

GUÍA PARA PARTICIPAR EN RUEDAS DE NEGOCIOS DE ARTESANÍAS PARA EMPRESARIOS Y EMPRESARIAS DE LA MIPYME



Programa Promoción de la
Microempresa, Pequeña
y Mediana Empresa en Guatemala
-PROMOCAP-



Supervisión:

Sybille Thielsch

Autora:

Magdala Sagastume/Consultora Independiente

Orientación y revisión:

Ligia Orantes
Norah Becerra
Miguel Angel Figueroa

Deutsche Gesellschaft für
Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH

Cooperación técnica alemana

Programa Promoción de la Microempresa,
Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala
GTZ PROMOCAP
13 calle 2-60, zona 10
Edificio Topacio Azul
5to. Nivel, oficina 502
Tel. (502) 2429-9600
Fax: (502) 2363-0708
E-mail: promocap@gtzpromocap.org.gt
Internet: www.gtz.de

Impresión: Serviprensa, S.A.
3ª avenida 14-62, zona 1
Teléfonos: 22325424 • 22329025
E-mail: gerenciageneral@serviprensa.com
www.serviprensa.com

CONTENIDO

Presentación	5
I. Introducción	7
II. Razones para asistir a ruedas nacionales e internacionales de artesanías	9
2.1 Clasificación de las Ruedas de Negocios	10
2.2 Las Ruedas de Negocios de Artesanías	11
III. Etapas para participar en una rueda de negocios de artesanías	12
A. Primera Etapa: Pre-rueda (planificación y organización)	13
1. Elección del mercado	13
2. Elección de la Rueda de Negocios	14
3. Inscripción en la Rueda de Negocios	14
4. Presupuesto	15
5. Elección de los productos o servicios a promover	17
6. Publicidad y promoción	17
7. Lista de precios	18
8. Selección de empresas con las cuales se quieren entrevistar	18
9. Contratación de construcción y decoración de stand	18
10. Envío del personal idóneo para negociar	18
11. Capacitación Pre-Rueda	20
B. Segunda Etapa: rueda en acción (ejecución)	20
1. Ruedas de Negocios	20
2. Atención del stand	22
3. Registro de contactos	23
4. Contacto con potenciales clientes fuera del marco del evento	23
C. Tercera Etapa: Post-rueda (seguimiento y evaluación)	23
1. Supervisión del desmontaje	24
2. Seguimiento a clientes contactados	24
3. Evaluación de la rueda (negocios cerrados, alianzas, etcétera)	24

PRESENTACION

El Programa “Promoción de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala (PROMOCAP)” de la Cooperación técnica alemana (GTZ) ha trabajado durante diez años contribuyendo al desarrollo del sector de la MIPYME por medio de acciones de asistencia técnica y del desarrollo e implementación de instrumentos y productos apropiados.

En este contexto, PROMOCAP ha fortalecido a la MIPYME en la comercialización de sus productos y servicios a través de instrumentos y metodologías que faciliten la organización e implementación de **Ferias** regionales, nacionales e internacionales y de **Ruedas de Negocios**. Para el manejo eficiente de las Ruedas de Negocios se desarrolló, en el marco del programa regional de GTZ, un software especializado que está siendo aplicado exitosamente por varias instituciones en el país. Asimismo se ha capacitado a diferentes actores nacionales y locales en el manejo de estos instrumentos. Entre las ferias apoyadas por GTZ se destacan la “Feria de Ecoturismo de las Verapaces”, la “Feria de Servicios de Desarrollo Empresarial”, la “Feria de Servicios de Educación”, todas realizadas en las Verapaces, y las “Ferias de la MIPYME”, que se ejecutaron conjuntamente con el Ministerio de Economía de Guatemala en diferentes regiones del país.

Las experiencias positivas alcanzadas con el uso de estos instrumentos llevaron a PROMOCAP a considerar la importancia de dejarlas plasmadas en forma sistematizada, a través de guías y manuales que sean de fácil manejo para los diferentes grupos meta involucrados en estos procesos.

