prom perú – Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	RESUMEN DE ENCUESTAS DE EVALUACIÓN DE FERIAS Y MISIONES	CÓDIGO FO-PRO-030
		VERSIÓN 01
		PÁG. 1 DE 1

I. Identificación del Evento

Evento		Edición		Fecha		Nº de Encuestas	

II. Identificación del Participante		III. Valoración de la Convocatoria																IV. Valoración del Evento (5 = Excelente; 4 = Bueno; 3 = Regular; 2 = Malo; 1 = Muy Malo)					V. Expectativas							VI. Resumen Negociaciones																						VII. Oportunidades de Mejora								VIII. Ventas										Comentarios respecto a la atención y organización		
Nº	Participantes	3.1 ¿Cómo se enteró del evento?					3.2 La información que recibió del evento, fue:					3.3 Tuvo Ud. alguna dificultad para:						4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	5.1		5.2		5.3	5.4	5.5	Clientes Actuales									Nuevos Contactos									Países de Origen				7.1		7.2		7.3		7.4		Ventas concretadas (Miles USD)					Expectativas de negocio a 12 meses (Miles USD)					Comentarios	Positivo	Negativo
		a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	N.R						SI	NO	SI	NO				IM	EX	I/T	AG	CA	PR	MI	DI	OT	IM	EX	I/T	AG	CA	PR	MI	DI	OT	Europa	Asia	América	Otros	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	<5	5 a 20	20 a 50	50 a 100	> 100	<50	50 a 100	100 a 500	500 a 2000	> 2000			
1	Shiwi	1							1							1			5	5	3	5	1		1		4	3	4							3			4	1	3		2	2	2			2		2	1	1		1			1	1							4	1				La rueda puede me	x	
2	Laboratorio Algas Marinas	1						1											4	5	5	5	1		1		5	4	4										36	2	12	3				1			2	5			1		1		1	1					1		1		1			a ubicación, bien organiz	x	
3	Proyecto promoviendo el manejor sostenible de la tierra en Apurimac	1						1									1	4	4	5	4	5	1		1		5	5	5									1									3	1		3			1		1		1		1													
4	Biocunas	1						1								1		4	4	4	3	5	1		1		5	4	4	5										6			1		10	2		1		5	1		1		1		1	1						1			1					
5	Pachamamanchis Rayku	1							1								1		4	3	4	4	1		1		5	5	5					1	1	1												1	2	3		1			1		1	1												Patio de alimentos se hace cola hasta 1 hora y me		
6	Molinos del Mundo	1						1								1		4	4	4	4	5	1		1		5	4	4										1		2	3						2		2			1		1		1		1							2						
7	Agroindustrias Amazonicas	1						1					1						5	5	4	4	1		1		4	4	4	6		2	3						98				4	3		8		2	1	6			1		1		1		1		1		2			1		1	1	as tiempo, mejo	1	
8	ABT Productos Naturales	1						1										4	4	4	4	4	1		1		4	3	3	2			1						10		1	1	1		2			1		5			1		1		1		1		1					1		1		visitantes, muchos commodi		1
9	Peruvian Nature	1							1							1		3	4	4	3	4	1		1		3	4	3		10						1			80			2						1	2			1		1		1		1		1	2	1		2	1	1					
10	Agroecotuti		1					1									1	4	4	4	4	4	1		1		4	4	4	3									6			2				2		2	2	2		1		1			1		1			2	1					2	1			
11	Inkanatura World Peru	1						1								1		4	4	4	4	4	1		1		4	4	4	3									10		4	3	1		3			1	1	2		1		1			1		1	1	2									mas difusion, entrada m	1	
12	Union de Negocios Corporativos				1				1				1					4	3	2	4	3	1		1		4	3	4	3			2			1			4	2		1		2					2	5			1		1		1		1					2			1	1		ervicios de energia e	1	
13	Agrovas	1						1								1		4	5	5	5	5	1		1		5	4	5										10	15						2						1		1		1			1	2	1				2	2				Patio de comidas muy lento, evitar colas		
14	Kuski	1						1					1						4	4	4	4	1		1		4	4	4	10	8						3		5	5						2				5		1		1			1		1						4					ción de stand. Señalizacion oportur	1	
15	Productos Agroindustriales Misky	1							1								1		4	4	4	4	1		1		4	3	4							3	4			15	6	6	3		18	10			1	3			1		1		1		1	2						2				Ingreso para credenciales pesim		1
16	Procesos Agroindustriales	1						1									1	5	5	5	5	5	1		1		5	5	5																				2	1		1		1			1		1											Mala señal		1
17	Algarrobos organicos del Peru			1				1									1	4	5	4	3	4	1		1		4	4	4	3									10									2		3			1		1	1			1		2					1	1					
18	Olivos del Sur	1					1										1	5	5	5	5	5	1		1		5	5	5										15	10	6					4		1	1	2			1		1		1		1		1	1	1	2	1	1	3					
19	Complementos y Suplementos organicos del Peru				1			1									1		4	4	4	4	1		1		4	4	4										5									1		1			1		1		1		1											No dejar stand vacios dura	1	
20	APCO	1								1				1				3	4	4	3	3	1		1		2	2	3		1															1			2	3		1			1		1	1							3					Asistencia de los organ	1	
21	ADAMA		1					1								1		3	4	4	3	4	1		1		4	4	4											2			1							4		1			1	1		1							1					la rueda de negocios, cumplis con el servici		1
22	Wibgus	1						1						1				4	3	4	3	4	1		1		3	3	3																			1	1	2			1	1			1		1			1	4			1	4					
23	Centro Takiwasi	1						1								1		2	5	4	4	5	1		1		4	4	4		2									4								2	2	5			1		1		1	1		6						2	4			s, el link para agendar no es amigable, me		
24	Asociacion de productores de Mango del Valle	1						1							1			4	4	4	4	5	1		1		4	4	4		2			2		2			5		1							3	2	2		1		1			1		1		1				2	1		1		Mayor anticipacion		1
25	Agroindustrias Horizonte Verde		1					1								1		4	4	5	4	5	1		1		5	4	5										7		5		2		10	8		1	2	4		1		1			1	1								2				Mayor publicidad e invitacion		1
26	Agroindustrias Osho		1					1						1				5	4	4	4	5	1		1		5	4	4										5			4		5	4	4		2	1	4			1		1	1			1							2	1			a de entrada y salida. Comedor la		1
27	Amazon Health Products	1					1										1	5	5	5	5	5	1		1		5	5	5	4									5		6		3	2		5		2	2	5	1	1		1		1		1									3			oria, avisar con mas anticipacion,		1
28	Frutos Tongorrape	1								1				1				4	4	2	4	4	1		1		4	3	3										20	5	3	1	4	15				1	1	2		1		1		1		1						1					1	nejorar, considerar plaz		1
29	rainforest Herbal Products	1						1											4	3	3	4	1		1		4	4	4																			2		1			1	1			1		1		1	2	1							señalizacion, mas puertas de ingreso. Mejorar la plata		1
30	Eko business					1			1										3	4	3	4	1		1		4	4	3										10	8		3	1	5		23	5	2	1	7			1		1		1		1								1			Mejorar organización. Servicio We		1
31	Ecoandino	1							1										4	4	4	4	1		1		4	3	4																			1	1	2			1		1		1		1						2	2	1					
32	Peruvian Heritage		1						1							1			4	5	4	4	1		1		5	4	4										10				3			30		2	2	5	1	1			1		1		1						1	1				nización de la rueda y la calidad de los compra		
33	Wiraccocha del Peru	1						1									1		4	2	3	4	1		1		3	3	3										3		5	3	2					3	3	2			1		1	1			1								1			e comunicación WIFI, mej	1	

