



# 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.



*prom*  
perú

COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO

Coordinación Agro y Agroindustria

# PRE - FERIA

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



# PRE - FERIA

## 3. Agendar reuniones con potenciales clientes.



Portal Metrik Co.

http://comunidad.metricko.com/calendario

Calendario Vista calendario Vista de Lista Salas Disponibles

Eventos para 01.Enero.2008

Martes, 01 de Enero de 2008

Calendario de Enero 2008

Lun	Mie	Mie	Jue	Vie	Sab	Dom
	08:00 Reunión propuesta	08:00 Plan de negocio 08:00 Coordinar reunión 11:00 Reunión propuesta 1 Evento(s) más ...	08:00 Llamada a Jorge	08:00 Enviar invitación a 11:30 Presentación JGD		20:00 Despedida Carica
	10:00 Reunión Pamela 11:00 Reunión de cierre 19:30 Seminario a	08:00 Reunión con	08:00 Llamada a Ricardo 10:00 Vide Vela Manuel 13:00 Reunión PHD			
18:00 Reunión con Alvaro	11:00 Cita con Hector de	09:00 Reunión INEPA	18:00 Enviar carta a	08:00 Respuesta		
	11:00 Reunión 12:00 Reunión Victor 2 Evento(s) más ...	15:30 Reunión 15:30 Reunión Estuardo 4 Evento(s) más ...		10:00 Reunión 12:00 Reunión Niverto		
08:00 Reunión Tiber de 08:00 Enviar propuesta 08:00 Enviar propuesta	08:30 Vide a PHC 08:30 Llamada a Ricardo 10:00 Llamada Gerencia					
10:00 Reunión con Pedro	08:00 Llamada alvaro	09:00 Definir partes de 11:00 Reunión INEPA 12:00 Reunión con Carlos	08:00 Llamada a Victor 08:00 Llamada a Andrés 13:00 Acuerdo Pamela 1 Evento(s) más ...	10:00 Reunión Pamela 17:00 Reunión con Víctor		

**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:  
08:00

Descripción (opcional):

Descripción (opcional):

Agregar

# PRE - FERIA

## 4. Identificar competencia.



*prom*  
*perú*

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Coordinación Agro y Agroindustria

# 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**