PROMOCAP se complace en presentar una serie de cuatro documentos con el objetivo de facilitar el accionar de personas y/o instituciones dedicadas a la planificación e implementación de Ferias y Ruedas de Negocios, así como a los empresarios y empresarias de la MIPYME a fin de que cuenten con las herramientas necesarias para poder participar en estos eventos de manera efectiva y eficiente.

La serie se conforma de:

1. **“Manual para organizadores de ferias”**
2. **“Guía para participar en Ruedas de Negocios de Ecoturismo para empresarios y empresarias de la MIPYME”**
3. **“Guía para participar en Ferias de Ecoturismo para empresarios y empresarias de la MIPYME”**
4. **“Guía para participar en Ruedas de Negocios de Artesanías para empresarios y empresarias de la MIPYME”.**

Agradecemos a todas las personas que, de una u otra manera, colaboraron en el desarrollo e implementación de los instrumentos de Ferias y Ruedas de Negocios y, que con su contribución hicieron posible la sistematización y publicación de los mismos.

Sybille Thielsch
Coordinadora del Programa
GTZ PROMOCAP

I. INTRODUCCIÓN

Las ruedas o rondas de negocios son un mecanismo de reuniones planificadas, que de forma directa reúnen a la oferta y la demanda en un ambiente propicio para realizar negociaciones y establecer contactos comerciales. A través de ruedas, se promueve el contacto entre empresarios(as), instituciones y organizaciones que desean establecer vínculos ya sea para realizar negocios o para crear alianzas estratégicas entre oferentes y/o demandantes.

Estas reuniones se convierten en una plataforma útil para aquellas empresas que desean ingresar a nuevos mercados nacionales o internacionales. A través de su participación en este tipo de eventos, muchos empresarios(as) han logrado expandir, concretar o iniciar un negocio.

El objetivo de la rueda, es lograr la compra y/o venta de productos y/o servicios. Las ventajas que ofrece una rueda son varias, ya que permite identificar: a) las características de la demanda; b) los estándares de calidad demandados; c) investigar mercados potenciales; d) lograr un buen número de contactos en un tiempo breve; y e) obtener precios actuales para lograr la inserción en un mercado. Asimismo, permite por ejemplo evaluar la reacción ante la oferta, en la introducción de un nuevo producto y/o servicio.

La idea de participar en una rueda de negocios es lograr que la MiPyMe encuentre la posibilidad de **“hacer negocios”**. Por lo tanto, se convierte en uno de los mejores instrumentos de marketing, si la participa-

ción ha sido bien planificada y organizada. En esas condiciones la asistencia a estos eventos es una inversión a futuro para el empresario(a).

El presente documento guiará a los y las empresarios (as) de artesanías (tejidos, cerámica, cestería, artesanías tradicionales, entre otras) que buscan nuevos mercados dentro o fuera del país, **a planificar y organizar su participación en una rueda de negocios** de forma efectiva.

II. RAZONES PARA ASISTIR A RUEDAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE ARTESANÍAS

Las artesanías de Guatemala datan de tiempos prehispánicos. Con la llegada de los españoles en 1518, las artesanías tradicionales mesoamericanas empezaron a incorporar tecnologías, técnicas y diseños europeos, sin perder su carácter netamente indígena. Manteniendo sus antiguas características de colorido y elaboración, las artesanías guatemaltecas son hoy el reflejo de la riqueza histórica y cultural del país.

Actualmente la producción artesanal se caracteriza por la organización de talleres familiares en pequeñas industrias. La producción artesanal guatemalteca puede encontrarse prácticamente en todo el país, sin embargo, se estima que en un 90% proviene de las regiones del centro, altiplano occidental y las Verapaces.

Los productores tradicionales de artesanías se encuentran en una encrucijada frente a problemas de reducción de las ventas y al-

tos estándares de calidad requeridos en un mercado cada día más globalizado y, por ende, más competitivo. Frente a estos problemas, especialmente en el sector artesanal, la participación en ruedas de negocios puede constituirse en una herramienta útil para la búsqueda de nuevos mercados, fortaleciendo la capacidad de establecer contactos con nuevos compradores, proveedores e instancias de apoyo al sector artesanal.

