



FERIAS VIRTUALES, FUTURO VIVO

Abiertas las 24 horas del día, 365 días al año: Las ferias virtuales son una nueva herramienta de promoción que cada vez se tiene más en cuenta. Para las grandes empresas, es el complemento ideal como refuerzo a las ferias presenciales. Para los menos poderosos como las pymes, es la única oportunidad de acceder a un evento de estas características.

por M. MARTÍNEZ

Las ferias virtuales no tienen límites de ningún tipo: ni temporales (funcionan las 24 horas del día, todos los días del año), ni espaciales (se desarrollan en un espacio virtual infinito), ni territoriales (pueden captar clientes en todo el mundo), ni económicos (suponen menos costes en todos los sentidos). Son las ventajas de las nuevas tecnologías aplicadas al mundo ferial.

Este tipo de ferias funcionan a través de Internet y consisten en un espacio virtual creado en tres dimensiones, a imagen y semejanza de un recinto ferial cualquiera, en el que las empresas contratan su stand tridimensional. Así pues, ante la pantalla del ordenador nos aparece una pequeña ciudad, con sus edificios e instalaciones, pero también con zonas ajardinadas y personas que transitan entre las distintas sedes. Dada su amplia capacidad, estas ferias complementan a menudo sus espacios expositivos con cursos de formación, servicios de asesoría, archivos de documentación e incluso zonas de entretenimiento.

EL PANORAMA ESPAÑOL

En nuestro país son varias las propuestas de este tipo con que se cuenta en la red. Es el caso de la feria virtual creada por el Instituto de la Mujer, www.soyempresaria.com, una de las ferias online que mejor funcionan del país. Entre sus modernas y vistosas instalaciones virtuales están el Palacio de Congresos, el Aula Virtual, la Biblioteca y los distintos pabellones feriales. La iniciativa se creó en 2005 con la intención de facilitar el acceso al mercado de las mujeres emprendedoras y empresarias, que "por sus características especiales encontraban dificultades", según fuentes del Instituto de la Mujer. A finales de 2007 eran ya 1.620 las usuarias de este servicio en red y 241 las expositoras permanentes en los diez pabellones empresariales divididos por áreas de negocio (Artesanía, Agroalimentaria, Industria, Comunicación, Turismo y Ocio, etc.).

El Aula Virtual es uno de los espacios más utilizados de [Soyempresaria.com](http://www.soyempresaria.com). Durante el año 2007 se ofertaron 16 cursos, a los que asistieron 251 alumnas, sobre temas variados: logística, comunicación, finanzas, informática, marketing, etc. Uno de los servicios de última generación más solicitados por las usuarias es la retransmisión en directo por Internet de dos programas de televisión propios: Nuestras Experiencias y Son Ellas (www.soyempresaria.tv).

Parece que las ejecutivas son las que más apoyan el uso de las nuevas tecnologías como herramienta de promoción ferial, ya que la Asociación Empresa Mujer (ASEM) pro-

movió, junto con la Consejería de Industria y Empleo del Principado de Asturias, la feria www.FeriaEmpresaMujer.com. Desde 2004 se puede pasear virtualmente por este recinto en tres dimensiones donde más de 1.500 empresas poseen su stand. El sitio contabilizó 5.209.374 accesos en 2007, lo que supone un promedio de 14.272 visitas diarias.

Además de su función comercial, navegar por la feria Empresa Mujer es una experiencia en parte lúdica, ya que poco a poco se van descubriendo pequeños detalles que esconden todo tipo de servicios: desde un calendario hasta recortes de prensa, pasando por una cafetería que alberga foros y chats. Destaca sobre todo el deseo de crear stands personalizados que emulen a los espacios físicos, tan necesarios en una feria presencial. José Manuel Barreiro, director de Feria Online Sistemas Virtuales, afirma que "precisamente esa era la intención, hacer 'más visible, más virtual', el contenido de la feria Empresa Mujer". Un ejemplo de ello es que idearon más de 40 modelos de stands para que cada empresa eligiera el que mejor se ajustara a sus deseos. Reproducir fielmente todas las interacciones de una feria real era también el objetivo de Imaste-ips, la empresa encargada de crear la feria de empleo Universia. Desde diciembre de 2006 los interesados pueden visitar el espacio virtual para consultar

ADEMÁS DE SALAS DE EXPOSICIÓN, LAS FERIAS VIRTUALES CONTIENEN CURSOS DE FORMACIÓN, SERVICIOS DE ASesorÍA, ARCHIVOS DE DOCUMENTACIÓN E INCLUSO ZONAS DE ENTRETENIMIENTO

ofertas de empleo, dejar sus currículums o conocer sus afinidades con las entidades participantes a través de un test de orientación. Las empresas expositoras son ya 90, a las que se suman 40 instituciones educativas, y en dos semanas intensas de feria Universia registra más de 100.000 visitantes y recauda unos 3.500 currículums. Sergio Álvarez, coordinador del departamento de Interacción, asegura que "las webs del futuro serán cada vez más virtuales" y asegura que la demanda de este tipo de ferias es "creciente". Imaste-ips ha sido designada recientemente como una Empresa con Alto Potencial Exportador por el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).



