



PERU

FERIAS COMERCIALES

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

Victor Sarabia Molina

Agro y Agroindustrias

vsarabia@promperu.gob.pe

06 de julio de 2016

Lima , Perú



Y por qué exportamos?

- Conseguir mejores precios,
- Mercados con mayor capacidad de consumo y volumen de compra.
- Evitar saturación del mercado interno, manejo de excedentes.

Qué es una Feria?

Es un espacio de contactos comerciales que acerca a un proveedor de un bien o servicio con un demandante.

Permite acceder a 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 otra región o país.

- Herramienta de promoción directa de promoción comercial.
- Obtención de información actualizada y tendencias del consumo, modas.
- Análisis y medición de la competencia.
- Permite combinar:
 - Promoción,
 - Publicidad,
 - Investigación de mercados
 - Relaciones públicas

La decisión de participar, decisión de invertir

- Participar en una feria es una Inversión...
- ...que no siempre trae un retorno inmediato o tangible.
- Requiere como toda inversión de un análisis económico previo y el monitoreo respectivo.

- ✓ **Por el tipo de productos / servicios ofrecidos**
 - Sectoriales
 - Multisectoriales

- ✓ **Por el público asistente**
 - Generales
 - Especializadas - profesionales

- ✓ **Por el ámbito geográfico**
 - Regionales
 - Nacionales
 - Internacionales

- Son eventos mundiales donde se dan a conocer lo más representativo de cada país: cultura, historia, gastronomía, ciencia, artes, etc.
- Generalmente se trata de presentaciones temáticas.
 - Expo Universal Shanghai 2010
 - Expo Internacional Floriade – Holanda 2012
 - Exposición Universal de Paris -1900

Para participar en una feria se deberán considerar tres etapas :

1. Antes

2. Durante

3. Después: Post feria

1. Definir presupuesto y cronograma de actividades.
2. Elaboración de catálogos, folletos y lista de precios.
Material Promocional
3. Agendar reuniones con potenciales clientes.
4. Identificar productos de la 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

1. Definir presupuesto y cronograma de actividades.



FRUIT LOGISTICA 2011		
Costos por items		
I. Costos de Espacio	EUROS	S/.
Espacio	49.725	223.763
Inscripción catálogo oficial	499	2.246
Coexpositores al catálogo	1.170	5.265
AUMA	133	597
Sub total	51.527	231.870
IVA 19%	9.790	44.055
Total de Espacio	61.317	275.925
II. Costos de Consultor		
Pasaje (s)	2.700	12.150
Estadía por 6 días, Viáticos + Día de instalación, desmontaje	1.234	5.551
Asist Card	0	0
Impuesto de Salida	0	0
Total de Consultor	3.934	17.701
III. Costo de Decoración		
Decoración cotizada por metro cuadrado incluidos impuestos	69.836	314.262
Servicios Electricidad y Agua	678	3.050
Servicio Internet	1.356	6.100
Total de Decoración	71.869	323.412
IV. Costo Servicios		
Envío de muestras	0	0
Catálogo + CD's	2.033	9.150
Gigantografías	2.711	12.200
Costos de Transferencia	106	475
Personal de apoyo	1.280	5.760
Implementación Catering	6.500	29.250
Total Servicios	12.630	56.835
Imprevistos	1.000	4.500
TOTAL	150.749	678.373

2. Elaboración de catálogos, folletos y lista de precios



PROMPERU promotes commercial contact between Peruvian companies and their clients abroad for the purpose of establishing productive and long-term business relationships. Along those lines, PROMPERU takes part in the most important international food fairs and events through a carefully selected list of companies and an ever increasing product portfolio. Likewise, it conducts and makes arrangements for visits by trade missions from other countries to Peru in order to give them the opportunity to learn first-hand the different aspects of food production.

秘鲁贸促会致力于推动秘鲁公司和国外客户之间的商业联系，目的是为了彼此建立富有成效和长期的贸易合作关系。秘鲁贸促会积极参加各种最重要的国际性食品展览和活动，藉此将精心挑选的秘鲁公司和产品做推广宣传。同样，秘鲁贸促会也为来自其他国家的贸易代表团做各种贸易接洽的安排，让他们有机会了解到第一手的食品生产的不同方面，相互交流，取长补短。



- CAMPOSOL
www.camposol.com.pe
- ECO ACUICOLA - ALSUR PERU
www.ecosac.com.pe
www.alsurperu.com.pe
- WONG INTERNATIONAL BUSINESS
www.wongib.com
- AL INVEST IV - CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA
www.camaralima.org.pe