El programa de Promoción a la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala de la Cooperación técnica alemana GTZ/PROMOCAP, a través de sus componentes de Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE) y Desarrollo Económico Local (DEL), tomó en cuenta los siguientes factores: a) los nuevos retos que deben enfrentar los productores artesanales; b) la necesidad de las MiPyMe de promoverse y no saber cómo hacerlo con mayor eficacia

y eficiencia; y c) el aumento de la competencia a nivel mundial. Ha visto conveniente dejar en manos de instituciones, consultores, así como de empresarios innovadores y creativos un instrumento, que les sea de utilidad para preparar de manera adecuada la participación en una rueda de negocios de artesanías.

Es por ello que las ruedas de negocios son una herramienta de apoyo a la comercialización que debe aprovecharse de forma efectiva, debiendo de investigarse qué oportunidades hay en el medio nacional e internacional de este tipo de eventos.

2.1 Clasificación de las Ruedas de Negocios

Las ruedas de negocios se clasifican según los siguientes criterios:

A) Por el Producto y/o servicio que exhiben:

- **Rueda de Negocios Monosectorial.** Están dirigidas a un sólo sector económico. Por ejemplo: una rueda de negocios específica para empresas que venden y compran artesanías.
- **Rueda de Negocios Multisectorial.** Son las que convocan a participar a una amplia gama de oferentes y demandantes de productos y servicios de diferentes sectores: forestal, agrario, turístico, artesanal, industrial, etcétera.

B) Por la cobertura geográfica de sus participantes:

- **Ruedas de Negocios Nacionales y Regionales.** Los participantes son procedentes de un mismo país o región (puede ser determinada por una región, departamentos o países, por ejemplo la región centroamericana).
- **Ruedas de Negocios Internacionales.** Son grandes eventos que se llevan a cabo para reunir a empresarios de la oferta y demanda de talla internacional.

2.2 Las Ruedas de Negocios de Artesanías

Entre las razones y/o beneficios para que un(a) empresario(a) se decida a asistir a una rueda de negocios, se pueden citar las siguientes:

Beneficios
• Promoción de sus productos y/o servicios a nivel nacional e internacional
• Oportunidad de abrir brechas para nuevos negocios
• Ampliación de la información acerca del mercado; específicamente del mercado del sector artesanal
• Oportunidad de realizar varios contactos en un solo lugar y en poco tiempo
• Mejorar la competitividad de los productores artesanales, al poder conocer las tendencias del sector
• Lograr alianzas empresariales
• Disminuir los costos de promoción
• Facilitar las negociaciones directas con los compradores y/o inversionistas y otros agentes de apoyo al sector

Las ruedas de negocios de artesanías se llevan a cabo con la participación de los y las empresarios(as) artesanales y los compradores (representados por propietarios(as) de tiendas de artesanías, exportadores, intermediarios, empresarios del sector turístico o personas individuales).

Los productores(as) deberán contar con un catálogo de sus productos y/o servicios, indicando costos y características específicas (calidad, tamaños, colores, volúmenes de producción disponibles, etc.). En algunas ruedas de negocios enfocadas a este sector, los artesanos(as) ubican exposiciones de sus productos en stands, adquiridos previamente de los organizadores.

III. ETAPAS PARA PARTICIPAR EN UNA RUEDA DE NEGOCIOS DE ARTESANÍAS

Todo empresario(a) del sector artesanía para participar en forma efectiva en una rueda de negocios debe realizar tres etapas que van desde la planificación hasta la evaluación, las cuales se detallan a continuación:

A. Primera Etapa: PRE-RUEDA (planificación y organización)

1. Elección del mercado

Una empresa que participa en una rueda de negocios de artesanías, debe tener bien claro cuál es el tipo de clientes con los que desea hacer alianzas. Para los(as) productores(as) artesanales, los clientes potenciales pueden ser los siguientes:

