eficiente del tiempo es importante para el logro de los objetivos, además.....

La Empresa expositora debe ajustar sus acciones al reglamento de la feria.

CONSIDERAR....

- ✓ Actitudes Durante la Feria.
- ✓ Contacto con potenciales clientes.
- ✓ Registro de la información obtenida.
- ✓ Reuniones especializadas de presentación de los productos.
- ✓ Participación en eventos paralelos (Ruedas de Negocios, Reuniones Técnicas, Congresos, Seminarios, Desfiles, inauguraciones)

POST FERIA

- ✓ Supervisión del desmontaje.
- ✓ Destino de los productos.
- ✓ Seguimiento de contactos, etc

CONCLUSIONES

- Ha de tenerse en cuenta la posibilidad de no realizar ventas durante la primera feria comercial a un país.
- No hay que ilusionarse pensando que si su producto se vende bien en nuestro país o en otros mercados del exterior, ha de tenerse un éxito de inmediato en el mercado visitado.
- Las empresas compradoras analizan todos los pormenores antes de tomar una decisión. Requieren de análisis, muestras, pruebas, decisiones en consenso, que se traducen lógicamente en tiempo.

MISIONES COMERCIALES – MISIONES TECNICAS

- Se puede dar en el marco de una feria especializada, participando de visitante
- Se agendan citas entre compradores y vendedores
- Lo organizan gremios, Promperu, <http://www.siicex.gob.pe/> ó empresas privadas www.tradetrainingperu.com

MISIONES COMERCIALES - TECNICAS

- Apoyo del consejero comercial peruano
- Realización de visitas a instituciones, asociaciones de acuerdo a nuestros objetivos, que le den valor a nuestro viaje de negocios.
- La misión técnica se debe dar en el marco de una feria

Ejemplo de MISION TECNICA

MISION TÉCNICA COMERCIAL DEL PERU AL SUR DE LA FLORIDA



Del 10 al 15 de Marzo del 2012
<http://www.peruchamberusa.com/>

ACTIVIDADES DE UNA MISION TECNICA DEL SECTOR ALIMENTOS

- Visitas y trabajo en el campo de los procesos logísticos del negocio de alimentos en el mercado de EE.UU.:
 - Puerto de Miami
 - Aeropuerto Internacional de Miami
 - Operadores de carga,
 - Zona Franca de Miami.
- Visitas a los distintos supermercados e importadores de productos peruanos del Sur de la Florida a fin de conocer la realidad del mercado de los EE.UU. respecto al manejo de la inocuidad alimentaria, calidad de productos, empaques, envases, entre otros.



ACTIVIDADES DE UNA MISION TECNICA DEL SECTOR ALIMENTOS

- Conversatorios técnicos con los funcionarios de las Agencias Reguladoras del Gobierno de EE.UU. ubicadas en el Aeropuerto y Puerto de Miami, a fin de conocer los requerimientos y regulaciones que exige el mercado americano para la exportación de alimentos.
 - Charlas sobre el mercado de alimentos en los Estados Unidos:
 - Cómo organizarse para operar exitosamente en las exportaciones de Alimentos
 - Constitución de empresas, leyes empresariales, asesoría contable y financiera.
- **<http://www.peruchamberusa.com/>**











RUEDAS DE NEGOCIOS / CITAS DE NEGOCIOS

- En las Ruedas de Negocios, los empresarios que exponen en la Feria o participan de una Misión Comercial, se contactan con otros empresarios, con el fin de ofrecer o adquirir productos.
- No siempre estas experiencias se ven concretadas, pero debemos aprovechar al máximo todo el potencial que estas ruedas de negocios pueden ofrecer...

RECOMENDACIONES – MISIÓN COMERCIAL Y RUEDAS DE NEGOCIOS

- Llevar sus tarjetas personales. Incluir datos principales, correo electrónico y página web de la empresa.
- Cuaderno de Negocios.
- Material de difusión de la empresa.
- Si es posible contar con una computadora portátil, para breve presentación de la empresa. (i pad)
- Fichas técnicas.
- Muestras de los productos con sus respectivas listas de precios.
- Sea puntual.
- Intente ser específico.
- No se exceda del tiempo pactado...

