

MERCADO: EE.UU

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

Trade Training



Melina Domínguez

- × 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 ...**

- × 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

- × Contacto directo por correo.
- × Contacto a través de su propio sitio de internet.
- × **Participación en una feria**
- × **Viaje de negocios**
- × Rueda de negocios

- × 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

- × 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.

- × 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.

- ✓ 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

SELECCIÓN DE UNA FERIA

- × 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.

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

- × 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

× POR SECTORES:

1. Ferias Generales
2. Ferias Especializadas



× POR AMBITO GEOGRAFICO:

1. Ferias Nacionales
2. Ferias Regionales



CÓMO ELEGIR PARTICIPAR ? DÓNDE BUSCAR ?

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



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.

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

- × 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.

1. ANTES - FERIA

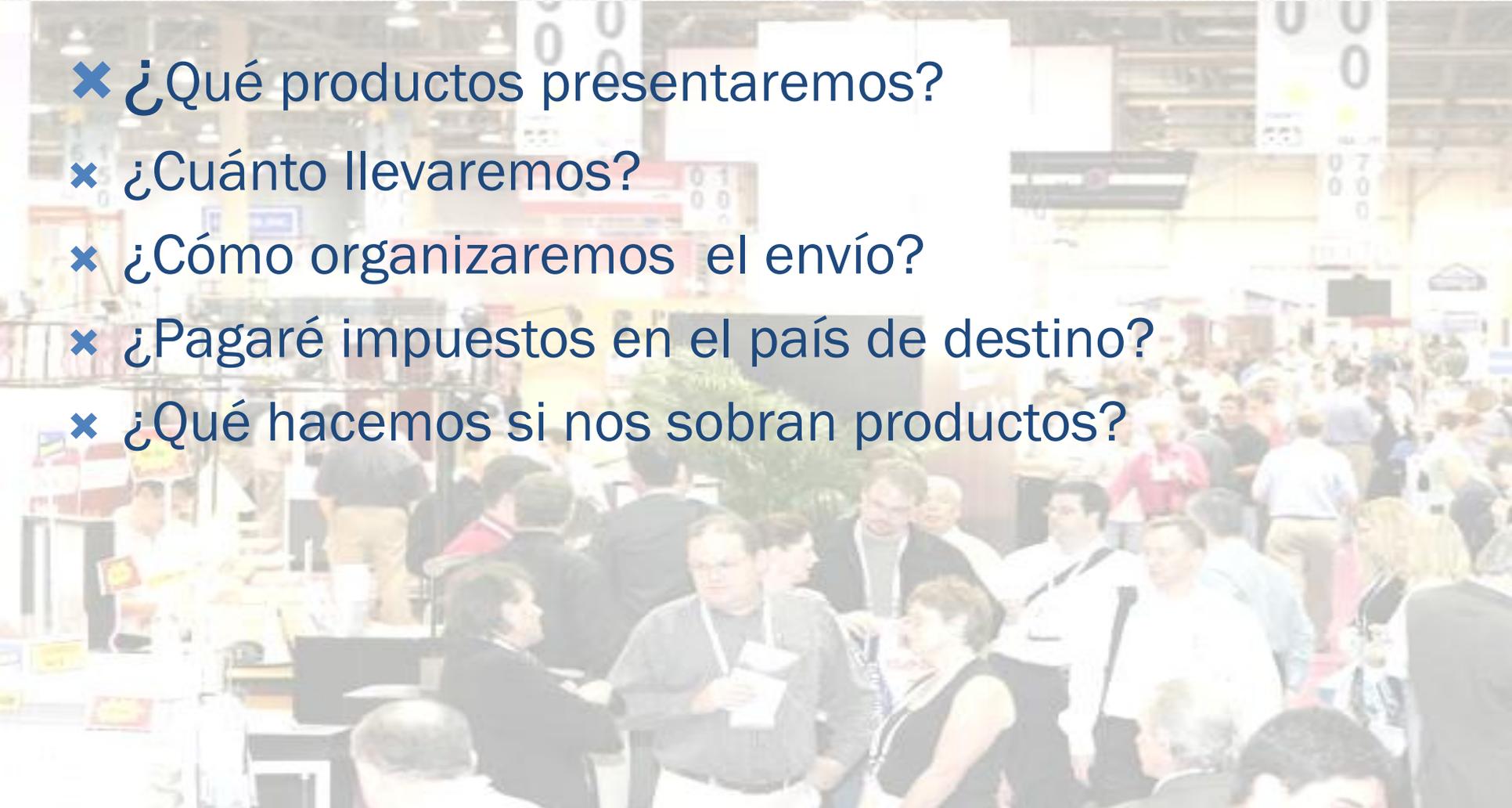
2. DURANTE LA FERIA