- **Tiendas de Artesanías.** Son las principales empresas que desean conocer a nuevos productores(as) o identificar a artesanos(as) que cuenten con productos tradicionales e innovadores. Estas empresas están dedicadas exclusivamente a la venta de las artesanías, por lo tanto, son uno de los principales clientes a tomar en cuenta. Se encuentran ubicadas en lugares estratégicos en los cuales los turistas o personas nacionales acceden con facilidad.
- **Exportadores.** Son empresas que se dedican a buscar productos artesanales de calidad, para exportar hacia otros países.
- **Intermediarios.** Son empresas que compran artesanías en un municipio o región y luego las venden a las tiendas o exportadores.
- **Empresas del sector turístico.** Son todas aquellas empresas relacionadas con el sector como: hoteles, restaurantes, tiendas de souvenirs (recuerdos), etc., que utilizan artesanías para su decoración y/o venta.
- **Proveedores.** Son empresas que ofrecen servicios o productos que sirven para producir y/o mejorar la calidad de producción de las artesanías. Entre éstas se encuentran: empresas de pintura, hilos, transporte, empaque, diseñadores, etcétera.
- **Personas individuales.** Son todas aquellas personas que visitan el recinto ferial o los salones de exposiciones de las artesanías, con el fin de comprar estos productos.

En función a lo anterior el(la) empresario(a) debe realizar un listado de los contactos que le interesa que estén presentes en la rueda para poder entrevistarse y lograr el mejor aprovechamiento de la misma.

2. Elección de la Rueda de Negocios

Teniendo en cuenta las características del producto o servicio que se ofrecerá, deberá elegirse la Rueda de Negocios más apropiada. Los aspectos a tomar en cuenta para la elección de la rueda son los siguientes:

- Experiencia de los organizadores.
- Resultados de las ruedas anteriores de artesanía realizadas.
- Sondear la satisfacción de personas que ya han asistido a ruedas con estas instituciones.
- Relación del evento con la capacidad de nuestro negocio para negociar en este mercado (revisar estadísticas de demanda y oferta del producto).
- Es importante participar preferiblemente en ruedas especializadas de artesanías.

Otro elemento que es necesario tener en cuenta al seleccionar la rueda a la que se asistirá, es la infraestructura que se encontrará en el país o municipio anfitrión, así como el conocimiento del ente organizador, porque el éxito de la participación dependerá también de la eficiencia en los servicios que éste deberá prestar.

3. Inscripción en la Rueda de Negocios

Tomando como base la investigación anterior, al decidir participar se debe realizar la solicitud de información de los servicios

que ofrece el evento a los organizadores, solicitando los aspectos siguientes:

Costo de inscripción a la rueda, a las capacitaciones, si las hay, y colocación de stand si aplica. Es importante requerir a los organizadores qué servicios concretos se ofrecen de la rueda, cuántas citas de negocios promedio se ofrecen para su empresa, el número de participantes en el evento, el origen de los visitantes, entre otros. Con esta información clara la empresa participante debe llenar una ficha de inscripción con todos los datos requeridos y entregarla a los organizadores con anticipación a la fecha del evento. Esta ficha es la base para la búsqueda de las contrapartes.

Con la información que se encuentra en la ficha de inscripción se elaboran los catálogos o directorios, los cuales serán entregados a los empresarios para que éstos escojan las empresas o personas con las que se desean reunir. Con base en esta segunda información el comité organizador elabora las agendas de citas, que son entregadas a los participantes el día del evento.

Para los grupos organizados como comités o asociaciones de artesanos y artesanas pueden aprovechar de forma óptima la participación en una rueda llevando una representación, lo cual baja el costo de participación.

