

# **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

## **INDICE**

INTRODUCCIÓN.....	2
II.- ANTECEDENTES EXPOPYMES .....	4
III.- EJES TEMÁTICOS DE LA ENCUESTA. ....	7
IV.- TAREAS REALIZADAS.....	8
IV. I. - ANALISIS CUANTITATIVO DE LAS RESPUESTAS RECIBIDAS .....	10
IV. II. - ANALISIS CUALITATIVO DE LAS RESPUESTAS RECIBIDAS.....	19

## **ANEXOS**

ANEXO I-. FORMULARIO ENCUESTA

ANEXO II-. PADRON DE EMPRESAS ENCUESTADAS

ANEXO III-. PADRON DE RESPUESTAS RECIBIDAS

ANEXO IV-. INFORMES PARCIALES

# **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

## **INFORME FINAL**

### **INTRODUCCIÓN**

Expopymes La Pampa, es una exposición que se realiza cada 2 años y en la que participan exclusivamente pequeñas y medianas empresas que desarrollen actividades productivas y de servicios de apoyo directo a la producción. La condición de exclusividad a empresas radicadas en la provincia resulta un aspecto distintivo a nivel regional y nacional. Es organizada por el Gobierno de la Provincia, a través del Ministerio de la Producción en forma conjunta con el Consejo Federal de Inversiones y participa también, el Banco de La Pampa SA

Dentro de los objetivos del Ministerio de la Producción de la provincia de La Pampa, se menciona la preservación, promoción, desarrollo y control de las actividades para el fortalecimiento de la competitividad de la producción, siendo responsable de formular y ejecutar las acciones de gobierno tendientes lograr dicho objetivo. La organización de la ExpoPymes se constituye en una de las herramientas aplicadas con el fin de *“Contribuir al fortalecimiento de las políticas provinciales de desarrollo productivo”*.

El presente trabajo tiene como objetivo general realizar un *“relevamiento y análisis de los efectos de la organización de la ExpoPymes sobre el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas participantes”*. La primera tarea consistió en la elaboración del “formulario de relevamiento de datos”, el que transformado en modalidad encuesta fue enviado a las empresas seleccionadas. Recibir las respuestas, combinarlas y luego de analizarlas expresarlas cuantitativamente, fue la tarea desarrollada en el informe anterior. La última etapa consiste en elaborar un informe cualitativo de los resultados obtenidos,

# ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

## I – OBJETIVOS DE SU ORGANIZACIÓN

Expopymes La Pampa, es una exposición y en la que participan exclusivamente pequeñas y medianas empresas que desarrollen actividades productivas y de servicios de apoyo directo a la producción. La condición de exclusividad a empresas radicadas en la provincia resulta un aspecto distintivo que la destaca a nivel regional y nacional. La primer versión se concretó en el año 2007, y siendo que se organiza cada 2 años, la 2019 se constituyó en la versión número 7.

El Reglamento de General de Funcionamiento de la ExpoPymes, detalla que su **Objetivo General** es:

*Contribuir al fortalecimiento de las políticas provinciales de desarrollo productivo,*

Y enumera luego entre los **objetivos específicos**:

a) *Fomentar la comercialización de la producción pampeana organizando rondas de negocios y conferencias sobre la necesidad de diferenciar los productos a través de la aplicación de la Gestión del Diseño con miras a una mejor comercialización.*

b) *Destacar la importancia de conformar redes de comercialización, producir a escala para lograr volumen y ganar mercados fuera de las fronteras de la provincia. .*

c) *Incentivar el consumo local de nuestros productos alimenticios a través de la realización de comidas y degustaciones.*

d) *Transmitir las ventajas competitivas que brinda la aplicación de las Normas de Calidad en las distintas áreas involucradas.*

e) *Mostrar a través de una exposición dinámica, cada uno de los eslabones de las distintas cadenas productivas pampeanas.*

f) *Orientar sobre la posible demanda laboral de oficios y / o profesiones en el ámbito del desarrollo productivo provincial.*

## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

### **II.- ANTECEDENTES EXPOPYMES**

#### **CANTIDAD DE EMPRESAS PARTICIPANTES**

Año 2007	Año 2009	Año 2011	Año 2013	Año 2015	Año 2017	Año 2019
<b>267</b>	<b>268</b>	<b>288</b>	<b>305</b>	<b>405</b>	<b>307</b>	<b>317</b>

El número de empresas participantes estuvo limitado por el espacio físico del predio de La Rural, donde se realizó hasta el año 2011, iba creciendo el interés de las empresas por participar y del público por conocer y comprar los productos pampeanos.

A partir del año 2013 trasladar la ExpoPymes el predio del Autódromo Provincia de La Pampa permitió ofrecer mayor espacio y mejor distribución para exponer y paralelamente mayor comodidad a los interesados en comprar, conocer o pasear por la muestra.

#### **RUBROS PARTICIPANTES**

Los rubros participantes, si bien en términos generales se han mantenido, de versión a versión se ha ido agregando algunos o readecuando su nombre según la cantidad de empresas inscriptas.

Año 2007	Año 2009	Año 2011	Año 2013	Año 2015	Año 2017	Año 2019
Alimentos	Alimentos	Alimentos y bebidas	Alimentos y bebidas	Alimentos y bebidas	Alimentos y bebidas	Alimentos y bebidas
Textil y cueros	Textil y cueros	Textil y cueros	Textil y cueros	Textil y cueros	Textil y cueros	Textil y cueros
Metal mecánica	Metal mecánica	Metal mecánica	Metal mecánica	Metal mecánica	Metal mecánica	Metal mecánica
Madera	Madera	Madera	Madera	Madera	Madera	Madera

## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

<b>Año 2007</b>	<b>Año 2009</b>	<b>Año 2011</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2019</b>
Artesanías	Artesanías	Artesanías	Artesanías	Artesanías	Artesanías	Artesanías
Agro Industria y productos	Agro Industria y productos	Agro Industria y productos	Agro Industria y productos	Agro Industria y productos	Agro Industria y productos	Agro Industria y productos
Servicios	Servicios					
Sector primario	Sector primario	Sector primario	Sector primario	Sector primario	Sector primario	
		Tecnología y servicios	Tecnología y servicios	Tecnología y servicios	Tecnología y servicios	Tecnología y servicios
		Industria del petróleo	Industria del petróleo	Petróleo y biocombusti bles	Petróleo y biocombusti bles	Petróleo y biocombusti bles
		Industria de la construcción	Industria de la construcción	Industria de la construcción	Industria de la construcción	Industria de la construcción
		Servicios turísticos	Servicios turísticos	Servicios turísticos	Servicios turísticos	Servicios turísticos
			Cosmética, belleza y salud	Cosmética, belleza y salud	Bienestar y deportes	Bienestar y deportes
				Muestra Dinámica		

### VISITANTES A LA MUESTRA.

El número de visitantes fue creciente ante cada edición. El cambio de espacio físico del predio de La Rural al Autódromo Provincia de La Pampa en el año 2013- marcó un salto importante en la cantidad de visitantes, ya que éste último ofrece mejores instalaciones, lugares de esparcimiento para la familia, comodidad para estacionar, variedad de puestos de comidas, espacios y actividades para niños, etc..

