

Si usted no puede visualizar correctamente este mensaje, [presione aquí](#)



**Boletín técnico de INDISA S.A.**

Medellín, 22 de octubre de 2010

No.88

**A PROPÓSITO DE FERIAS INTERNACIONALES**



**Autor: Ingeniero Fabio Vélez M.  
Director de Planeación y Meradeo  
INDISA S.A.**

***Por estos días se están realizando en Colombia varias ferias de talla internacional. Como la participación en estos eventos se está convirtiendo en una de las herramientas más útiles de mercadeo, presentamos aquí algunas ideas a tener en cuenta cuando se piense participar en una de ellas, ya sea como expositor o como visitante.***

**MERCADEO**

Hoy la supervivencia de las empresas depende de la velocidad de respuesta a las necesidades de los consumidores y de la creatividad.

Las ferias, como actividad de mercadeo se conocen desde la antigüedad, en los cruces de las caravanas; ferias como tales se registran desde la edad media.

Las ferias internacionales ofrecen una serie de oportunidades de gran importancia: permiten presentar los productos ante un gran número de potenciales compradores evaluando sus reacciones ante la oferta, facilitan el conocimiento de la competencia y permiten realizar un gran número de contactos en un breve tiempo. Básicamente, son grandes eventos comerciales de exhibición de productos y servicios. La concentración en un mismo lugar y en un lapso reducido de tiempo de importadores, compradores, distribuidores, agentes, representantes, empresarios, académicos y visitantes calificados, otorga a los participantes expositores o visitantes, la posibilidad de maximizar el número de contactos, con menor dispersión de esfuerzos. Estas ferias son uno de los elementos de mercadeo de mayor futuro en el fomento de los intercambios internacionales, en este mundo globalizado.

#### ¿POR QUÉ ASISTIR A UNA FERIA INTERNACIONAL?:

En una feria internacional se puede participar como expositor o como visitante. Para obtener el máximo beneficio y optimizar los costos, se debe tener muy claras las razones que motivan la participación en una u otra modalidad (o ambas).

#### **Razones para Participar como expositor en una feria**

1. Ganar cuota de mercado y reforzar una determinada imagen de marca de la forma más económica y eficiente.
2. Establecer una interacción directa entre comprador y vendedor, cara a cara.
3. Obtener un alto volumen de información en un corto plazo de tiempo.
4. Establecer contactos comerciales: Encontrarse con los clientes habituales y/o captar nuevos clientes.
5. Tomar el pulso al mercado y conocer las tendencias actuales y futuras.
6. Comprobar el grado de satisfacción de los clientes reales o potenciales respecto a nuestros productos y los de los competidores.
7. Obtener feedback inmediato en la introducción de nuevos productos y/o mejoras en los ya existentes.
8. Intimar con otros profesionales del sector para comentar problemas y nuevas tendencias.
9. Tener una idea clara acerca de la competencia: Quien es y cuál es la posición de nuestra entidad con respecto a los demás. También poder conocer a los clientes de la competencia.
10. Participar en jornadas y actos paralelos que ayudan a evaluar la evolución y tendencias del mercado.
11. Oportunidad inmejorable para identificar posibles proveedores, subcontratistas, representantes, importadores y distribuidores.
12. Acelerar el proceso de decisión de compra.
13. Generar oportunidades de exportación. Las ferias proporcionan el acceso al mercado internacional al mejor precio y constituyen una auténtica plataforma en la estrategia de internacionalización de las empresas.
14. Investigar sobre la política de precios de nuestra entidad respecto a la competencia.
15. Contribuir a reforzar la imagen de la empresa

#### ACTIVIDADES PRE FERIA

- Seleccionar la feria
- Definir los objetivos de la participación en la feria

¿Vender?	Búsqueda y selección de distribuidores, agentes comerciales, distribuidores, que comercialicen nuestros productos / servicios en el país elegido.
¿Comprar?	Selección de nuevos proveedores, contrastar condiciones y precios compra, características de la mercancía, plazos de entrega, etc.
¿Estudiar a la Competencia?	Analizarla, conocer sus precios y políticas de actuación.
¿Buscar Nuevos Productos?	Productos complementarios de la gama actual u otros nuevos para comercializar, tanto en mercados internacionales como en el mercado nacional
¿Comparar Tecnologías de Producción?	Analizar factores productivos en el extranjero, cuya adquisición puede abaratar costes en la fabricación de nuestros productos.