A continuación se presenta un ejemplo de la ficha de inscripción para los vendedores y compradores:

Ficha de Inscripción (perfil de la empresa)

Identifique con una "X" cuál es el tipo de empresa a la que pertenece		
Artesano(a) <input type="checkbox"/>	Comprador centroamericano <input type="checkbox"/>	Patrocinador <input type="checkbox"/>
Comprador local <input type="checkbox"/>	Servicios <input type="checkbox"/>	Expositor <input type="checkbox"/>
Exportador <input type="checkbox"/>	Proveedor de insumos o equipo <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Nombre de la empresa:		
Nombre de la persona:		
Dirección:		
E.mail:		Página WEB:
Perfil de los productos y/o servicios que desea ofrecer (vender) o demandar (comprar)		
Productos/servicios	Cantidad (semanal, mensual)	Tiempo de entrega

Este formulario también está destinado para la parte demandante, en él se debe describir cuáles son los productos, cantidad y tiempo de entrega de los mismos y/o servicios que necesita comprar.

4. Presupuesto

La empresa participante debe elaborar un presupuesto de los gastos a realizar, sin omitir ninguna actividad, esto garantizará una buena imagen y una excelente presentación de los productos/servicios que se ofrecen. En algunas modalidades de ruedas la presentación del producto es esencial, por lo que se debe preparar un stand.

*A continuación se
presenta una forma de
definir el presupuesto:*

Ejemplo de formato de presupuesto

Actividad	Subactividad	Costo
ALQUILER DE STAND	• Cantidad de metros a alquilar	
	Subtotal (a)	
TRANSPORTE DE MUESTRAS Y MATERIAL	• Gastos de embalaje	
	• Gastos de transporte	
	• Gastos de aduanas	
	• Gastos de seguro	
	Subtotal (b)	
DECORACIÓN DE STAND	• Gastos de diseñador	
	• Alquiler de mobiliario	
	• Materiales de decoración: fotografías, artesanías, etcétera	
	• Alquiler de equipos audiovisuales	
	• Decoración floral	
	• Otros	
Subtotal (c)		
SERVICIOS ANEXOS	• Teléfono, fax	
	• Limpieza	
	• Vigilancia	
	• Envío de e-mails	
	• Otros	
Subtotal (d)		
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	• Folletería: afiches, trifoliales, mapas, etcétera	
	• Catálogos	
	• Souvenir promocionales (recuerdos).	
	• Tarjetas de presentación	
	• Otros	
Subtotal (e)		
GASTOS DEL PERSONAL	• Pasajes	
	• Alimentación	
	• Alojamiento	
	• Transporte para desplazamiento	
	• Personal de atención del stand	
	• Otros	
Subtotal (f)		
TOTAL (a + b + c + d + e + f)		

5. Elección de los productos o servicios a promover

La empresa productora/distribuidora de artesanías debe definir claramente cuáles serán los productos y/o servicios que ofrecerá. Los productos y/o servicios deben estar determinados según el segmento de mercado que haya elegido, por ejemplo: si el enfoque es hacia los viveros, la empresa deberá presentar los productos como masetas; si el público objetivo son los restaurantes, sus artesanías deberán enfocarse a la presentación de mesas o utensilios como platos, tazas, vasos, servilletas, etc. También son importantes los precios justos y la calidad del producto y/o servicio.

De esta forma la exposición podrá mostrar el producto y/o servicio adecuado para capturar la atención de los clientes.

6. Publicidad y promoción

Es importante que la empresa participante cuente con suficiente material de promoción y divulgación de sus productos y/o servicios. Dentro de éstos se encuentran: catálogos de los productos y/o servicios más relevantes, afiches, trifoliales, tarjetas de presentación, mapas, artesanías en tipo de souvenir (recuerdos como llaveros, miniaturas, gorras, etc.). Estos deben vender la imagen o marca de la empresa, deben incluir fotografías del lugar, dirección, teléfono, e-mail. Si la Rueda de Negocios es internacional, debe de considerarse los idiomas que se manejan en el país a visitar para que la folletería esté escrita al menos en dos idiomas. Todos los materiales de promoción, así como la muestra de productos durante la rueda deben tener colocados los precios con diferentes denominaciones de moneda en función del público objetivo (quetzales, dólares, etcétera).

A través de los medios de promoción la imagen de la empresa debe verse sólida, organizada y que inspire confianza al comprador.