3. DESPUES - FERIA

ANTES DE LA 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.

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



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)

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

- ✘ 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 por menores antes de tomar una decisión. Requieren de análisis, muestras, pruebas, decisiones en consenso, que se traducen lógicamente en tiempo.

- × 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

- 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

Trade Training

EJEMPLO DE MISION TECNICA

MISION TÉCNICA COMERCIAL DEL PERU AL SUR DE LA FLORIDA



<http://www.peruchamberusa.com/>

Melina Domínguez

- ✘ 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.



- × 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/>

MERCADO MAYORISTA PHILADELPHIA



Trade Training

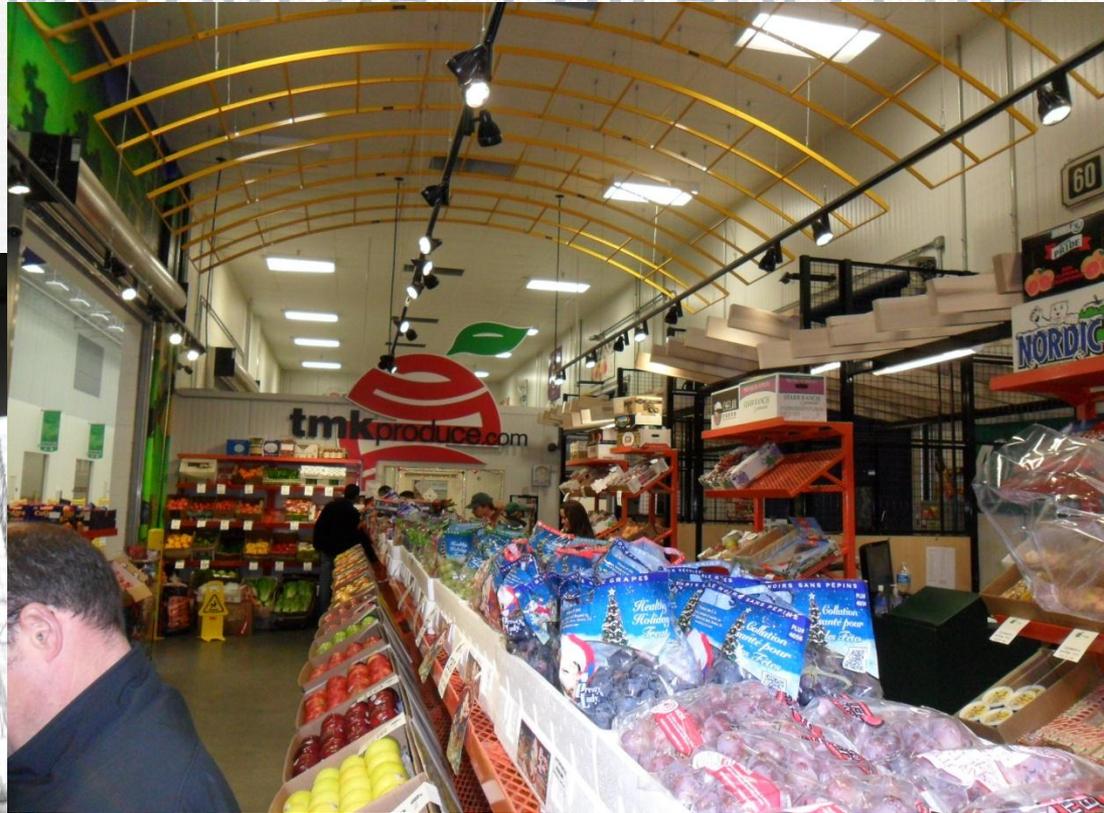
MERCADO MAYORISTA PA



Trade

Training

MERCADO MAYORISTA PHILADELPHIA



Melina Domínguez

Trade Training



Melina Domínguez

SUPERMERCADOS EN SAN DIEGO





Trade Training SUPERMERCADOS EN LOS ANGELES



Melina Domínguez







Trade Training SUPERMERCADO EN MIAMI



REUNION CON CBP ADUANAS EN MIAMI



- ✘ 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...