EL FACTOR ECONÓMICO, DECISIVO

Así pues, las ferias online son una alternativa especialmente útil para aquellas empresas que por motivos económicos no pueden permitirse contratar un stand en una feria convencional. No es sólo la inversión para espacio expositivo lo que implica una feria física, sino gastos de transporte, de organización, contratación de personal, impresión de folletos, etc. Además, tanta inversión (3.000 euros de media) deberá amortizarse bien durante los tres o cuatro días que dure la feria, ya que uno de los principales inconvenientes de estos encuentros es su duración limitada.

Las pequeñas y medianas empresas son las que a menudo se ven obligadas a eliminar las ferias tradicionales de su lista de gastos en marketing. Por esa razón, la escuela de negocios EOI decidió habilitar para los asistentes a sus cursos www.redepyme.com, una feria virtual en la que más de 3.500 pequeñas y medianas empresas se exponen indefinidamente sin abonar más que los costes de mantenimiento del servicio. Las salas expositivas se combinan con cursos de consolidación y creación de empresas, tutorías y asesorías, además de disponer de un directorio y un archivo de contenidos para los usuarios.

LAS FERIAS VIRTUALES NO TIENEN LIMITACIONES DE NINGÚN TIPO: NI TEMPORALES, NI ESPACIALES, NI TERRITORIALES, NI ECONÓMICAS

Redepyme y Soyempresaria.com son franquicias de la compañía Parque Ferial Online, la empresa pionera en España en la creación de ferias virtuales. Hacia 2000 decidieron iniciar este negocio, que agrupa actualmente cuatro ferias de sectores diversos en nuestro país (redpyme, soyempresaria, franquicias, náutica) y otras varias en América Latina (Perú, El Salvador, Nicaragua y Colombia).

LA FERIA CONVENCIONAL: INSUSTITUIBLE

De todas formas, hay elementos clave de los que sólo las ferias tradicionales pueden gozar: el trato directo y el acercamiento físico con el público. Ante un cliente potencial, una estrategia directa, una conversación cara a cara, siempre resultará más efectiva para cerrar un acuerdo y disipar cualquier destello de duda.

Según José Manuel Barreiro, director de Feria Online, la feria virtual es "el gran complemento a una feria presencial", porque "da la posibilidad de que más público pueda presenciar el evento y además, una vez finalizado, se puedan seguir viendo las empresas, las conferencias y realizando los negocios que dicho evento haya promocionado".

La feria en la red puede, además, facilitar el trabajo previo del visitante de la feria convencional, ya que le ayuda a establecer criterios de selección y a diseñar su estrategia de actuación in situ de forma más especializada.

Por ello, la feria virtual se perfila como una herramienta extra, una nueva forma de negocio complementaria a la feria presencial que ayudará a potenciar y fidelizar las relaciones con los clientes, aprovechando las ventajas que las nuevas tecnologías ofrecen.

ALGUNAS FERIAS VIRTUALES EN ESPAÑA

www.redepyme.com :

Agrupa a más de 3.500 pequeñas y medianas empresas de aquellos que han asistido o asisten a algún curso de la escuela de negocios EOI.

www.feriaempresamujer.com

Más de 1.500 empresas están representadas en esta feria promovida por la Asociación Empresa Mujer (ASEM).

www.soyempresaria.com

El recinto ferial online del Instituto de la Mujer supera ya las 1.620 usuarias y cuenta con 241 empresarias expositoras.

www.feriauniversia.es

Los universitarios encontrarán en esta feria ofertas de empleo y formación de 90 empresas y 40 instituciones educativas.



AL HABLA CON...
JOSÉ MANUEL BARREIRO
DIRECTOR DE FERIA ONLINE S.L.

En 2003, José Manuel Barreiro creó la empresa Feria Online S.L. cuando advirtió que lo que hasta entonces se consideraba una feria en la red no era más que un listado de empresas con su ficha de datos. Un año después presentaron www.FeriaEmpresaMujer.com, promovida por ASEM (Asociación Empresa Mujer) y la Consejería de Industria y Empleo de Asturias, una feria virtual que agrupa actualmente a más de 1.500 empresas y rebasó con creces los cinco millones de visitas en 2007.

¿Qué ventajas tiene la feria virtual frente a la presencial?

Como en todo, la virtualización nos permite estar presentes durante más tiempo. Muchas de estas ferias se convierten en Ferias permanentes, es decir, no tienen por qué tener periodicidad, ni una localización, los visitantes pueden visitarlo cuando y desde el lugar que quieran. Cualquier feria local se convierte en universal, los promotores y las empresas de los stands pueden ir realizando cambios en cualquier momento y además los usuarios pueden asistir a los actos y conferencias en directo o en diferido. Todo queda registrado.

¿Han notado un aumento de la demanda en los últimos años?

No sólo nosotros estamos notando el aumento, sino también la Red. En el año 2003 nos costaba mucho explicar a las entidades y empresas el concepto de una feria virtual, hoy por hoy es algo que casi todo el mundo empresarial tiene claro.

¿Pueden las ferias virtuales sustituir a las presenciales?

Esto es como decir que todas las tiendas van a ser sustituidas por tiendas virtuales. Como ya es lógico y normal en el mundo en que vivimos, la mayoría de las tiendas tienen su espacio virtual, por lo tanto no deberían existir ferias presenciales sin su feria virtual correspondiente.

¿Qué futuro augura a las ferias virtuales?

Yo creo que el mismo futuro que se puede esperar de Internet, la puerta a un universo nuevo en el que estamos empezando a caminar y que es modelado, diseñado y modificado cada milésima de segundo, siguiendo las directrices y tendencias que los mismos usuarios crean y solicitan.