7. Lista de precios

En el sector artesanal la lista de precios se presenta en forma de catálogos. Estos catálogos deben mostrar fotografías del producto, tamaño, tipo de material utilizado, peso, calidad y precio. El precio del producto puede variar según la cantidad del pedido. Es importante que el empresario(a) lleve con claridad los volúmenes de producción que tiene capacidad de producir y ofrecer y el tiempo en que puede estar disponible para poder negociar con bases claras.

8. Selección de empresas con las cuales se quieren entrevistar

Es importante que la empresa que participa como compradora (demandante) identifique los productos y/o servicios que necesita para hacer las negociaciones.

También, en el caso de las empresas oferentes/vendedoras, deben identificar el mercado objetivo. Para los organizadores de la rueda de negocios, esta información es de vital importancia y se refleja en la ficha de inscripción. De esta forma los organizadores hacen un primer sondeo de las empresas participantes y si no se cuenta con los compradores y vendedores necesarios pueden convocar a los posibles contactos, previo a la realización de la Rueda de Negocios.

9. Contratación de construcción y decoración de stand

En algunas ruedas de negocios, los participantes exponen sus productos y/o servicios en un stand ferial (lugar de exposición de productos o servicios). La empresa puede contratar o delegar la responsabilidad a una persona de su empresa para que decore y monte de mejor manera la exposición. Este stand debe ser bien planificado y organizado para que al momento de su montaje se cuente con el equipo y material necesario.

10. Envío del personal idóneo para negociar

La elección del personal idóneo para negociar es de suma importancia, estas personas deben estar bien comprometidas con los objetivos de la empresa y además deben contar con buenas relaciones personales, conocer perfectamente el manejo de la empresa, tener capacidad de cerrar negocios con posibles clientes, capacidad de tomar decisiones, hablar dos idiomas (en caso de participar en ferias internacionales), estar a tiempo completo en la realización de la rueda y tener un buen manejo del catálogo u otros materiales de exposición.

De preferencia en una rueda de negocios de artesanías debe participar el propietario o gerente, esto le dará más seriedad al evento y posibilidades de toma de decisiones efectivas cuando se requiera. Si se contrata personal externo deberá remunerársele adecuadamente para que cum-

pla con los requisitos y objetivos que le encarga la empresa. La o las personas del stand deben llevar un inventario de todos los clientes que contactaron, indicando sus datos personales, tales como: nombre de la empresa, cargo, teléfono, fax, e-mail y necesidades.

Es importante llevar un inventario de los datos de los clientes

Formato de Registro de Contactos

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono/ fax	E-mail / página Web	Dirección	Interés de la visita al stand

11. Capacitación Pre-Rueda

La capacitación al personal que asistirá a las negociaciones es muy importante. Previo a la realización del evento, los organizadores planifican temas de capacitación para los participantes con el objetivo de concientizar y orientar al artesano para que innove su trabajo, así mismo se les brinda las técnicas de marketing o mercadeo, el manejo efectivo del tiempo que pueden emplear para lograr hacer negocios. Esta es una oportunidad para que la empresa refuerce temas importantes de apoyo a las negociaciones y aprovecharlo para estar mejor preparado. Es importante que en

esta reunión se le facilite información al empresario de alternativas y precios de hospedaje, para que los propietarios analicen su presupuesto y realicen las reservaciones en el tiempo adecuado. Otro elemento importante de aclarar en las reuniones es la definición de las horas hábiles de atención al público.

B. Segunda Etapa: RUEDA EN ACCIÓN (ejecución)

1. Ruedas de Negocios

A continuación se describen los pasos que deben seguirse al momento de participar en la Rueda de Negocios.