II. Identificación del Participante		III. Valoración de la Convocatoria																IV. Valoración del Evento (5 = Excelente; 4 = Bueno; 3 = Regular; 2 = Malo; 1 = Muy Malo)				
Nº	Participantes	3.1 ¿Cómo se enteró del evento?					3.2 La información que recibió del evento, fue:					3.3 Tuvo Ud. alguna dificultad para:						4.1	4.2	4.3	4.4	4.5
		a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	N.R					
34	Yana cosmetics		1						1				1					3	3	4	4	4
35	Villa Andina	1						1								1		5	5	5	5	5
36	Peru World Wide	1						1					1					4	4	4	4	4
37	AEDES		1					1						1				5	5	5	5	5
38	ECO AG	1						1						1				5	5	3	5	5
39	Candela Peru	1								1						1			3	3	3	4
40	Agroemprende				1			1								1		4	4	4	4	4
41	Arpac		1						1								1		4	4	4	5
Total		28	8	1	3	1	2	26	10	3	0	0	5	6	1	13	11	109	170	166	161	179

Nº	Participantes	V. Expectativas							VI. Resumen Negociaciones																					
		5.1		5.2		5.3	5.4	5.5	Clientes Actuales									Nuevos Contactos									Países de Origen			
		SI	NO	SI	NO				IM	EX	I/T	AG	CA	PR	MI	DI	OT	IM	EX	I/T	AG	CA	PR	MI	DI	OT	Europa	Asia	América	Otros
34	Yana cosmetics	1		1		4	4	4																			1		8	
35	Villa Andina	1		1		5	5	5	4									80									3		2	
36	Peru World Wide	1		1		4	4	4	10		2		2			2		8		2		2			1		1	2	3	
37	AEDES	1		1		4	5	4																			1		2	
38	ECO AG	1		1		4	4	4										45	28	19	4	2	6				2	2	6	
39	Candela Peru	1		1		3	4	4												5	6	3	4				2	1	3	
40	Agroemprende	1		1		4	4	4										15							10		1	1	4	
41	Arpac	1		1		4	4	4																					5	
Total		41	0	41	0	171	161	165	53	23	4	6	5	1	10	10	1	##	##	80	40	37	44	49	##	8	50	41	##	4

Nº	Participantes	VII. Oportunidades de Mejora								VIII. Ventas										Comentarios respecto a la atención y organización		
		7.1		7.2		7.3		7.4		Ventas concretadas (Miles USD)					Expectativas de negocio a 12 meses (Miles USD)					Comentarios	Positivo	Negativo
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	<5	5 a 20	20 a 50	50 a 100	> 100	<50	50 a 100	100 a 500	500 a 2000	> 2000			
34	Yana cosmetics		1		1		1		1		1					1				ra compradores, mala informacion, ru		1
35	Villa Andina		1		1		1		1			1	1	2		1	4			adecemos la buena atencion y el apoyo		
36	Peru World Wide	1		1			1		1								2			Colección de basura co	1	
37	AEDES	1			1		1		1	1					3							
38	ECO AG	1		1			1		1		1						1			Mayor difusion en medios locale		1
39	Candela Peru	1		1			1		1				1	1			1					
40	Agroemprende																					
41	Arpac	1		1		1			1			1										
Total		19	21	16	24	8	32	10	30	12	13	10	13	9	26	25	31	6	3		8	13