La ExpoPymes es visitada por los pampeanos, que ya la han adquirido como patrimonio y también por habitantes de la región oeste de la provincia de Buenos Aires. Esto la ha hecho crecer en magnitud y también aumenta la

## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

posibilidad de que los productos pampeanos sean comercializados fuera de los límites de la provincia.

<b>Año 2007</b>	<b>Año 2009</b>	<b>Año 2011</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2019</b>
<b>40.000</b>	<b>45.000</b>	<b>45.000</b>	<b>70.000</b>	<b>100.000</b>	<b>80.000</b>	<b>85.000</b>

### **RONDAS DE NEGOCIOS**

Las rondas de negocios se organizan desde la 1° edición de la Expopymes Durante las ediciones 2007 y 2009 estuvieron centradas en cuatros rubros; textil, alimentos, madera y artesanías. Participaron aproximadamente 20 empresas expositoras y se formaron 20 grupos de compradores provinciales y de Bahía Blanca, ya que los organizadores de FISA y la Cámara de Comercio de B. Blanca participaron activamente.

Durante el año 2011 se agregó el sector de la construcción a las rondas de negocios. Y se contó también con la participación de CAME (Cámara Argentina de la Mediana Empresa), convocando a posibles compradores.

La difusión de la línea de crédito “Compre Pampeano”, se logró dinamizar las rondas de negocios con posibles compradores de otras provincias, especialmente de aquellas en las cuales el Banco de la Pampa SA, cuenta con sucursales. Esta línea otorga crédito a quien adquiere productos pampeanos, (inscriptos en el Registro creado a tal fin) siendo los beneficiarios hasta el año 2016, solo empresas y a partir de ese año se amplió al consumo. La tasa de interés se encuentra bonificada porcentualmente por el Gobierno Provincial.

Durante el año 2015 se sumaron a las rondas de negocios, compradores de las provincias de Rio Negro y Neuquén.

En el año 2017 se rediseñaron las estrategias para materializar las rondas, incorporando las misiones inversas (rondas de negocios internacionales), de las cuales participaron agregados comerciales de 13

## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

países los que fueron convocados por el Consejo Federal de Inversiones. Las misiones inversas se sumaron a las rondas nacionales y regionales.

Durante la muestra 2019 se continuó con el mismo diseño de estrategias para el tema de las Rondas de Negocios.

### **CAPACITACIONES**

En cada versión de la exposición las capacitaciones se adecuaron a las necesidades que fueron surgiendo, ya que resulta una herramienta de difusión de los diferentes programas de apoyo a la producción, puestos en marcha por el Gobierno. Así se capacitó sobre diversos temas como comercialización, costos, punto de equilibrio, cómo participar en una exposición y en una ronda de negocios, diseño en todos sus aspectos (de producto, de procesos, etc.). Sumado a esto, se realizaron diferentes clínicas a cargo de los técnicos del Consejo Federal de Inversiones.

Las capacitaciones generalmente se organizan para dictarse con anterioridad al comienzo de la exposición y se distribuyen en zonas norte, centro y sur de la provincia.

### **CLASES DE COCINA**

La organización de las clases de cocina se posiciona también como una herramienta de difusión de actividades y/o apoyo a diferentes sectores. Así se organizaron clases para mostrar cómo se preparan comidas, postres, etc con productos pampeanos (carnes de ciervo, chivitos, ovinos, porcinos, bovinos, pescados criados en la represa Casa de Piedra); preparados dulces con miel y lácteos pampeanos; presentación de vinos con uvas de origen pampeano, entre otras. Las clases son dictadas por chef pampeanos, no obstante en el año 2015 participaron los integrantes de un programa televisivo nacional.

### **III.- EJES TEMÁTICOS DE LA ENCUESTA.**

Analizados los objetivos generales y específicos de la muestra, los antecedentes, y algunos resultados parciales de versiones anteriores,

## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

integrados todos ellos a la dinámica propia de la ExpoPMes, resultaron identificados como los componentes principales, para lograr el objetivo de identificar los efectos que su organización tiene sobre las empresas que participan de la misma.

Se construyó un formulario de relevamiento de datos "ENCUESTA" (ANEXO I), que requiere información de los siguientes ejes temáticos:

- A) PARTICIPACIÓN**
- B) ESTRATEGIA MOTIVACIONAL DE PARTICIPACIÓN**
- C) ORGANIZACIÓN PREVIA PARA PARTICIPAR**
- D) CONTACTOS COMERCIALES**
- E) VENTAS PROYECTADAS**
- F) CAPACITACIONES**
- G) AULA DE COCINA**
- H) PARTICIPACIÓN EN PROXIMAS EXPOPYMES**

### **IV.- TAREAS REALIZADAS**

#### **RECEPCION DE ENCUESTAS**

Tal lo propuesto en el plan de tareas, se enviaron 324 encuestas a las empresas seleccionadas y detalladas en el Anexo II, y a partir de allí se trabajó intensamente para lograr una cantidad de respuestas que se puedan considerar como representativas del sector. El objetivo de respuestas se fijó en superar el 20% y en pos de este objetivo se procedió repetir el envío de las encuestas cada 15 días y posteriormente se realizaron llamadas telefónicas para incentivar al envío de las respuestas. Esta última selección se hizo teniendo en cuenta las empresas que hayan tenido participación en la mayor cantidad de versiones posibles y también que los sectores, dentro de los cuales hay diferentes subsectores o rubros, tengan representatividad.



## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

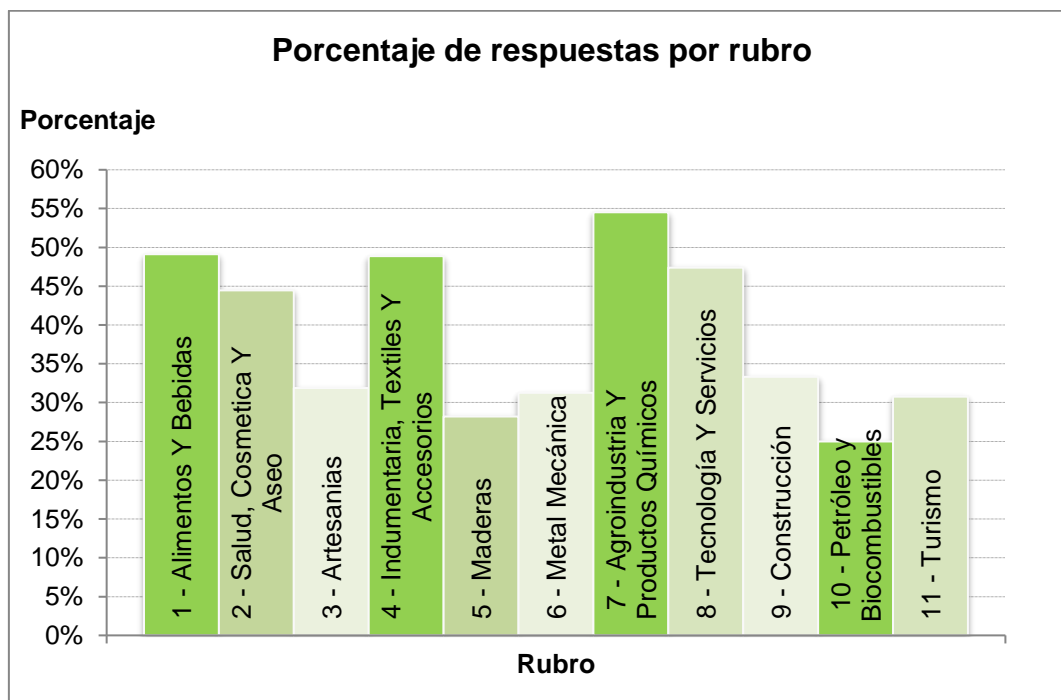
Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

Cerrada la recepción de respuestas, (Anexo III) una vez superado el 20% propuesto, con el 25% del sector petrolero que es el de menor porcentaje, se obtuvieron en el porcientos detallados en el cuadro siguiente.

Rubro	Total encuestados	Total respuestas	% Respuestas
1 - Alimentos Y Bebidas	57	28	49,12%
2 - Salud, Cosmética Y Aseo	9	4	44,44%
3 - Artesanías	69	22	31,88%
4 - Indumentaria, Textiles Y Accesorios	45	22	48,89%
5 - Maderas	39	11	28,21%
6 - Metal Mecánica	16	5	31,25%
7 - Agroindustria Y Productos Químicos	11	6	54,55%
8 - Tecnología Y Servicios	19	9	47,37%
9 - Construcción	21	7	33,33%
10 - Petróleo y Biocombustibles	12	3	25,00%
11 - Turismo	26	8	30,77%
<b>Total</b>	<b>324</b>	<b>125</b>	<b>38,58%</b>



## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

### **IV. I. - ANALISIS CUANTIATIVO DE LAS RESPUESTAS RECIBIDAS**

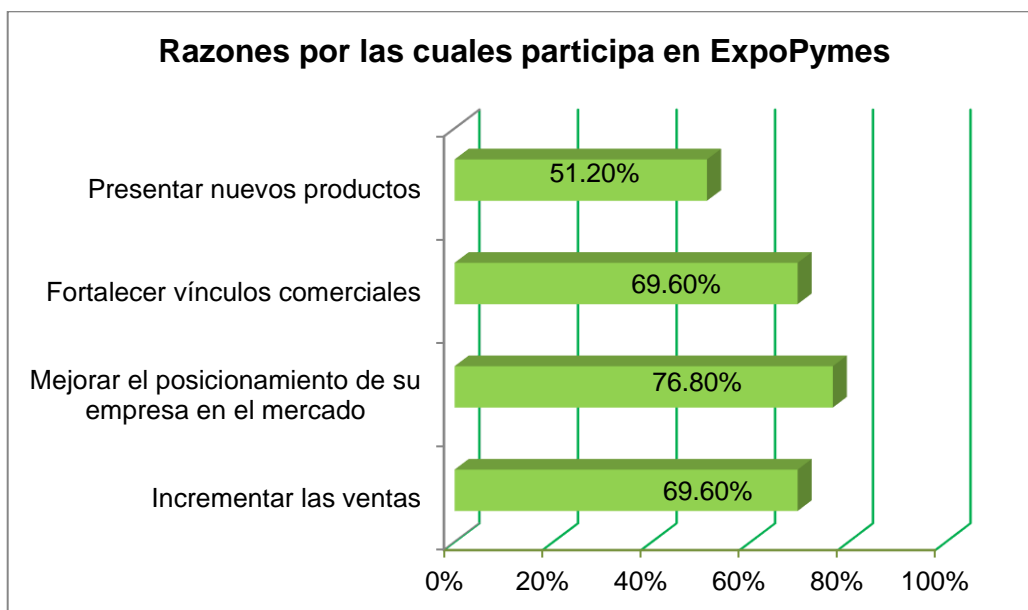
El presente análisis está construido en base a las respuestas obtenidas considerando los diferentes ejes temáticos

#### **A) PARTICIPACIÓN**

Del análisis de las respuestas se desprende que las empresas que no han participado en alguna de las versiones de la ExpoPymes, ha sido porque aún no tenían vigentes sus emprendimientos y otras por que no se habían enterado de su realización.

#### **B) ESTRATEGIA MOTIVACIONAL**

Mayoritariamente las razones por las cuales han participado en la ExpoPymes ha sido para mejorar su posicionamiento en el mercado, fortalecer vínculos comerciales e incrementar ventas, y un porcentaje importante (51,2%) lo ha hecho para presentar nuevos productos. Y han logrado estos objetivos planteados, totalmente un 41,6 % y en su mayor medida, un 47,2%.