Ejm. MISION TECNICA SECTOR CONFECCIONES

Itinerario: Lima – Las Vegas - Los Ángeles – Lima

22 al 23 de agosto :Visita a la Feria Winnwomen- Visita a la Feria Kid Show Las Vegas - Visita a la Feria Moda Las Vegas y MRKT (moda fina de hombre) –Visita a la Feria Magic: Hombre, Mujer, Niños, Sourcing,Calzado - Visita a la Feria Magic Hombre, Mujer, Niños, Sourcing,Calzado

24 al 25 de agosto : Vuelo a Los Angeles

Charla sobre el Mercado de Textiles-Confecciones con en CEC en Los Ángeles y reunión con 2 distribuidores o importadores - Charla de Bruker Handheld Los Ángeles -Reunión en el California Market Center - Reunión a Miriana Ojeda Showroom -Visita al Gerry Building Show room

Ejem. MISION TECNICA SECTOR CONFECCIONES

26 al 27 de agosto :

Tour al Fashion District LA

Visita a California Market Center

Visita a The New Mart showroom

Visita al Cooper Desing showroom

Visita a The Fashion Institute of Design & Merchandising – FIDM

Visita a Citadel Outlet - Visita a Malls en Pasadena



FERIAS TEXTILES - CONFECCIONES EN EE.UU.

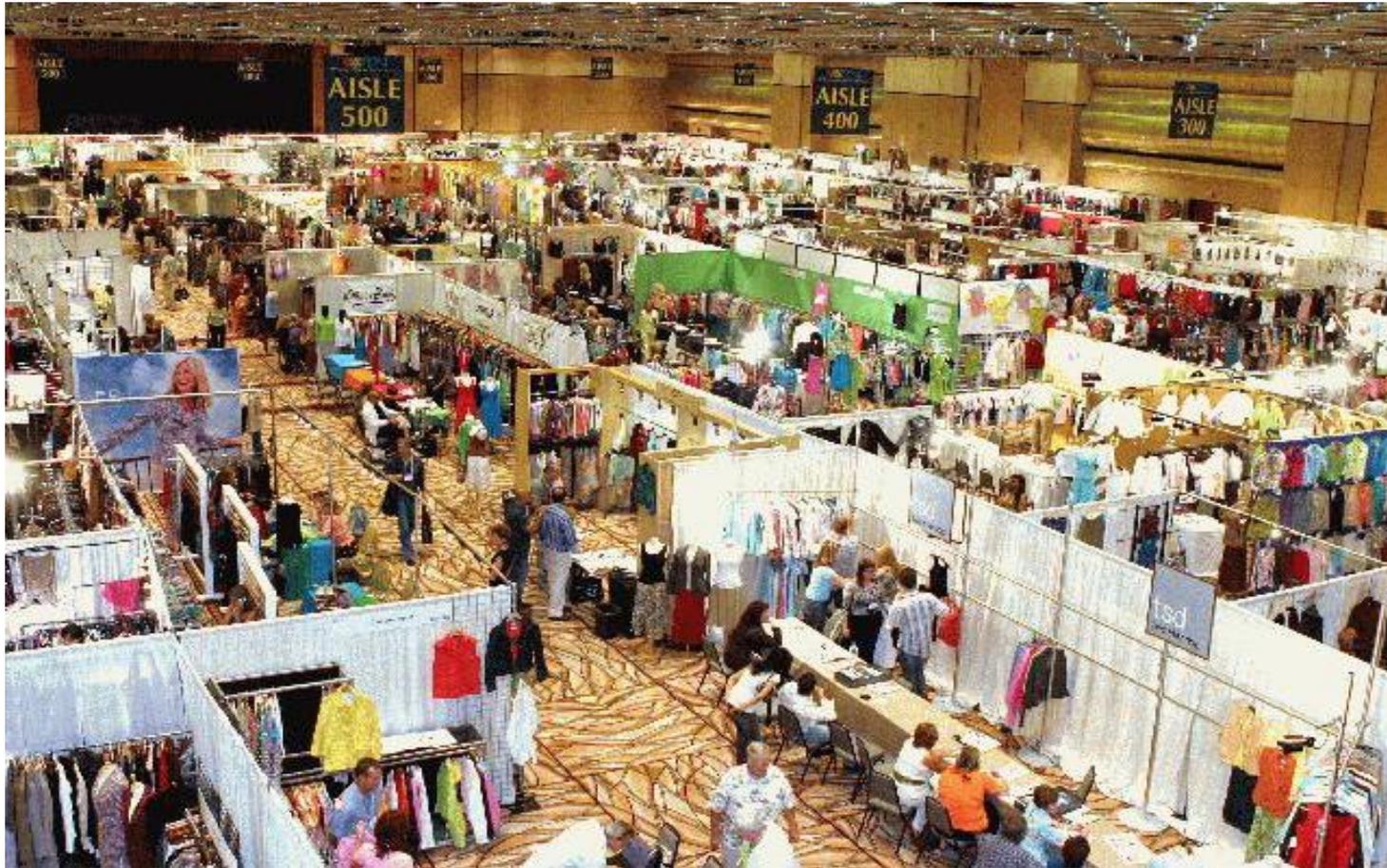


Web:

<http://www.magiconline.com>

Trade Training

WWIN - WomensWear In Nevada



Web: <http://www.wwinshow.com/>

KID SHOW



Web: <http://www.wwinshow.com/index.cfm>

Moda Las Vegas

Transition/Fall 10

ANA G



ANAC



A'NOE LIGNE



BOD & CHRISTENSEN



BRUNO DULUC



COCHNI



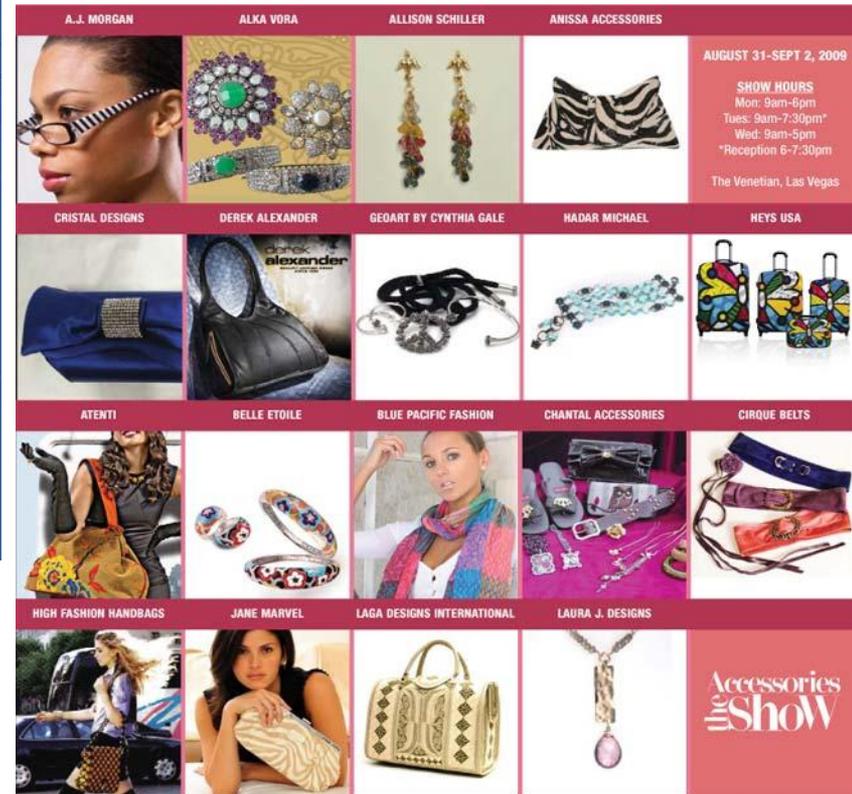
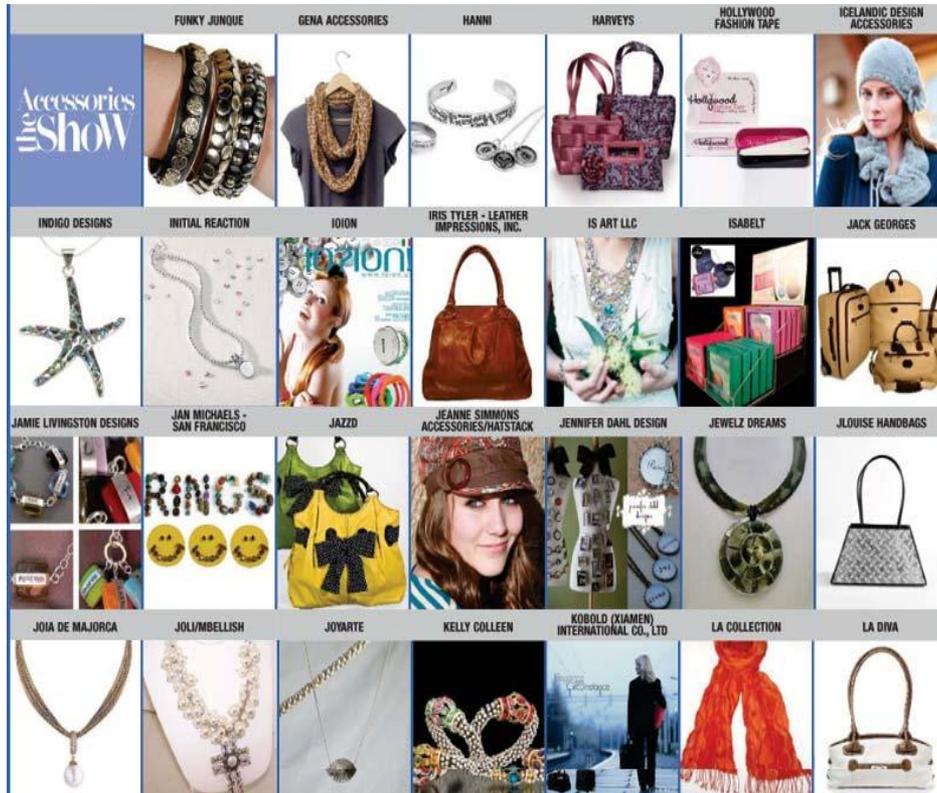
DECODE 1.8