- Elaborar presupuesto de la participación en la feria
- Elaborar cronograma de actividades

- Inscripción y pagos
- Elección del stand
- Diseño del stand
- Elección de elementos presentes en la feria
- Definir personal que atiende el stand
- Estrategia de promoción y publicidad
- Logística para el envío de productos
- Solicitar servicios requeridos
- Logística para transportes y hospedajes

#### ACTIVIDADES DURANTE LA FERIA

- Montaje del stand, equipos y supervisión
- Registro de clientes y visitantes al stand
- Contacto con clientes potenciales fuera del stand
- Atención del stand
- Asistencia a eventos paralelos

#### ACTIVIDADES POST FERIA

- Desmontaje del stand
- Envío de productos a destino final
- Informes post feria
- Reunión con el equipo de la empresa
- Seguimiento a los contactos de interés
- Envío de correos electrónicos de agradecimiento a las visitas hechas a la feria
- Envío de información a la que se ha comprometido en las entrevistas
- Elaborar cronograma de labores a realizar durante un plazo de 1 año con las empresas y organismos que ha mantenido contactos.
- Análisis de los resultados de la feria

#### **Razones para asistir a una feria como visitante**

Para obtener rentabilidad a la participación en una feria en calidad de visitantes lo mejor es preparar bien la visita. Consulte la web de los organizadores y consiga el listado de expositores. Si detecta algún contacto interesante haga lo posible por establecer una cita o anuncie su visita a su stand. Las ferias son normalmente muy intensas y se mantiene un número de conversaciones y contactos muy importantes en un período de tiempo muy corto. Haga un seguimiento de los contactos establecidos. Anote los datos de contacto, la actividad, si actúan como importadores, exportadores o intermediarios, si mantuvo una entrevista personal, material entregado, compromisos conseguidos etc. Es decir, los datos relevantes que le permitirán hacer un seguimiento posterior. Estos contactos podrán servir cómo vía de entrada a jóvenes mercados, por lo que es muy importante documentar todas las actuaciones para una correcta toma de decisiones.

Cuando planee su participación, tenga claro cuáles de estas razones son las suyas:

1. Obtener información sobre novedades. Las ferias permiten asistir en directo a demostraciones y presentaciones de nuevos productos y/o servicios.
2. Pre-seleccionar a los vendedores que nos interesan y realizar compras cara a cara con el vendedor.
3. Comprobar directamente las características de los productos antes de la compra.
4. Comparar precios y condiciones entre toda la oferta especializada.
5. Solucionar problemas y discutir nuestras necesidades con el personal técnico.
6. Conocer las tendencias del sector.
7. Visitar a proveedores actuales y potenciales y comparar entre ellos. Visitar a clientes actuales y potenciales.
8. Asistir a congresos, seminarios y actos paralelos, fuente indiscutible de información sobre las tendencias y la evolución del sector.

9. Proyectar una determinada imagen de poder de compra.
10. Cambiar la imagen que el vendedor tiene de nuestra empresa.
11. Evaluar las posibilidades de una participación futura como expositor.

#### RECOMENDACIONES ÚTILES

Trate de conseguir las entradas con anticipación para no perder tiempo haciendo fila para registrarse.

Equípese de un mapa y tómese un tiempo para ver la organización de los pabellones y decidir de su recorrido.

No empiece la visita por donde todos los demás la empiezan, vaya en sentido contrario. De esta manera no estará empujado por la multitud y los expositores tendrán más tiempo para usted.

Use zapatos cómodos. Recuerde que hará largos recorridos y permanecerá largo rato en pie.

Intente « leer » el stand de un expositor: **Su stand refleja su empresa**, su manera de trabajar y por supuesto su manera de cumplir los pedidos.



