

# FERIAS, EXPOSICIONES Y MISIONES COMERCIALES

Las actividades de promoción comercial representan una herramienta esencial dentro de las estrategias de venta industrial e internacional, pues su objetivo principal es generar contactos de negocio, incentivar las compras, fidelizar clientes y motivar a los equipos de ventas. Estas acciones contribuyen a fortalecer la posición competitiva de las empresas en los mercados globales, facilitando la expansión de sus operaciones y el reconocimiento de su marca.

En este sentido, los exportadores participan activamente en este tipo de actividades para mostrar sus productos o servicios, establecer nuevos contactos comerciales, fortalecer relaciones con clientes actuales, introducir innovaciones y educar al mercado a través de materiales informativos, audiovisuales o digitales. Además, este tipo de promoción permite alcanzar mercados y compradores potenciales a los que la fuerza de ventas tradicional no suele llegar, optimizando los esfuerzos de expansión internacional.

Las empresas suelen combinar **estrategias de empuje (push) y de atracción (pull)** en sus acciones de promoción comercial. La primera busca incentivar la participación de intermediarios, distribuidores o mayoristas, mientras que la segunda pretende captar la atención del consumidor final destacando los beneficios, atributos y valores diferenciales del producto o servicio. Esta sinergia permite una cobertura más amplia y una mayor efectividad en la comunicación de la oferta empresarial.

Entre las principales herramientas de promoción comercial destacan:

- **Ferias Comerciales**

Una feria comercial es un evento organizado, usualmente de carácter temporal, donde empresas de una industria o sector se reúnen para exhibir sus productos o servicios, realizar demostraciones, establecer contactos comerciales y generar ventas. Se caracteriza por juntar en un mismo espacio y en un periodo determinado, oferta y demanda interesadas. Las ferias pueden ser nacionales o internacionales, especializadas (un sector específico) o multisectoriales.

# FERIAS, EXPOSICIONES Y MISIONES COMERCIALES

Los interesados en participar deben conocer el perfil del visitante al evento para llevar publicidad e información de acuerdo con este.

- **Exposiciones**

Suelen ser muy similares a ferias en cuanto a exhibición de productos, innovación, demostraciones y espacios para networking. En muchos contextos, “feria” y “exposición” se usan casi indistintamente, aunque algunas ferias permiten ventas directas, mientras que en exposiciones se da más énfasis a mostrar, comparar o ambientar productos.

- **Misiones Comerciales**

Una misión comercial es una delegación organizada de empresas (a veces con apoyo público) que viajan a uno o más países para reunirse con compradores, distribuidores o agentes locales con el fin de explorar oportunidades de negocio. No es una exhibición general, sino un programa estructurado de reuniones B2B.

Según los organismos de comercio, estas misiones permiten establecer relaciones clave, visitar mercados con contactos previamente concertados y reducir el ciclo de ventas en mercados extranjeros.

***Referencia:***

*Redacción PromPerú. Exportando con Exporberto. PromPerú. Recuperado de:*

*<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/ee5d6a5d-4a36-47af-a705-38b8bc4fbcf9/content>*