Esta etapa consiste en el desarrollo de la Rueda de Negocios, para lo cual deben considerarse los siguientes aspectos:

- a. **Registro de participantes.** Es lo primero que debe hacerse al momento de ingresar al lugar donde se llevará a cabo el evento. El empresario debe ser puntual, ir bien informado y organizado al evento. La persona encargada del registro le hará una serie de preguntas relacionadas con su boleta de inscripción, para corroborar los datos obtenidos anteriormente. Si hasta ese momento no pagó el costo de su participación, podrá hacerlo ahí. Además, le proporcionarán el gafete de identificación, el instructivo, la boleta de evaluación, el directorio o catálogo y la agenda de citas con los contactos más apropiados, según sus requerimientos. Es importante que el empresario lleve en orden toda la información obtenida con anterioridad, especialmente una agenda para el registro de sus contactos.
- b. **Acto inaugural.** El comité organizador hace mención de los objetivos y resultados esperados del evento, y da una explicación de la metodología a emplear. La inauguración está a cargo de alguna personalidad de la región o por las personas que designe la organización.
- c. **Ubicación en el stand o mesa designada.** Cada participante tendrá una mesa o stand designado con un número que lo identificará. Si está ubicado en mesa deberá colocar sobre ella, de forma ordenada, toda la información

y muestras que lleva. Recuerde que a través de los materiales de promoción usted venderá su empresa y convencerá a su futuro cliente. Si la ronda de negocios se lleva a cabo en el local donde se ubican los stands de exposición, usted deberá permanecer en él y esperar a sus clientes de acuerdo a las citas y horas programadas.

- d. **Desarrollo de la agenda de citas.** El evento inicia al momento en que todos los participantes están ubicados en sus respectivos lugares y las empresas demandantes empiezan a buscar las mesas o stands enumerados que le interesa, de acuerdo a su agenda de citas. Las negociaciones inician con una señal de los informadores técnicos (encargados de llevar el control del tiempo y ubicación de los oferentes y demandantes); muchas veces se utiliza un timbre, micrófono o las luces de un semáforo para indicar el inicio y final del tiempo. Al término del tiempo programado, el participante deberá estar atento a su próxima entrevista.

Recuerde que el cumplimiento del tiempo designado es muy importante para no entorpecer el evento, sobre todo para que cada participante aproveche al máximo el tiempo para lograr el mayor número de contactos durante el evento.

- e. **Boleta de evaluación.** Para medir el éxito que tuvo como empresario y el

evento “RUEDA”, los organizadores le proporcionarán la boleta de evaluación, la cual deberá llenar y entregar a los informadores técnicos después de cada cita. Esta información es bien importante ya que con los resultados que usted obtiene como empresa, se evalúa el éxito del evento. Es muy importante saber si se cumplieron sus expectativas.

f. **Participación a foros y conferencias.**

En la realización de un evento comercial como las Ruedas de Negocios, por lo general se llevan a cabo foros y conferencias con la finalidad de acercar al gremio empresarial a conocer nuevos temas o novedades del sector artesanal, tales como: implementación de nuevos diseños, equipo para mejo-

rar la producción, calidad del producto para exportación u otros temas de importancia para los propietarios.

2. Atención del stand

Durante los días del evento, el stand debe estar atendido por la persona designada. Es recomendable que se nombre a dos personas para que atiendan el stand para que nunca se deje solo el lugar.

Recuerde que el stand es el lugar donde su empresa expone lo mejor de su oferta y podrá ser visitado por clientes potenciales que probablemente no hayan participado en la Rueda de Negocios. El stand no debe quedar en ningún momento sin personal de atención, ya que puede perder clientes.

*Un stand es el lugar destinado
para la exposición de los productos
y/o servicios que se ofrecen.*

3. Registro de contactos

Durante la Rueda de Negocios se debe llevar un registro de contactos, con el objetivo de no perder ninguna información de futu-

ros clientes. El cuadro siguiente le ayudará a identificar los datos más importantes de sus clientes:

Formato de Registros de Contactos

Nombre de la empresa	Persona / Contacto	Cargo	Dirección	Teléfono /fax	E-mail / Página Web	¿En que productos se interesó el entrevistado?

4. Contacto con potenciales clientes fuera del marco del evento

Se debe aprovechar la estadía del personal de la empresa en la región sede del evento. Esto significa entablar contactos con posibles clientes que no participan del evento, puede invitarlos a visitar su stand para observar los productos que se ofrecen y motivar las negociaciones o realizar una reunión fuera del horario del evento, por ejemplo invitarlos a cenar. En función a lo anterior es importante llevar una lista de contactos clave de interés, adicionales de la empresa, para propiciar encuentros.

