



*La relación entre las empresas y las ferias experimenta profundos cambios*

## La feria como instrumento comercial

“ Los tiempos que vivimos y la vida que llevamos, no nos permiten más que de tarde en tarde recordar con añoranza los tiempos pasados y comparar cómo se hacían las cosas hace veinte años y cómo se hacen ahora.

Incluso tomando un lapso de unos cuantos años menos, se puede observar la agilidad que todo está teniendo, la enorme capacidad para el cambio de esquemas, fórmulas, modos y maneras.

El mundo del comercio no es ajeno a este fenómeno y ha modificado en mayor o menor medida su posicionamiento en el mercado: la demanda y la oferta tienen motivos distintos en sus actuaciones.

La figura de la feria también ha tenido que adaptarse si ha querido mantener su existencia y razón de ser.

Así las ferias han ido naciendo para atender la solicitud de una oferta que ha deseado concentrarse en el espacio y en el tiempo y dar así mayor atención a su propia demanda.

Estas filosofías han cambiado en los últimos años: ahora se expone en las ferias por razones como la presentación de una novedad, el prestigio, para

*“ Hay que valorar la conveniencia de la utilización de las ferias por parte de las empresas, a la vista de las posibilidades de negocio que pueden ofrecerles.”*



**VICENTE PERIS PIZARRO,**  
Director de Iberflora,  
Dos Ruedas, Indutrans  
y Expocarne.

mantener la relación con los clientes, y, ya casi en último término, para vender.

Por otra parte, hasta hace poco, las organizaciones feriales entendían que la clave del éxito radicaba en la participación de firmas expositoras, mientras que hoy, en algunos certámenes ya empieza a notarse la inversión de los términos: las empresas exponen si están garantizados los visitantes.

En las ferias consolidadas, esto se ha podido afrontar de forma natural; otra cosa es cuando se trata de certámenes sin una historia suficiente o que son atacados por otros. Este caso ofrece grandes dudas a visitantes y a expositores y la organización de la feria se ve obligada a reciclar sus propios planteamientos.

Tanto hace veinte años como hoy, las ferias que han sabido adaptarse a las nuevas tendencias de sus sectores son ferias que siguen cumpliendo con una misión comercial.

En ocasiones fallan las empresas creyendo que basta estar en un stand, cuando esto es el principio de una serie de acciones que deben reforzarse entre sí.☺

## Directorio

### FERIAS ESPECIALIZADAS EN TECNOLOGIA Y/O COMERCIO DE ORNAMENTALES

#### Feria Internacional de la BVA

P.O. Box 1454  
1430 BL Aalsmeer, Holanda  
Tel.: +31-(0)2977-440 33  
Fax: +31-(0)2977-268 50

#### NTV

P.O. Box 7777  
1070 MS Amsterdam, Holand  
Tel.: +31-(0)20-549 12 12  
Fax: +31-(0)20-646 44 69

#### PROFLORA

Cra. 9A N° 90-53  
Santafé de Bogotá, Colombia  
Tel.: +57-1-257 93 11  
Fax: +57-1-218 36 93

#### GROWER EXPO

P.O. Box 9  
Batavia, IL 60510, EE.UU.  
Tel.: +1-708-208 9089  
Fax: +1-708-208 9350

#### IBERFLORA

Avda. de las Ferias, s/n  
46035 Valencia, España  
Tel.: +34-(9)6-386 11 00  
Fax: +34-(9)6-363 61 11

#### SIAF

Av. Visc. de Suassuna 923,  
s. 907/908 Boa Vista  
CEP 50050 Recife (PE), Brasil  
Tel/Fax: +55-(0)81-42130 32  
Fax: +55-(0)11-285 32 37

#### MIFLOR

Via Vincenzo Foppa 7  
20144 Milán, Italia  
Tel.: +39-(0)2-498 78 41  
Fax: +39-(0)2-481 48 52

#### PLANTEC

Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main,  
Alemania  
Tel.: +49-(0)69-75 75 63 94  
Fax: +49-(0)69-75 75 67 58

# HO Horticultura Ornamental

NEGOCIOS Y TECNICAS HORTICOLAS