DEMOISELLE



Moda Las Vegas and AccessoriesTheShow Las Vegas



FERIA CURVEE

Exhibidores: http://www.enkshows.com/coterie/fc_exhibitors.pdf



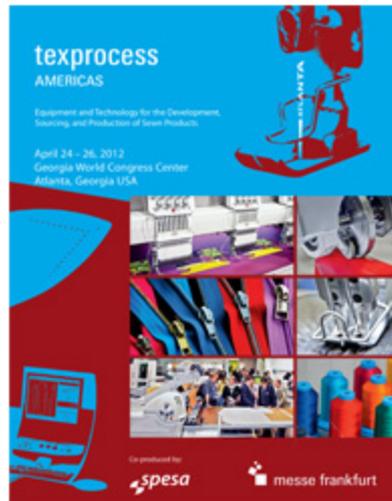
texprocess

AMERICAS

Atlanta, GA
April 24-26, 2012



- [→ Attendee Information](#)
- [→ Contact Us](#)
- [→ Downloads](#)
- [→ Exhibitor Information](#)
- [→ Exhibitor Services Manual](#)
- [→ Floor Plan](#)
- [→ Housing Information](#)
- [→ Industry Partners](#)
- [→ Media Information](#)
- [→ Symposium Information](#)



Texprocess Americas

Messe Frankfurt USA and SPESA have concluded agreements to cooperate, co-produce and launch Texprocess Americas in Atlanta in 2012. Texprocess Americas will incorporate SPESA EXPO to bring to the Americas the largest and best sewn products and equipment trade show of its kind. The collaboration between SPESA and Messe Frankfurt USA to co-produce Texprocess Americas will provide sewn products suppliers an even larger, and wider reaching opportunity to showcase their products and services.

Texprocess Americas will be the second show launched under the Texprocess brand in the Messe Frankfurt worldwide portfolio. Texprocess Americas provides a platform for leading international manufacturers to present their latest machines, plant, processing, IT systems and services for making up textiles and other flexible materials.

Co-produced by:



- [→ Attendee Registration](#)
- [→ Exhibitor Registration](#)
- [→ Sign Me Up For The TPA Visitor Mailing List!](#)
- [→ Sign Me Up For The](#)



FNK INTERNATIONAL

22.02.2010 12:49

ENK

DAILY

Coterie
+Sole

Ready
for



22.02.2010 12:51

THE COOTERIE ENK

GO TO THE COOTERIE

FASHION

MODA

ATS

DAISY

AVAROK SIA WOKR SIA XIG
VAUOKR SIA WOKR SIA XIG

BA

THE COOTERIE NEW YORK

Meeting Rooms
↓ Hall 1A

22.02.2010 11:32

me & Kashmere

ALICE & TRIXI

9900
1000

22.02.2010 11:59

FERIAS SECTOR ALIMENTOS EN EE.UU.

PRODUCE MARKETING ASSOCIATION

FRESH SUMMIT

Fresh Summit International
Convention & Exposition

14 | 15 | 16 | 17 octubre 2011, Atlanta, Georgia EE.UU.