- × 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...

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

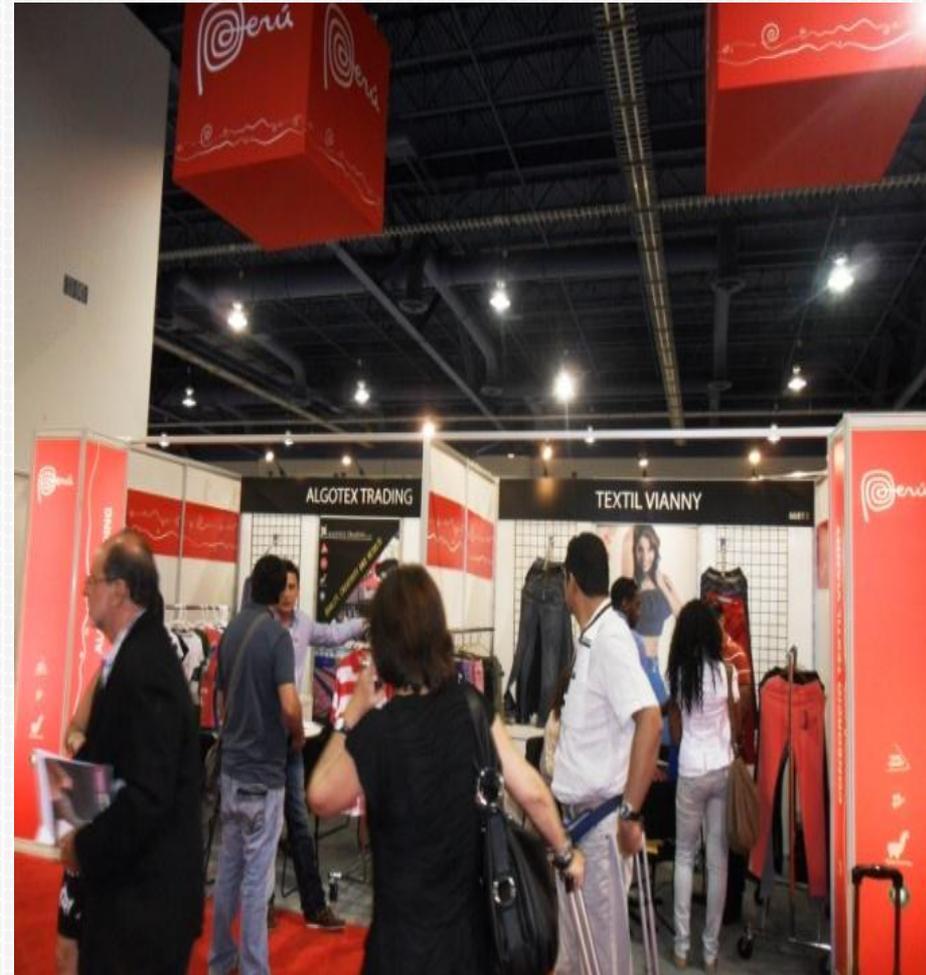
24 al 25 de agosto : Vuelo a Los Angeles

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

×

- × 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.

