vinetur

¿Qué retorno generan realmente las ferias profesionales del vino?

Participa en la encuesta y recibirás un Informe de Diagnóstico sobre cómo de rentables están siendo las ferias profesionales del vino

viernes 18 de septiembre de 2026

ESCRITO POR RAQUEL HERNANDO



Participar en una feria profesional supone una inversión importante para una bodega o profesional del vino.

El espacio, el stand, los desplazamientos, las muestras, el alojamiento, el personal, las reuniones, el tiempo de preparación…

Y durante unos días, el objetivo está claro: presentar los vinos, ganar visibilidad, encontrarse con clientes y distribuidores y, por supuesto, generar nuevos contactos y oportunidades comerciales.

Pero ¿qué ocurre cuando termina la feria?

Durante los últimos meses he tenido la oportunidad de hablar con diferentes bodegas y profesionales del sector y hay algunas preocupaciones que aparecen de manera recurrente.

Por un lado, cada vez resulta más complicado diferenciarse. Decenas o incluso cientos de bodegas y profesionales compartiendo un mismo espacio, con stands y propuestas que muchas veces resultan difíciles de distinguir para un visitante que dispone de un tiempo limitado.

Por otro, está la dificultad de medir el retorno real de participar en estos encuentros.

¿Cuántos contactos se han conseguido? ¿Cuántos eran realmente interesantes? ¿Cuántos han recibido seguimiento? ¿Cuánto tiempo ha pasado hasta contactar con ellos? ¿Y cuántos han terminado convirtiéndose en una oportunidad comercial o una venta?

La rentabilidad de una feria no termina cuando se desmonta el stand

Durante esos días pueden haberse mantenido decenas de conversaciones con importadores, distribuidores, compradores, sumilleres, restauradores y otros profesionales.

El problema aparece cuando toda esa información termina repartida entre tarjetas de visita, hojas de Excel, formularios, notas tomadas por diferentes miembros del equipo o, sencillamente, en la memoria de quien estuvo detrás del stand.

Y una conversación que parecía prometedora el martes puede haberse enfriado completamente dos semanas después.

Por eso he lanzado una Encuesta sobre las actuales ferias profesionales del vino, con la que quiero poner datos a una cuestión de la que hablamos mucho, pero sobre la que no siempre tenemos información suficiente: https://forms.gle/KsaGWV2QQPE2hTdn7

¿Estamos aprovechando realmente las oportunidades y contactos que generan las ferias?

El objetivo del estudio se centra en conocer cómo se están gestionando actualmente estos eventos. Número y calidad de los contactos obtenidos, herramientas utilizadas para recogerlos, tiempos y métodos de seguimiento, capacidad para medir su conversión y principales dificultades que encuentran los expositores.

Pero también hay otro problema clave.

Una persona puede descubrir una bodega hoy, interesarse por sus vinos y no estar preparada para comprar en ese momento. La cuestión es si existe después una estrategia para mantener esa relación, continuar la conversación y conseguir que aquel primer contacto no desaparezca cuando termina la feria.

¿Quién puede completar la encuesta?

La encuesta está dirigida a bodegas, grupos bodegueros, viticultores y productores independientes, distribuidores, Denominaciones de Origen, asociaciones y otras organizaciones que participan como expositoras en ferias profesionales del vino.

Completarla lleva aproximadamente 3 minutos.

Todas las respuestas serán tratadas de forma anónima y agregada. En ningún momento se publicará información que permita identificar a las bodegas, empresas o profesionales participantes.

Con los resultados se elaborará un **Informe de Diagnóstico sobre las ferias profesionales del vino, que enviaré posteriormente a quienes hayan participado en el estudio.**

Tienes aquí la encuesta: https://forms.gle/KsaGWV2QQPE2hTdn7

Si participas como expositor en ferias profesionales del vino, me encantará contar también con tu experiencia. Y si conoces a alguna bodega o profesional al que pueda interesarle participar, puedes hacerle llegar la encuesta.