



# COMO PARTICIPAR EN UNA FERIA

## Departamento de Agro y Agroindustria



# ¿Por qué exportar?



- ***Mejores precios***
- ***Mercados mas grandes***
- ***Evita saturación del mercado interno.***

# Rol de PROMPERU



**Acompañar y apoyar a las empresas peruanas en la promoción de sus productos en los mercados internacionales y en las principales ferias del sector Alimentos.**

# ¿POR QUÉ PARTICIPAR EN FERIAS?



- **Mecanismo de Promoción directo.**
- **Información actualizada y tendencias.**
- **Análisis de la Competencia.**
- **Desarrollo de capacidades.**



# IMPORTANCIA COMERCIAL



- Una feria es un centro de contactos comerciales que facilita un gran número de encuentros entre proveedores y clientes, actuales o potenciales, difícil de alcanzar por otro medio, sobre todo, si los últimos proceden de países extranjeros



# POR LO TANTO...



- Las Ferias son un mecanismo privilegiado de promoción comercial, que facilita el acceso y la permanencia de un producto en un determinado mercado.
- Permite combinar elementos como:
  - ✓ Promoción
  - ✓ Publicidad
  - ✓ Investigación de mercados
  - ✓ Relaciones públicas
  - ✓ Capacitación

# LA DECISION DE PARTICIPAR O DECISION DE INVERTIR



**Participar en una feria es una  
Inversión...**

**porque es el aporte de un recurso con  
fines de reproducción de capital con  
ánimo de una ganancia.**



# TIPOS DE FERIA



## ✓ POR TIPO DE PRODUCTOS

- SECTORIALES
- MULTISECTORIALES

## ✓ POR TIPO DE PUBLICO

- GENERALES
- ESPECIALIZADAS

## ✓ POR AMBITO GEOGRAFICO

- REGIONAL
- NACIONAL
- INTERNACIONAL



# EXPOSICIONES UNIVERSALES



- Son eventos en los que participan todos los países del mundo.
- Dan a conocer tecnología, cultura, ciencia, historia.
- Se organizan en torno a una temática central.
- Por ejemplo :
  - 2010 Expo Shanghai
  - 2012 Floriade.



# ETAPAS DE UNA FERIA



Para participar en una feria se deberán considerar tres etapas :

- 1. PRE – FERIA**
- 2. DURANTE LA FERIA**
- 3. POST - FERIA**



# PRE - FERIA



1. Definir presupuesto y cronograma de actividades.
2. Elaboración de catálogos, folletos y lista de precios.
3. Agendar reuniones con potenciales clientes.
4. Identificar competencia.
5. Elección y envío de los productos a exhibir.
6. Selección de diseño y ubicación del stand.



**La preparación pre-ferial, representa el 70% de la logística de participación**

# PRE - FERIA



## 1. Definir presupuesto y cronograma de actividades.



# PRE - FERIA



## 2. Elaboración de catálogos, folletos y lista de precios



# PRE - FERIA

## 3. Agendar reuniones con potenciales clientes.



Portal Metrik Co.

http://comunidad.metrikco.com/calendario

37 signals.apple Apple España (101) Amazon eBay Yahoo! Noticias (143)

### Calendario

Vista calendario Vista de Lista Salas Disponibles

Eventos para 01.Enero.2008

08:00 Elaborar propuesta estandar de consultoria InCompany

**Agregar evento**

Tipo Evento:  
Actividades personales

Datos generales

Título de la actividad:

Ej.: Pagar cuenta telefónica

Fecha del evento:  
2008-01-0

Hora inicio:  
08 : 00

Hora fin:  
09 : 00

Descripción (opcional)

Descripción (opcional):

Agregar

Martes, 01 de Enero de 2008

Click en un evento para ver detalles.