Trade Training FERIA MAGIC EN LAS VEGAS: MAGIC



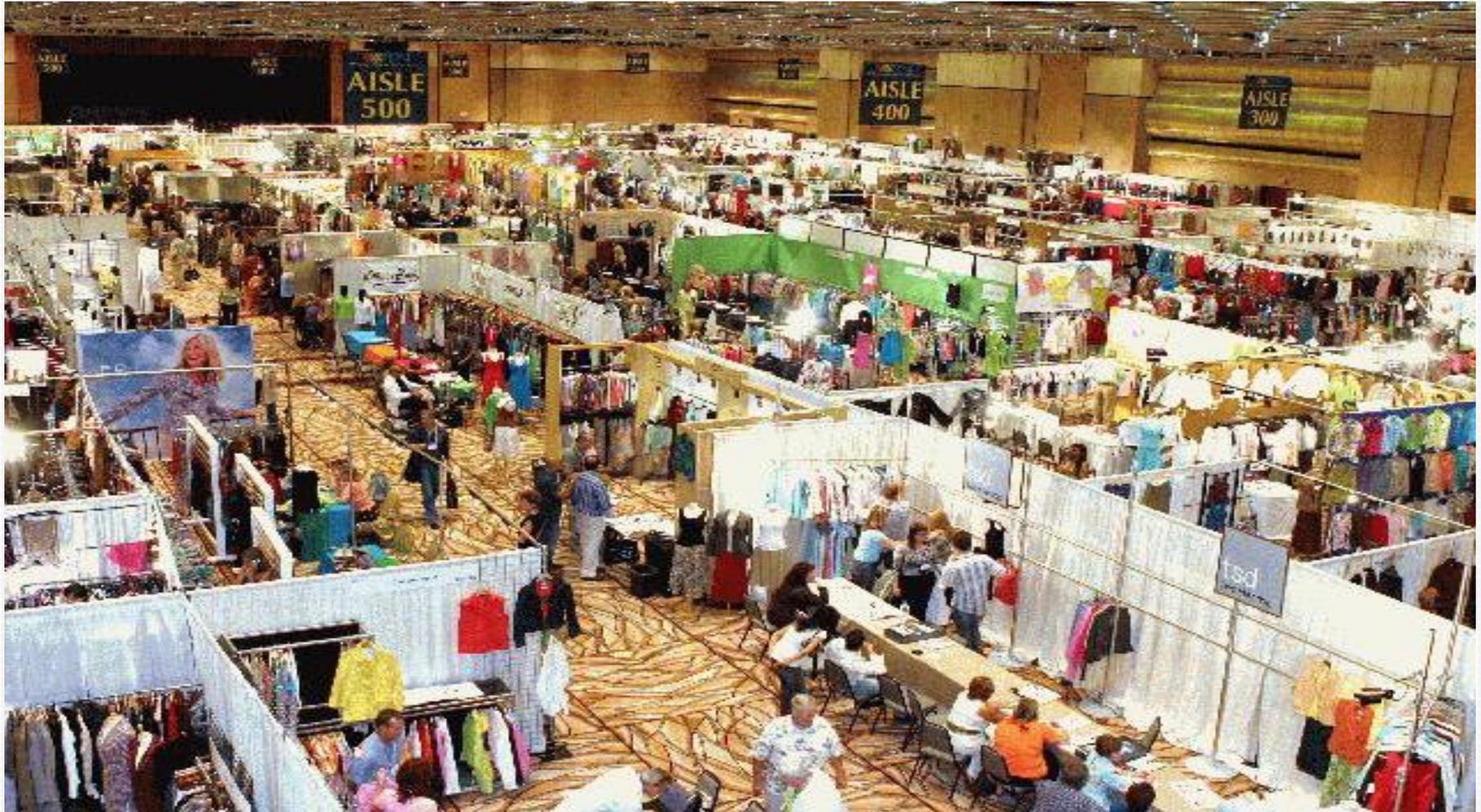
Web:

<http://www.magiconline.com>

Melina Domínguez

Trade Training

WWIN - WOMENSWEAR IN NEVADA



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

Melina Domínguez



Moda Las Vegas

Transition/Fall 10

ANA G



ANAC



A'NOE LIGNE



BOD & CHRISTENSEN



BRUNO DULUC



COCHNI



DECODE 1.8



DEMOISELLE



Trade Training

MODA LAS VEGAS AND ACCESSORIESTHESHOW LAS VEGAS

				<p>AUGUST 31-SEPT 2, 2009</p> <p>SHOW HOURS Mon: 9am-6pm Tues: 9am-7:30pm* Wed: 9am-5pm *Reception 6-7:30pm</p> <p>The Venetian, Las Vegas</p>
				
				
				