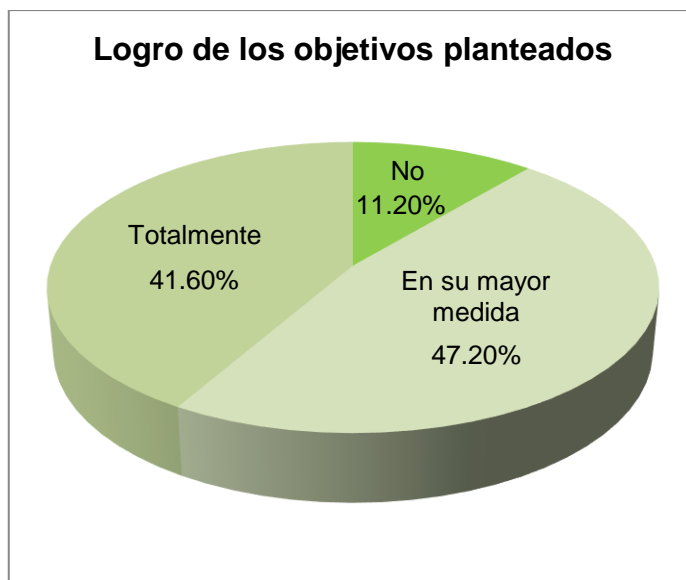


## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

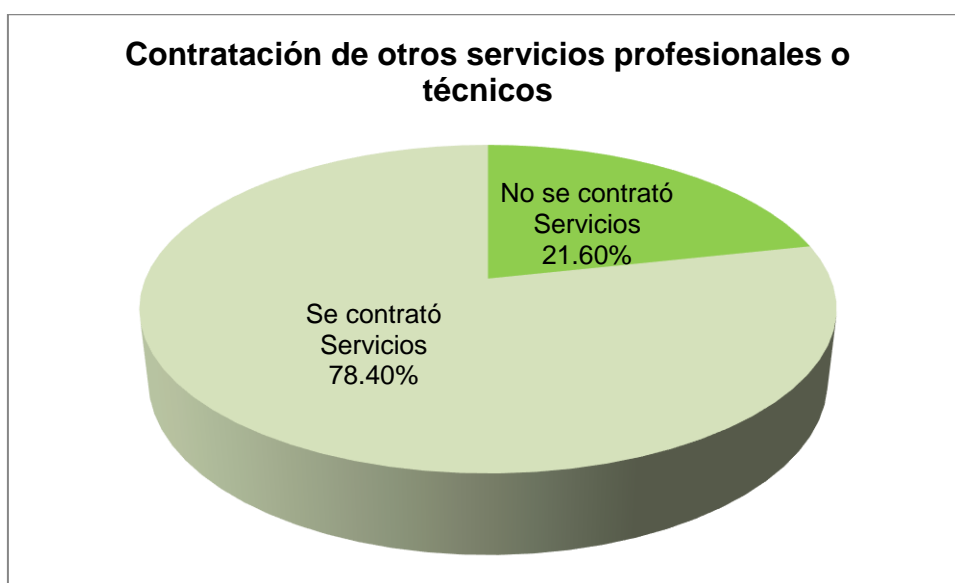
Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*



### C) ORGANIZACIÓN PREVIA

Solamente 22 (17%) de las 125 encuestas, ha respondido que no ha contratado ningún servicio profesional o técnico para participar en la ExpoPymes. Los servicios más contratados han sido impresión y diseño de material gráfico, publicidad, fletes y alojamiento.

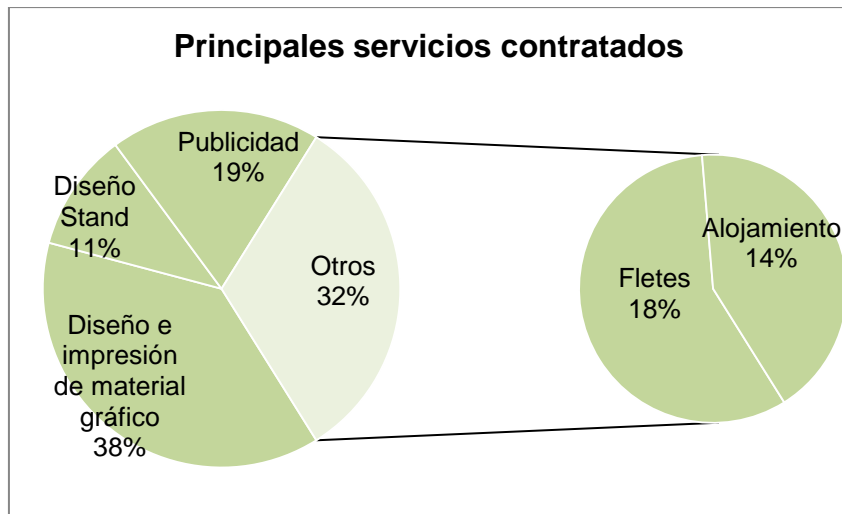


## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

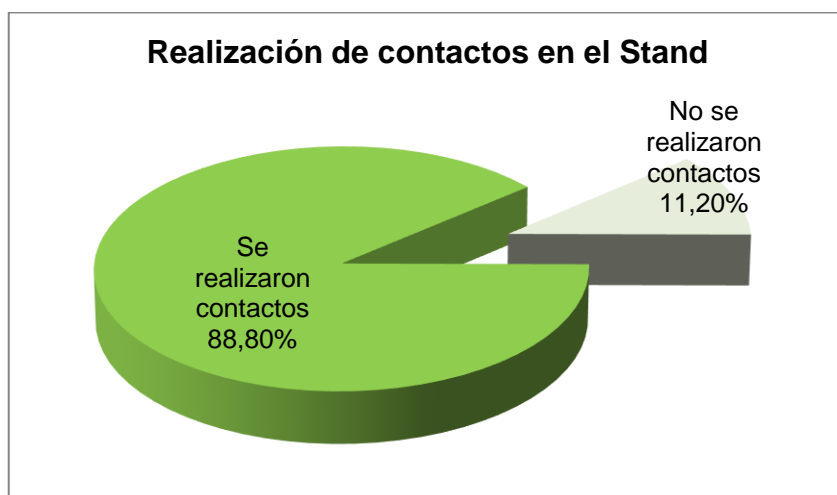
Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*



### D) CONTACTOS COMERCIALES

Los contactos comerciales se han realizado mayoritariamente (88,8%) en el propio stand y también mayoritariamente se han concretado ventas inmediatas y proyectadas.

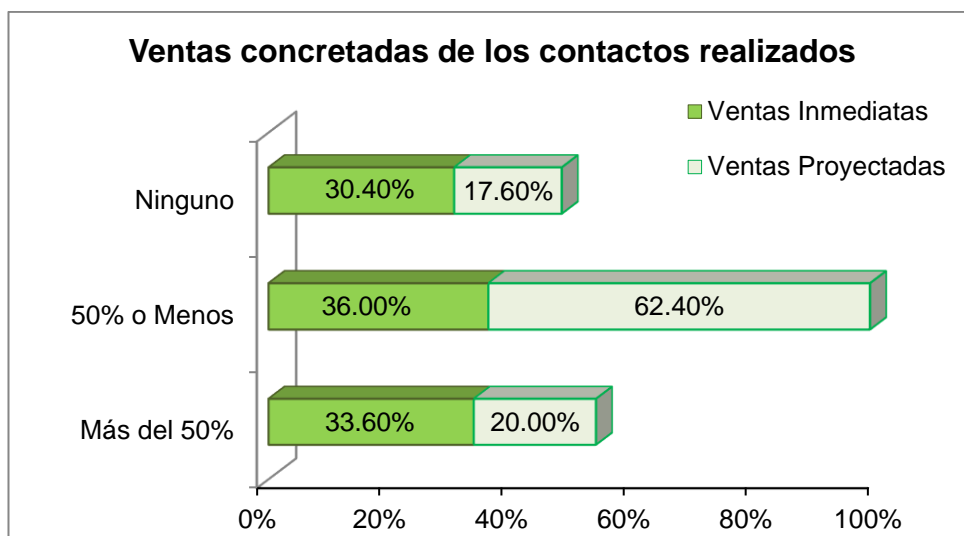


## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*



El 46,4% de los participantes realizó contactos con clientes domiciliados fuera de la provincia. Consultados si detectaron alguna dificultad para concretar ventas fuera de la provincia, el 60,8% no detectaron ninguna y un 23,2% detectaron problemas en la logística de distribución.