**4 DÍAS DE
CANDENTES
TENDENCIAS +
AUDACES
INNOVACIONES.**

Más de 800 compañías
expositoras y más de 18.500
asistentes, provenientes de
más de 50 países.

Para la industria mundial de
frutas y vegetales frescos, el
próximo año comienza aquí.

Participar de Fresh Summit le entrega
una ventaja comparativa. Fresh Summit
entrega algo diferente a cada segmento
de la cadena de abastecimiento de



¿Por qué Fresh Summit?

Las nuevas tendencias nunca duermen. Están constantemente cambiando. Por eso es que la Convención & Exposición Internacional Fresh Summit de PMA es el evento al que Ud. y sus colegas deben asistir. Se trata de una dinámica plataforma que lo mantendrá actualizado sobre los rápidos y constantes cambios en la cadena de abastecimiento. Como una asociación que representa a la industria de frutas y vegetales frescos, las vastas conexiones de PMA con la cadena de abastecimiento hacen de Fresh Summit el centro de atracción obligatorio de quienes toman las decisiones en una empresa y de los futuros innovadores y visionarios de la industria. Con más de 18.500 asistentes, Fresh Summit lo ayudará a anticipar los cambios, identificar tendencias emergentes e incrementar sus ganancias a través de nuevas oportunidades de negocios.

**ACERCA DE NUESTROS
ASISTENTES:**

**2/3 de los asistentes representan empresas
con ventas brutas de más de \$10 millones.**

Trade Training

PRODUCE MARKETING ASSOCIATION

[Español](#)

[Português](#)

[中國](#)

[Contact Us](#) [FAQs](#)

[SEARCH](#)

FRESH SUMMIT

[Attend](#)

[Exhibit](#)

[Program](#)

[Sponsor](#)

[Media](#)

[Registration/Travel](#)

International Convention & Exposition / October 26-28, Anaheim, California, USA

Who Attends & Why

[Home](#) » [Attend](#)

[Me gusta](#) 15



Trade Training

Winter Fancy Food Show

[Badge Registration](#)

[Attending the Show](#)

[Exhibiting at the Show](#)

[Exhibitor Services](#)

[Programs & Events](#)

[Travel & Hotel](#)

[City & Convention Center](#)

[Show & City News](#)

[2013 Booth Selection](#)

Summer Fancy Food Show



80,000 products, 1,300 exhibitors, 50+ countries

**FANCY
FOOD
SHOW®**

WINTER 2012 • SAN FRANCISCO
JANUARY 15-17, 2012

Winter Fancy Food Show

Summer Fancy Food Show

[Badge Registration](#)

[Attending the Show](#)

[Exhibiting at the Show](#)

[Exhibitor Services](#)

[Press Registration](#)

[Education Program](#)

About the Fancy Food Show

[Exhibition Floor Plans](#)

[Find Exhibitors & Products](#)



[Summer Fancy Food Show](#)

[Show Guides & Features](#)

[Register Now](#)

NATURAL
PRODUCTS
EXPO
WEST

where doing business just comes NATURALLY

Google™ Custom Search

Education and Events: March 8–11, 2012 | Trade Show: March 9–11, 2012 | Anaheim Convention Center | Anaheim, CA USA
Show Floor Hours: Friday and Saturday: 10:00 am– 6:00 pm | Sunday: 10:00 am– 4:00 pm

[Home](#) [Attendees](#) [Exhibitors](#) [Education](#) [Events](#) [Directory](#) [Travel](#)

register
today
for 2012!



Fresh Ideas Organic Marketplace

You won't want to miss this annual favorite kick-off organic event. Open Thursday before the show floor and exclusively organic.

[Learn More](#)



Sponsors

Trade Training

the SPECIALTY COFFEE 24th ANNUAL EXPOSITION EVENT of the YEAR

SYMPOSIUM APRIL 18-19, 2012 • EXPOSITION APRIL 19-22, 2012 • Oregon Convention Center PORTLAND, OREGON

EXHIBIT

SPONSOR

attend

SYMPOSIUM

CONTACT



REGISTER NOW

[Home](#)
[BADGE TYPES](#)
[HOTELS & TRAVEL](#)
[INTERNATIONAL INFO](#)
[FAQ'S](#)
[CITY OF PORTLAND](#)
[member BENEFITS](#)
[SHOW FACTS](#)
[VOLUNTEER](#)
[PRESS & MEDIA](#)



www.tradetrainingperu.com

¡ MUCHAS GRACIAS !