C. Tercera Etapa: Post-rueda (seguimiento y evaluación)

Al concluir la Rueda de Negocios se deben realizar las tareas siguientes:

1. Supervisión del desmontaje

El desmontaje del stand, debe de realizarse de acuerdo al horario de salida establecido por los organizadores y estará a cargo del personal designado y de la persona encargada de supervisar que los materiales y equipo utilizados sean guardados de la mejor manera para evitar su deterioro y pérdidas a la empresa. Además, deberán tener el cuidado de dejar el espacio utilizado en las mismas condiciones en que fue recibido; para esto, el supervisor revisará el contrato firmado y velará para que lo proporcionado por el comité organizador sea devuelto en buenas condiciones.

2. Seguimiento a clientes contactados

Es importante darles seguimiento a los clientes contactados durante la rueda de negocios. Deberá tomarse en cuenta el interés que el cliente demostró al momento de informarse sobre los productos, y tomarlo como una oportunidad para cerrar un negocio lo antes posible; de lo contrario, puede perderse el interés del cliente y la oportunidad del negocio.

Este seguimiento a los clientes se podrá hacer a través de visitas personales, por teléfono, fax o e-mail.

Asimismo, es importante que la empresa siga participando en otros eventos similares para no perder presencia en el mercado.

En algunos casos, los (as) empresarios(as) artesanales no llegan totalmente preparados con sus catálogos de producción, o con un producto bien definido; esta es una gran desventaja y puede ser la razón por la cual no se cerró ningún negocio. En este caso deberá ofrecer a las empresas demandantes hacerle llegar dicha información a la brevedad posible y efectivamente hacerlo para no dejar pasar la oportunidad.

3. Evaluación de la rueda (negocios cerrados, alianzas, etcétera)

La participación en una Rueda de Negocios puede ser medida desde dos aspectos:

- a. **Los negocios cerrados durante la rueda de negocios.** Durante el evento la empresa debió de haber hecho algún contacto directo con los demandantes y haber cerrado o iniciado un negocio o conseguido nuevos clientes. Si no se logró ningún contacto, pudo haber sucedido por diversas razones, p.ej. que:
a) los organizadores no convocaron al público objetivo (la oferta y la demanda interesada); b) la empresa no estaba debidamente preparada para cerrar

negocios; c) la oferta no llenaba las expectativas de los demandantes; d) los demandantes inscritos por alguna razón no llegaron al evento, etcétera.

- b. Aumento de la venta de los productos.** Es importante hacer una evaluación para ver si las ventas de la empresa han aumentado a partir de la participación en las ruedas de negocios.

Asimismo, se sugiere hacer un sondeo de la procedencia de los compradores y de cómo se enteraron de la empresa. Para obtener esta información es recomendable tener un libro de comentarios y sugerencias, identificando en una columna la forma de cómo se enteró de la existencia de la empresa. El cuadro le servirá de ejemplo:

Libro de comentarios y sugerencias de la empresa

Nombre	Lugar de procedencia	¿Cuántas veces ha visitado esta empresa?	¿Ha adquirido productos anteriormente?	¿Cómo se enteró de la existencia de esta empresa?	Comentario o sugerencia (calidad del producto)

Este libro de sugerencias y comentarios es muy útil en la empresa, ya que además de evaluar la calidad del producto que se vende, servirá de mucho para conocer la

cantidad de compradores que se enteraron de su empresa a través de la participación en la rueda.

Información sobre ruedas y ferias de negocios de artesanías puede obtenerla en:

- Portal de Información a las Mipymes www.infomipyme.com
- Asociación Guatemalteca de Exportadores –AGEXPORT–
www.export.com.gt
- Sitio de promoción de Guatemala - INGUAT
<http://www.visitguatemala.com/site/home/index.html>
- Portal de artesanías www.infortesantias.com
- Cámara de Industria de Guatemala <http://www.industriaguatemala.com/>
- Cámara de Comercio <http://www.imagendeguatemala.com/home.html>