Otro espacio para concretar relaciones comerciales resultan las rondas de negocios, en las internacionales solo el 6,4% lograron concretar contactos y solo el 2% concretaron ventas. Respecto de las rondas nacionales el 16,8%

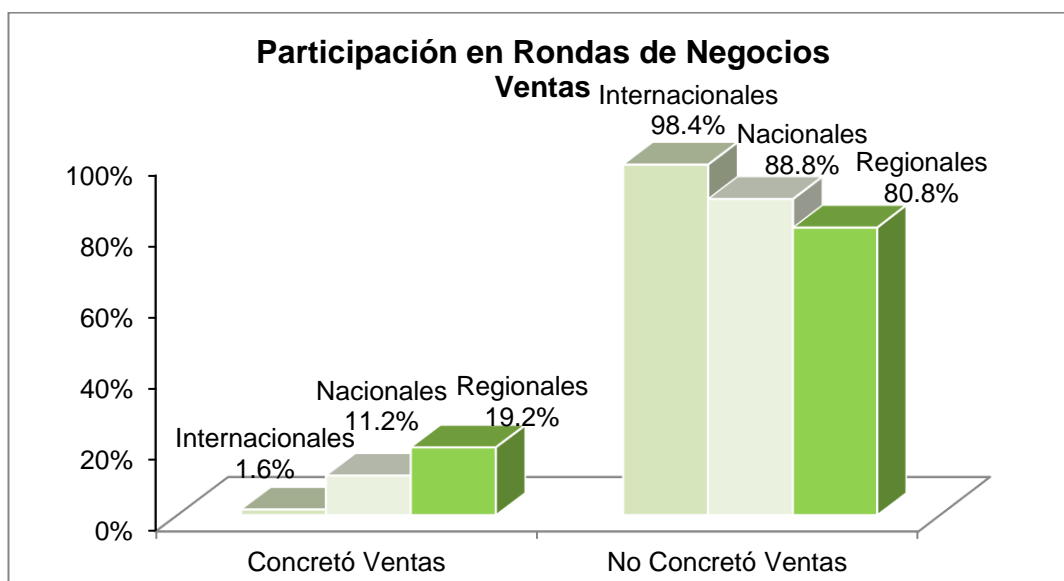
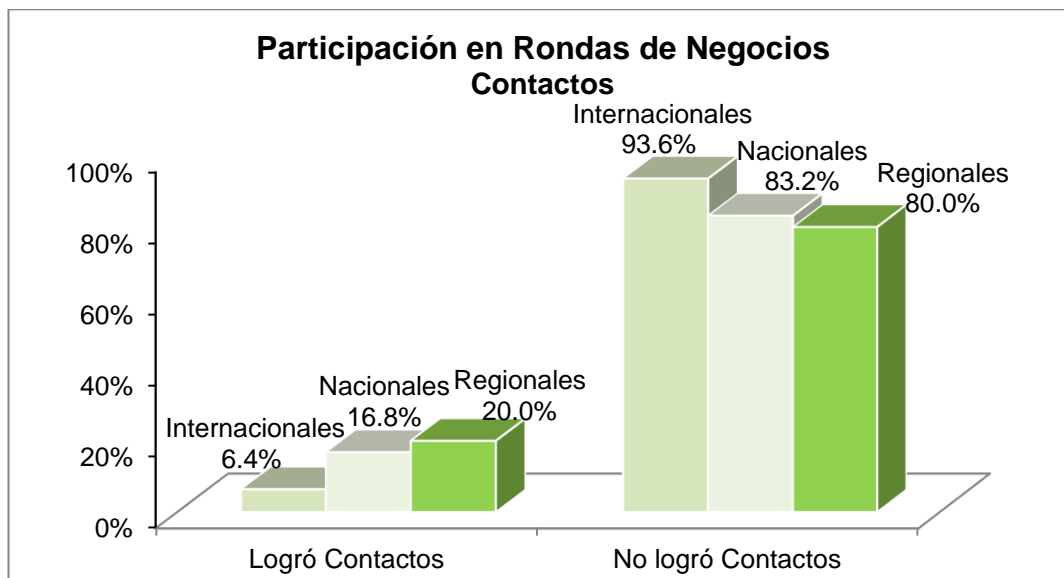
## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

concretó contactos comerciales y el 11% logró concretar ventas, y en cuanto a las rondas regionales el 20% hizo contactos y concretó ventas el 19,2%,



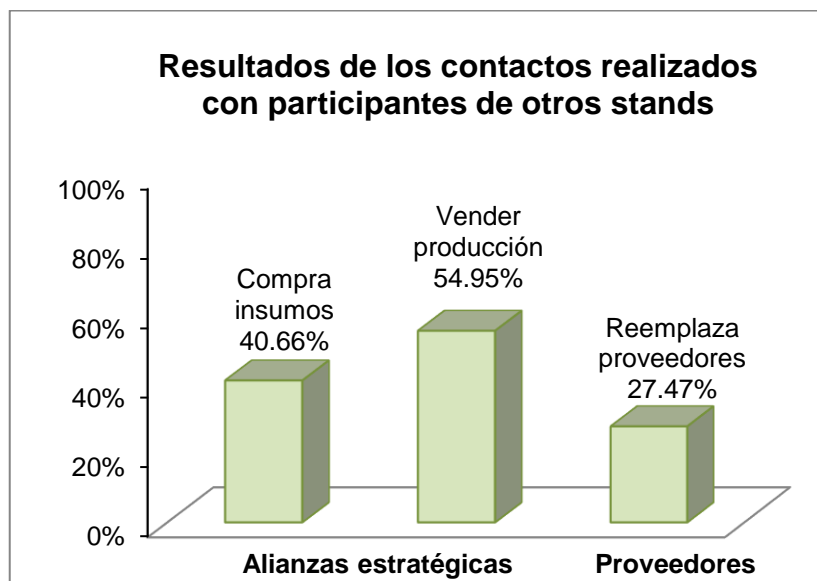
Respecto de los contactos en los stand de otros participantes, un 72,8% contestó positivamente y a su vez el 40,66% logró alianzas estratégicas para comprar insumos y un 54,95% para vender la producción y solo un 27,47% reemplaza proveedores de fuera de la provincia por proveedores locales.

## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*



### E) VENTAS PROYECTADAS

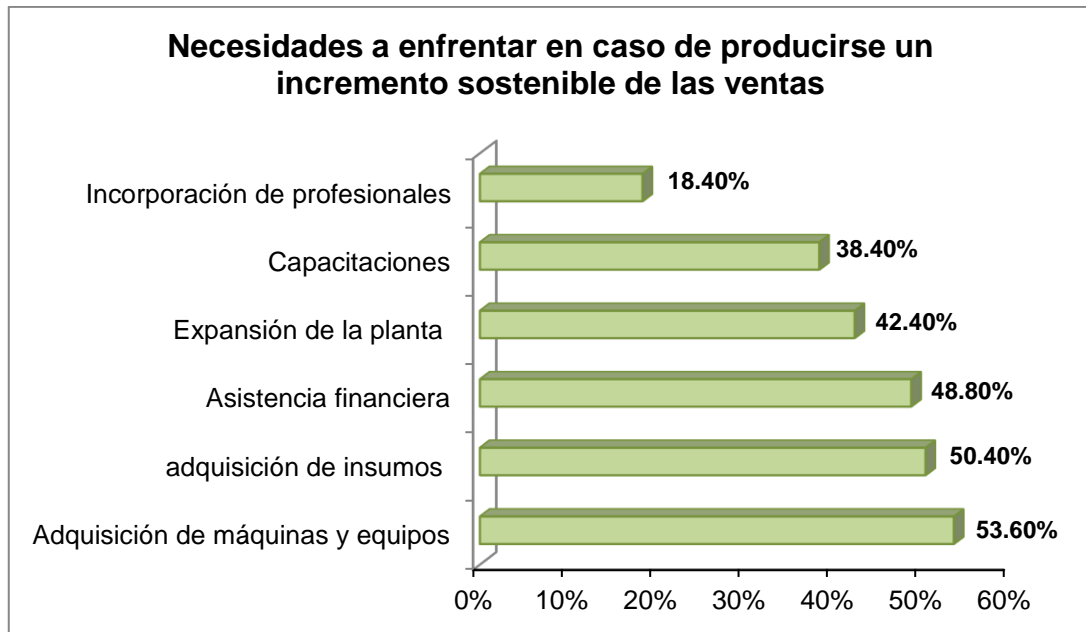
Las necesidades a enfrentar en caso de producirse un incremento sostenible de las ventas, resultan: adquisición de máquinas y equipos 53,6%, adquisición de insumos 50,4%, asistencia financiera 48,8%, expansión de la planta 42,4%, capacitaciones 38% e incorporación de profesionales 18,4%, como los guarismos más representativos.

## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

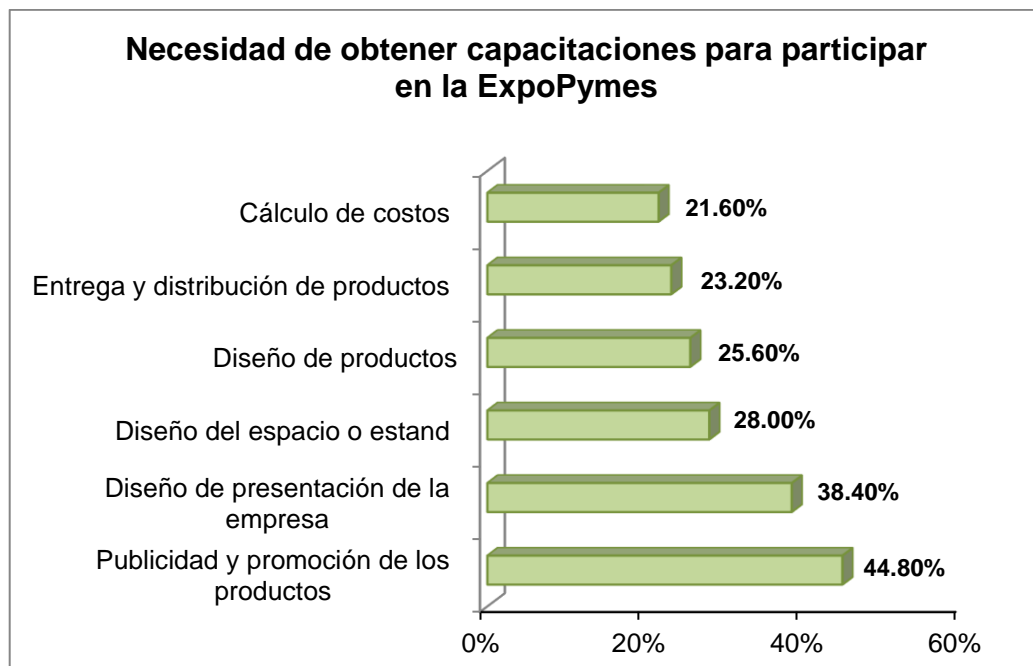
Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*



### F) CAPACITACIONES

La mayor necesidad de obtener capacitaciones se ve reflejada en lo referido a publicidad y promoción de los productos con un 44,8%, a diseño de empresa 38,4%, del espacio o stand el 28% y de producto 25,6%, entrega y distribución de productos 23,2% y cálculo de costos un 21,6%.





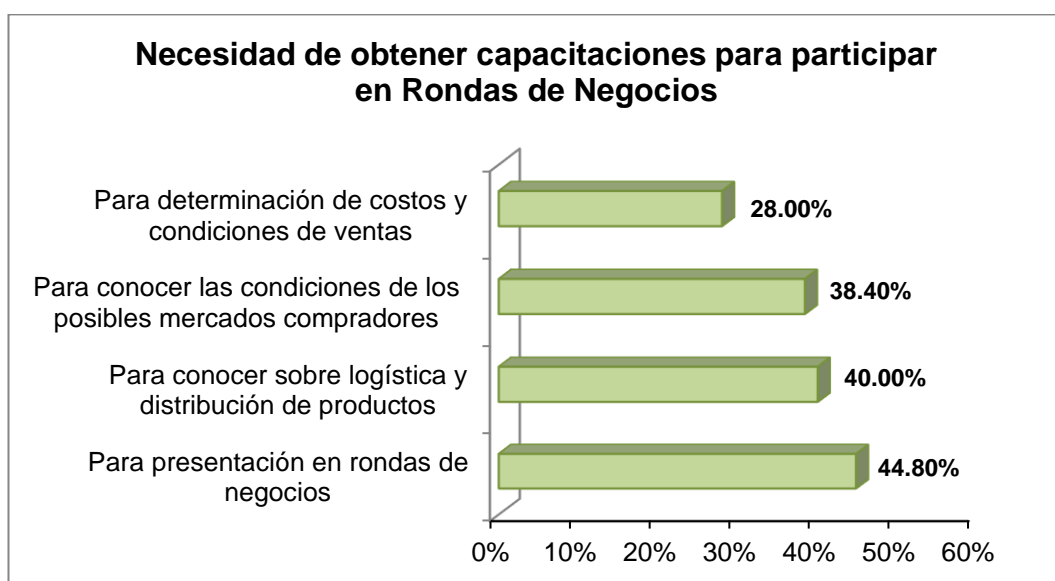
## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

Consultados los encuestados sobre la necesidad de recibir capacitaciones para mejorar su participación en rondas de negocios, según las respuestas un 44,8% las requiere para presentación en rondas de negocios, un 40% para conocer sobre logística de distribución de productos, un 38,4 % para conocer las condiciones de los posibles mercados compradores y un 28% para determinación de costos y condiciones de ventas.