Melina Domínguez

Trade Training FERIA EN ATLANTA DE TEXTILES

texprocess AMERICAS

Atlanta, GA
April 24-26, 2012



→ Attendee Information

→ Contact Us

→ Downloads

→ Exhibitor Information

→ Exhibitor Services Manual

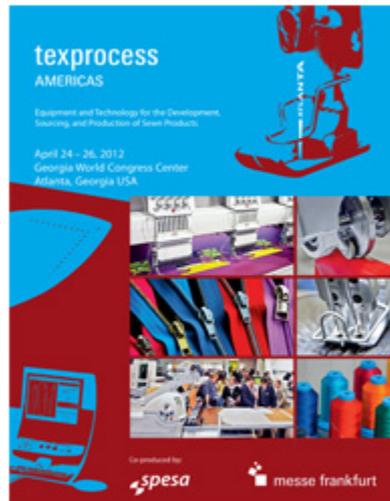
→ Floor Plan

→ 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

Melina Domínguez

Trade Training

FERIAS EN NY Y LAS VEGAS

CURVExpo



Exhibidores:

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

Melina Domínguez

Trade Training

FERIAS EN NY Y LAS VEGAS



Melina Domínguez

ENK

DAILY

Coterie
+Sole

Ready
for



22.02.2010 12:51

Welcome
CURV
Lingerie

STYLE SIG

THE COOTERIE ENK

GO TO THE COOTERIE

FASHION

MODA

ATS

DAVIS WARD

WARDER SIA WARD SIA WARD SIA WARD SIA WARD SIA WARD

BA

THE COOTERIE NEW YORK

Meeting Rooms
↓ Hall 1A

22.02.2010 11:32

Mie & Kashmere

ALICE & TRIXI

9900
1000

22.02.2010 11:59

- × SHOWROOMS PERMANENTES Y TEMPORALES
- × CALIFORNIA MARKET CENTER

Trade Training

los angeles
**FASHION
MARKET**

MARCH 11-14 // FALL 13

SOME SHOWROOMS OPEN FOR SUNDAY PREVIEW



Show Areas

Special Events

Buyer Services

Registration

Hotels & Shuttles

Parking & Directions

Contact Us



Five times a year, buyers from around the globe flock to the CMC to view the season's newest collections presented by thousands of brands at LA Fashion Market. From apparel and accessories to gifts and lifestyle collections, the product array at the CMC is unmatched on the West Coast, catering to every price point and market niche. Collections are presented in hundreds of showrooms and several tradeshow featured throughout the CMC.



2013 MARKET DATES

January 14-17 | *Mon-Thu, 9a-6p | Summer 13
 March 11-14 | *Mon-Thu, 9a-6p | Fall 13
 June 10-13 | *Mon-Thu, 9a-6p | Fall II/Holiday 13
 August 05-08 | *Mon-Thu, 9a-6p | Holiday/Resort 13
 October 14-17 | *Mon-Thu, 9a-6p | Spring 14

*Some showrooms open on Sunday for Preview.



SHOW AREAS

The CMC marketplace houses hundreds of showrooms present new collections for LA Fashion Market, in addition to several specialty tradeshow.

> Click **HERE** for Show Areas.

> Click **HERE** for New Lines & Showrooms.



SPECIAL EVENTS

We believe in indulging our buyers and offer a variety of complimentary perks designed to make the Market experience fun and convenient. From Cocktail Receptions, free eats & drinks, giveaways, and Beauty lounges, every Market features an array of special events and hospitality areas exclusively for buyers. Click **HERE** to see what's happening this Market.