« Mes anterior | Mes siguiente » | Hoy

Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab	Dom
31	1 08:00 Elaborar propuesta	2 08:00 Plan de negocio 08:00 Coordinar reunión 11:00 Hacer propuesta 1 Evento(s) más ...	3 08:00 Llamar a Jorge	4 08:00 Enviar invitación al 15:00 Presentación JRG	5	6 20:00 Despedida Carlos
7	8 10:00 Reunión Marine 15:00 Reunión de diseño 19:30 Salomón Valel a	9 08:00 Reunión con	10 09:00 Llamar a Ricardo 10:00 Vale Vista Manuel 15:00 Reunión PHD	11	12	13
14 16:00 Reunión con Alimex	15 11:00 Cita con Hector de 11:00 Reunión 12:00 Reunión Victor 2 Evento(s) más ...	16 09:00 Reunión INSOS 15:30 Retomando	17 08:00 enviar acta a	18 08:00 Respuesta 10:00 Reunión - 15:00 Reunión Novartis	19	20
21 08:00 Realizar Taller de 08:00 Enviar propuesta 08:00 Enviar propuesta 5 Evento(s) más ...	22 08:00 llamar a eduardo 10:00 Llamas Gerencia	23	24	25	26	27
28 10:00 Reunión con Pedro	29 08:00 Llamar eduardo	30 09:00 Definir perfiles de 11:00 Reunión INSOS + 22:00 Partido contra los	31 08:00 Llamar victor 08:00 Llamar a Andrés 13:00 Almuerzo María 1 Evento(s) más ...	1 10:00 Reunión Metrik -	2	3

# PRE - FERIA



## 4. Identificar competencia.



# PRE - FERIA

## 5. Elección y envío de los productos a exhibir.



# DURANTE LA FERIA



1. Comportamiento profesional.
2. Atención a potenciales clientes.
3. Registro de la información obtenida.
4. Participación en eventos paralelos (Ruedas de Negocios, Reuniones Técnicas, Congresos, Seminarios, Cocktail, inauguraciones).

**Las actividades previstas durante la realización de la feria, representan el 10% de las actividades realizadas.**



# DURANTE LA FERIA



## 1. Comportamiento profesional.



# DURANTE LA FERIA



## 1. Comportamiento profesional.



# DURANTE LA FERIA



## 2. Atención a potenciales clientes.



# DURANTE LA FERIA



## 3. Registro de la información obtenida.



# DURANTE LA FERIA



4. Participación en eventos paralelos (Ruedas de Negocios, Reuniones Técnicas, Congresos, Seminarios, Cocktail, inauguraciones)



# DURANTE LA FERIA

## RUEDAS DE NEGOCIOS



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



# POST FERIA



1. Evaluación de la información y organizarla.
2. Socialización de los resultados.
3. Seguimiento y monitoreo.



**Son muy importantes las gestiones y el seguimiento que se realiza después de la feria, aunque representa el 20% de toda la organización.**

# CONSIDERACIONES



- no realizar ventas durante la primera feria comercial no significa un fracaso viceversa.

El éxito de una presentación se debe fundamentalmente al manejo profesional de la etapa pre – evento.

- Si nuestro producto se vende bien en nuestro país o en otros mercados no necesariamente tendrá éxito de inmediato en el mercado visitado.
- Las empresas compradoras analizan todos los pormenores antes de tomar una decisión, envían compradores profesionales y para tomar una buena decisión necesitan información de calidad.



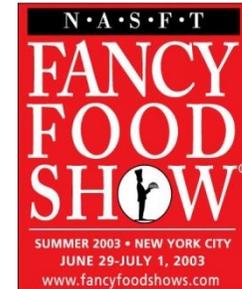
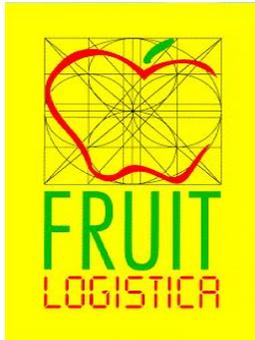
# CONSIDERACIONES



- Puede realizar contactos, nadie se lo impedirá...
- Puede conocer de cerca la competencia, las tendencias de los productos y el mercado.
- Puede recoger información estratégica para su Plan de Negocios.
- Puede analizar la importancia y la calidad de la feria y la viabilidad de su participación como expositor posteriormente.



# Ferias internacionales 2011







**GRACIAS**