**1 usted suficientes tarjetas.** El hecho de dar una tarjeta a alguien le muestra la posibilidad de hacer negocios con esta persona, más que si ve tu nombre en una lista.

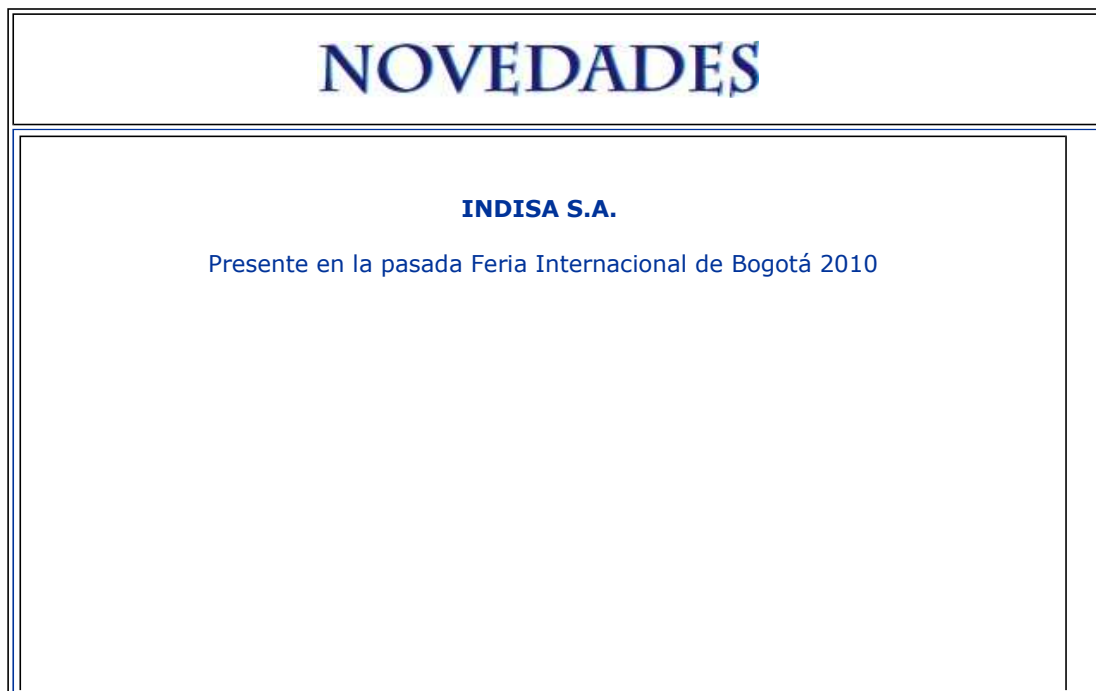
**correctamente** y adáptese a la feria a cual va. En este punto, las costumbres según el país.

Seguro que conocerá otros visitantes. Tómese un café y un descanso con ellos a medio camino, para **intercambiar opiniones y hallazgos**.

Lleve consigo un pequeño **bloc de notas y una grapadora de bolsillo**. Grape en el bloc de notas las tarjetas de los expositores que merecen un seguimiento inmediato después de la feria.

Ultimo consejo, **localice dónde están los baños y servicios de restaurante**.

Disfrute la feria!





### EL CIRCO DEL SOL en Bogotá del 19 de octubre al el 21 de noviembre



Se presenta en Bogotá el espectáculo del Circo del Sol llamado **QUIDAM**, *el viaje de una joven en un mundo imaginario.*

**Si usted no recibe esta publicación directamente de INDISA S.A. o si desea recomendarnos a alguien para que la reciba, [presione aquí](#)**

Para consultar las ediciones anteriores del boletín INDISA On line, puede entrar a <http://indisaonline.8m.com/>. En esta página se encuentran todos los boletines en formato de página web, para que usted pueda grabarlos en su computador e imprimirlos.



**INDISA S.A.**  
INGENIERIA DE PROYECTOS

Tel: (574) 444 61 66

Medellín-Colombia

[mercadeo@indisa.com.co](mailto:mercadeo@indisa.com.co)

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