FERIAS SECTOR ALIMENTOS EN EE.UU.

 pma.com

Português

Español



Search freshsummit.com

Search

Attend Exhibit Program Sponsor Media Registration/Travel Help



**OCTOBER 18-20
2013**

NEW ORLEANS, LOUISIANA USA

2013 FRESH SUMMIT BOOTH APPLICATION

 pma.com

Português

Español



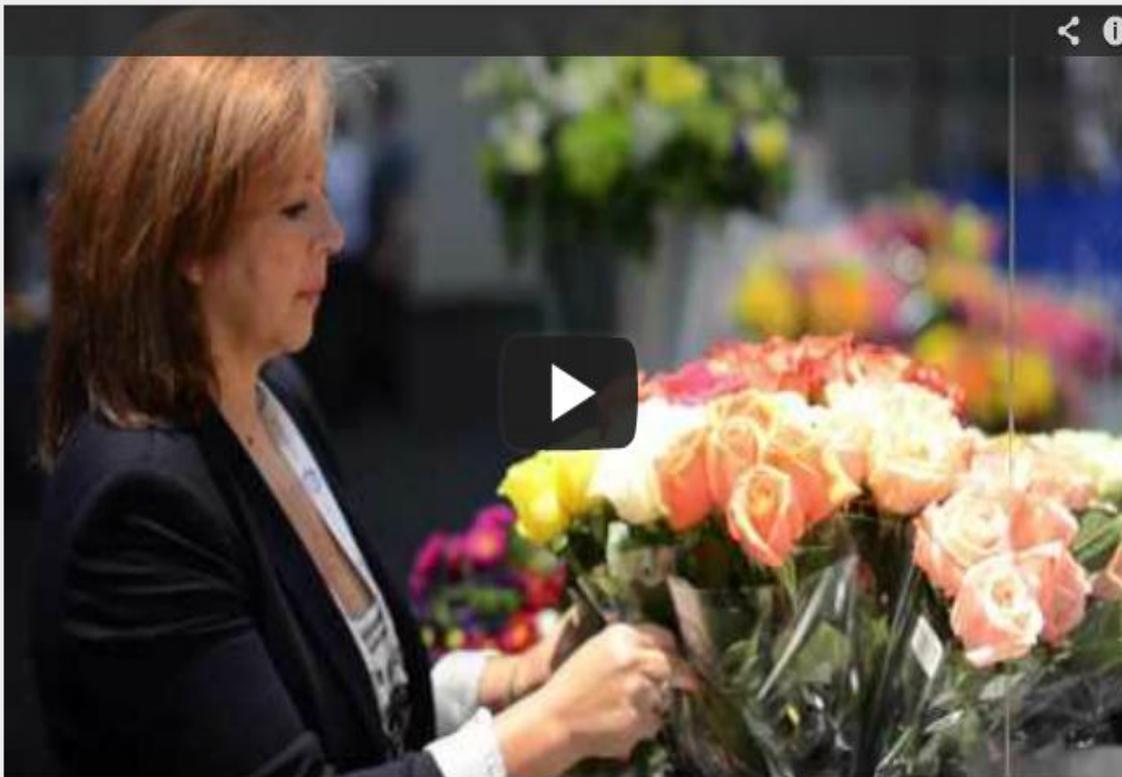
Search freshsummit.com

Search

Attend Exhibit Program Sponsor Media Registration/Travel Help



**SALUDE AL
FUTURO**



In Your Own Words ...

"What excites you about the future of the industry?"

"IN OUR NEAR FUTURE, IT ISN'T SUFFICIENT FOR OUR INDUSTRY TO BE PRODUCTIVE, NOW WE HAVE TO BE ALSO EFFICIENT, COMPETITIVE, RESPONSIBLE AND SUSTAINABLE."

Eric Viramontes • CEO • AMHPAC • Sinaloa, Mexico

Trade Training



Melina Domínguez

Trade Training

FERIA NY PRODUCE



Melina Domínguez

Trade Training



Winter Fancy Food Show

- [ATTENDEES](#)
- [EXHIBITORS](#)
- [PRESS](#)
- [EVENTS & EDUCATION](#)
- [TRAVEL & HOTEL](#)

[Summer Fancy Food Show](#)

[About the Fancy Food Show](#)



WINTER FANCY FOOD SHOW

January 20 - 22, 2013 • Moscone Center, San Francisco



Attendees



Exhibitors



Press



Each year the 17,000+ Winter Fancy Food Show attendees discover more than 80,000 products featuring the world's finest foods and beverages from more than 1,300 exhibitors representing 35+ countries.