Alimentaria 2010
BARCELONA, ESPAÑA
Recinto Gran Via
Pabellón 1 Nivel 0 Stand E120
Del 22 al 26 de Marzo

■ CAMPOSOL

Productos:
Espárgagos verdes y blancos frescos, enlatados y congelados
Pimientos enlatados y congelados
Mango fresco, enlatado y congelado
Patitas frescas y congeladas

Certificaciones:
HACCP, GLOBALGAP, TESCO, GMP-GAP, KOSHER, GMA-SAFE, BASC, BRC Y S.O, IFS, BSCI, CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA, PACTO MUNDIAL, PM AGRICULTURA SOSTENIBLE

Contacto:
Michael Henney
Gerente General
(51) 441 5134
mhenney@camposol.com.pe
www.camposol.com.pe



■ CONSORCIO ANDENATURA

Productos:
Té verde y negro
Infusiones orgánicas y aromáticas de hierbas nativas de los andes peruanos
Trazas orgánicas y convencionales enlatadas, en aceite vegetal o agua y sal

Certificaciones:
HACCP, USDA (USA), GAP, AGRICULTURA ECOLÓGICA (UE), CERTIFICADO DE ORIGEN

Contacto:
Cristóbal Mar
Socio del Consorcio
(5184) 984 272761
gerencia@andenatura.com
www.andenatura.com



■ ECO ACUICOLA - ALSUR PERU

Productos:
Pimientos enlatados
Alcachofas en frascos
Alcachofas congeladas IGF

Certificaciones:
HACCP, ISO9001, ISO14001, GLOBAL GAP, BRC, BASC

Contacto:
Juan Puga
Representante de Ventas
(51 54) 959 221983
jpuga@ecosurperu.com
www.ecosac.com.pe
www.alsurperu.com.pe



■ WONG INTERNATIONAL BUSINESS

Productos:
Frijoles, Miso, Pimientos, Quinoa, Pápales amarillos

Contacto:
Hector Wong
Gerente
(5111) 431 0774
hectorwong@wongib.com
www.wongib.com



Visit us at:



Fora Internacional de Alimentos y Bebidas, Maquinaria
Equipos, Insumos, Envases y Servicios

Lima, Setiembre 2010
www.expoalimentariaperu.com



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 consultoría InCompany

Martes, 01 de Enero de 2008 [Clic en un evento para ver detalles.](#) [« Mes anterior](#) | [Mes siguiente »](#) | [Hoy](#)

Enero

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 Allmex	15 11:00 Cita con Hector de 11:00 Reunión 12:00 Reunión Victor 2 Evento(s) más ...	16 09:00 Reunión INS05 15:30 Retomando 15:30 Reunión Eduardo 4 Evento(s) más ...	17 08:00 enviar acta a	18 08:00 Respuesta 10:00 Reunión - 15:00 Reunión Novarte	19	20
21 08:00 Realizar Taller de 08:00 Enviar propuesta 08:00 Enviar propuesta 5 Evento(s) más ...	22 08:00 Viaje a PMC 08:00 llamar a eduardo 10:00 Llamas Gerencia	23	24	25	26	27
28 10:00 Reunion con Pedro	29 08:00 Llamar eduardo	30 09:00 Definir perfiles de 11:00 Reunión INS05 + 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 Reunion Metrik -	2 17:00 Web Salmon Valel	3 16:30 Junta con Oxus

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

4. Identificar a la competencia y sus productos



5. Elección y envío de los productos a exhibir.



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, Coctel, inauguraciones).

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

1. Comportamiento profesional.



... profesional.



2. Atención a potenciales clientes.



3. Registro de la información obtenida.



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



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



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, pero debemos aprovechar el potencial que estas ruedas de negocios pueden ofrecer.
- No necesariamente una feria incluye ruedas de negocios.



1. Organización y evaluación de la información.
2. Socialización de los resultados.
3. Seguimiento y monitoreo.

Son muy importantes las gestiones y el seguimiento que se realiza después de la feria. Permite filtrar contactos







- El éxito de una presentación se debe fundamentalmente al manejo profesional de la etapa Pre – Feria.
- No realizar ventas durante la primera feria comercial no significa necesariamente un fracaso y viceversa.
- Si nuestro producto se vende bien en nuestro país o en otros mercados, no necesariamente ha de tener 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.
- Un buen comienzo: Asistir como visitante para evaluar la importancia y calidad de la feria.





PERU

Gracias
vsarabia@promperu.gob.pe