[Winter Fancy Food Show](#)

[Summer Fancy Food Show](#)

[ATTENDEES](#)

[EXHIBITORS](#)

[PRESS](#)

[EVENTS & EDUCATION](#)

[TRAVEL & HOTEL](#)

[BADGE REGISTRATION](#)

[About the Fancy Food Show](#)



SUMMER FANCY FOOD SHOW

June 30 - July 2, 2013 • New York City

[Register Now!](#)

Attendees



Exhibitors



Press



Need help? Chat live with an online expert.



where doing business just comes NATURALLY

Google™ Custom Search

Education and Events: March 7-10, 2013 | **Trade Show:** March 8-10, 2013 | **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](#) [Conference](#) [Show Guide](#) [Press](#) [Travel](#)

Register today!



The Newest Products

The all new NEXT Pavilion exhibit space is where you will find many of the newest products

[Learn More](#)



The cover of the Specialty Coffee Chronicle magazine is a vibrant collage of coffee-related imagery. At the top, the title 'SPECIALTY COFFEE CHRONICLE' is displayed in a purple box. The main headline reads 'the SPECIALTY COFFEE EVENT of the YEAR' in large, bold letters. Below this, the event details are listed: 'BOSTON Massachusetts April 11-14, 2013'. A central graphic features three overlapping circles: a large red circle with '25TH ANNUAL EXPOSITION', a smaller red circle with '10TH ANNUAL USBC', and another red circle with '5TH ANNUAL SYMPOSIUM'. A green ribbon banner across the middle says 'Celebrating 25 Years of Specialty Coffee'. The background shows a stylized cityscape with a large building. Several circular inset images show coffee-related activities: a person pouring coffee, a person holding a coffee cup, and a person smiling. At the bottom, a list of featured content is provided: 'INSIDE THIS ISSUE: Schedule of Events | Exhibit Hall Lectures & Skill Building Workshops National Coffee Championships 5th Annual Symposium'. The issue is identified as the '2013 EVENT ISSUE' and is a publication of the Specialty Coffee Association of America.

SPECIALTY COFFEE CHRONICLE

the SPECIALTY COFFEE EVENT
of the YEAR

BOSTON
Massachusetts
April 11-14, 2013

25TH
ANNUAL EXPOSITION

10TH
ANNUAL USBC

5TH
ANNUAL SYMPOSIUM

Celebrating 25 Years
of Specialty Coffee

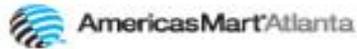
INSIDE THIS ISSUE:
Schedule of Events | Exhibit Hall
Lectures & Skill Building Workshops
National Coffee Championships
5th Annual Symposium

**2013
EVENT
ISSUE**

A PUBLICATION OF THE SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF AMERICA

2013 ISSUE NO. 4

Trade Training FERIAS DE ARTÍCULOS DE REGALO



About Us

Travel + Market Info

Buyers

Exhibitor Services

Product Directory

Gallery

Contact



LOGIN

search



Access proprietary Market information.

BUYER'S
RESOURCE
CENTER

First Time to Market



MyMarket! Plan



Education Center



AMC Newsletter



News & Trends



AmericasMart
Magazine



Exhibitor Catalogs



Market Info

Market Dates and Hours

Atlanta Apparel

Home & Gift

Rug

Market Wednesday

Hotel + Travel

Hotel Reservations

Directions & Parking

Directions & Maps

Parking

Free Parking

Transportation / Shuttles

Air Travel

Transportation Services

Atlanta City Guide

Campus / Floor Maps

Seminars & Events

Market Wednesday

Home & Gift Events

April Apparel Events

Rug Events

Food Locations

Wi-Fi

Bienvenido a AmericasMart



Para los Compradores

[Por qué AmericasMart »](#)

[Información para asistentes internacionales »](#)

[Registro »](#)

[Políticas de admisión »](#)

[Preguntas frecuentes de los compradores »](#)

Para los Expositores

[Por qué AmericasMart »](#)

[Información para expositores internacionales »](#)

[Registro »](#)

[Preguntas frecuentes de expositores »](#)

JOIN US!

Register Today

CLICK TO CONNECT

Me gu



Send this to a friend

Fashion Accessories



Goldenstella.com

JACARII

*www.tradetrainingperu.com
info@tradetrainingperu.com*

¡ MUCHAS GRACIAS !