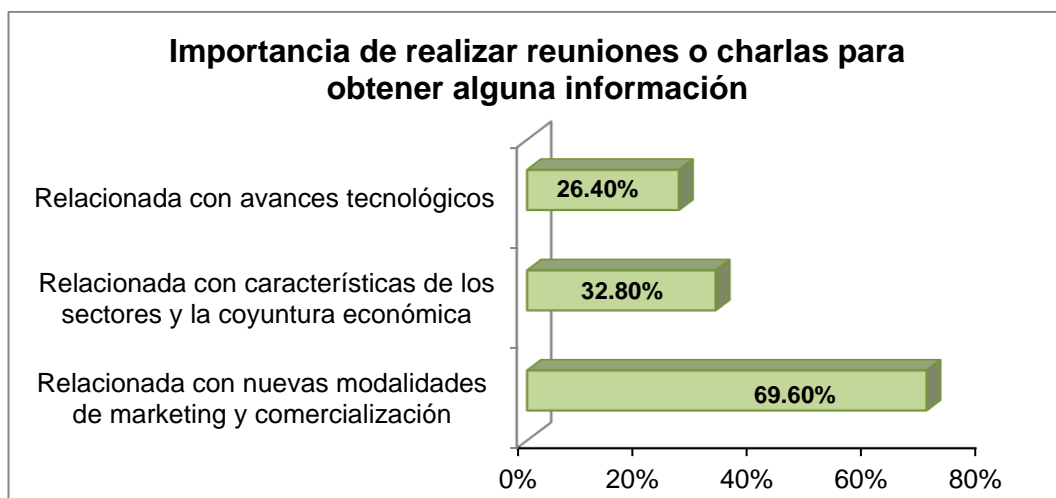
Respecto de la importancia de realizar reuniones o charlas para obtener alguna información, lo referido a nuevas modalidades de marketing y comercialización fue señalado por el 69,6%, características de los sectores y la coyuntura económica por el 32,8% y los avances tecnológicos por un 26,4%.

## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

Expte. N° 1845 3 00 01

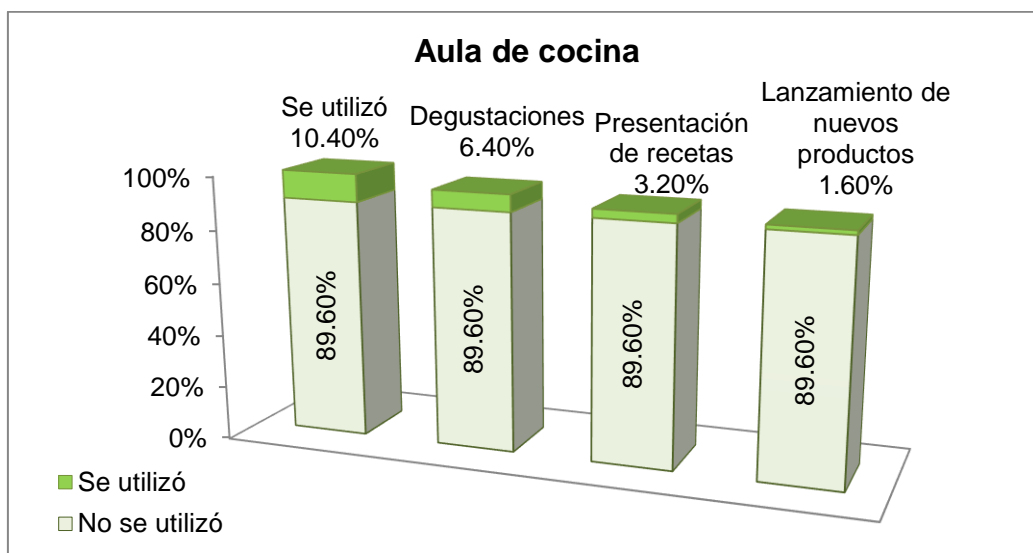
Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*



### G) AULA DE COCINA

El aula de cocina no ha sido utilizada mayoritariamente, así lo manifiesta el 89,6% y ha sido utilizado un 6,5% para degustaciones, un 3,2% para presentar recetas y un 1,6% para lanzar nuevos productos.



### H) PROXIMAS EXPOPYMES- EXPECTATIVAS

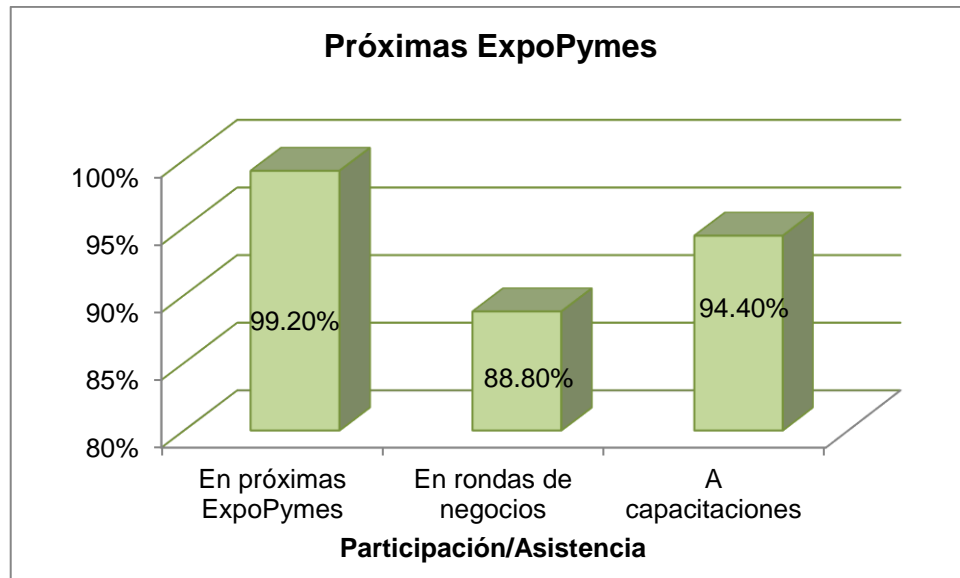
Las expectativas de participar en próximas ediciones de la ExpoPymes son positivas para un 99,2%, para participar en rondas de negocios lo son para un 88,8% y para asistir a capacitaciones para un 94,4%.

## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*



Hasta aquí, la información detallada cuantitativamente, la cual nos permite inferir que los efectos de la realización de la Expopymes, resultan positivos desde todos los puntos de vista o ejes temáticos planteados.

### **IV. II. - ANALISIS CUALITATIVO DE LAS RESPUESTAS RECIBIDAS**

El punto de partida para realizar el análisis cualitativo de las respuestas recibidas lo constituye también el conjunto de ejes temáticos o aspectos relevantes que fueran seleccionados al momento de iniciar el estudio, inmersos en la búsqueda del logro de los objetivos del Ministerio de la Producción y por ende de la ExpoPymes propiamente dicha. La combinación de los resultados del tratamiento de cada uno de ellos permitirá conocer el efecto que la organización de la ExpoPymes genera en las empresas participantes y en su entorno. Resulta destacable el entorno, dado que esta exposición repercute también en aquellas empresas que prestan servicios a las expositoras, que bien podrían identificarse como actividades satélites de la ExpoPymes, y que se ha repetido en cada una de las ediciones.

## ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.

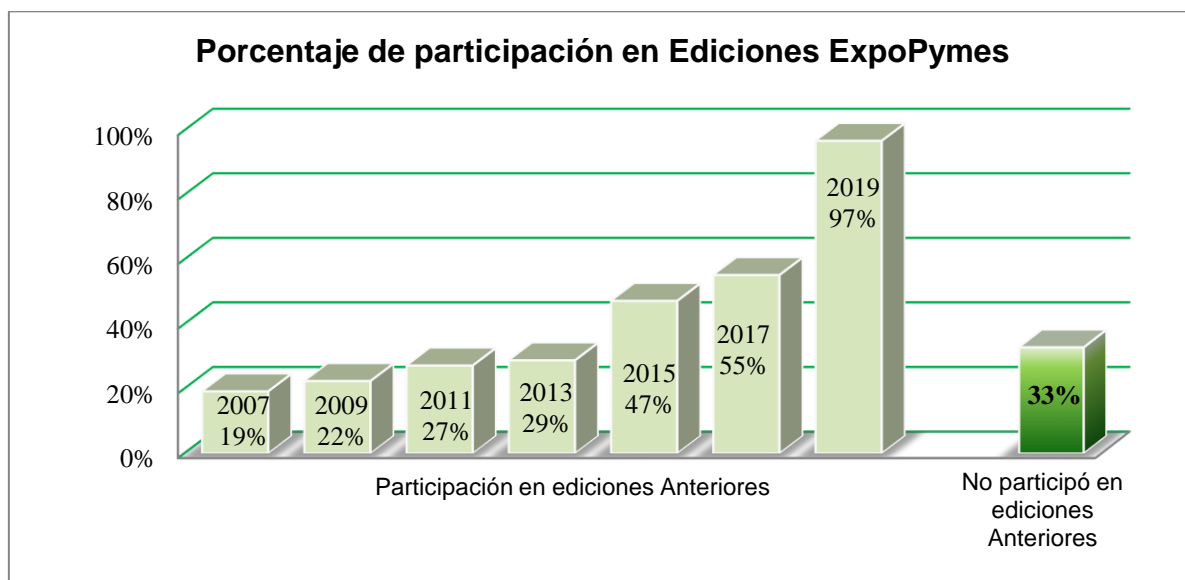
Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

Existe un número importante de empresas que han participado en todas las versiones o sea desde el año 2007 o en alguna de ellas, y las que no lo han hecho, han expuesto mayoritariamente que aún no tenían su emprendimiento en marcha en años anteriores.

Cantidad de expositores participantes en las distintas ediciones de ExpoPymes		
Concepto		Total expositores
No Participaron en ediciones anteriores		41
Participaron en ediciones anteriores		84
Participantes por año	2007	24
	2009	28
	2011	34
	2013	36
	2015	59
	2017	69
	2019	121



## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

El Ministerio de la Producción, a través de la ExpoPymes, propone dos canales para fortalecer la comercialización de la producción a las empresas participantes:

- el propio stand y
- las rondas de negocios.

Ambos permiten a los participantes cumplir con sus objetivos de incrementar las ventas de sus productos y mejorar en el posicionamiento de la empresa fortaleciendo vínculos comerciales.

La cantidad de visitantes a la muestra, que crece de edición en edición, nos permite inferir que los consumidores pampeanos y de la región (oeste de la provincia de Buenos Aires, norte de Río Negro y sur de Córdoba), están interesados en conocer y adquirir la producción pampeana. Los contactos y concreciones de ventas en el propio stand, mayoritariamente se corresponde con los consumidores finales y se manifiesta un alto porcentaje de cumplimiento de los objetivos de mejora en la comercialización, en sus diversos aspectos.

El fortalecimiento de las relaciones comerciales se materializa en todos los eslabones de la cadena productiva, hacia los proveedores de servicios contratados por los participantes a tal fin, hacia los mercados de los potenciales clientes (consumidores finales y mayoristas) a través del propio espacio y de las rondas de negocios respectivamente.

Un párrafo aparte para las rondas de negocios, ya que se manifiestan limitaciones para participar de ellas, y de parte de las empresas que si lo hacen, un alto porcentaje no logra concretar ventas. No obstante la mayoría de las empresas (88,8%), tiene expectativa de participar en ellas en próximas ediciones. Estos dos guarismos indican una manifiesta necesidad de desarrollar todos los aspectos que giran alrededor de las rondas de negocios, que también se manifiesta en las opiniones sobre capacitaciones.

## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

La concreción de alianzas estratégicas o redes de comercialización, tanto para compra de insumos como para venta de productos, exterioriza un avance importante en el fortalecimiento de las relaciones comerciales.

Como limitación a la concreción de ventas fuera de la provincia se detecta lo referido a logística y distribución de los productos y en un porcentaje menor, la determinación de los costos.

La potencialidad a futuro de la ExpoPymes se ve reflejada en las expectativas puestas de manifiesto respecto de la necesidad de participar en próximas ediciones, capacitaciones y en rondas de negocios.

Los temas mayoritariamente expuestos como prioritarios para recibir capacitación están relacionados con diseño de empresas, de productos; entrega y distribución (logística); cálculo de costos y diseño de stand. Y en lo referido a capacitaciones para participar en rondas de negocios, los temas más requeridos son los relacionados a cómo presentarse en las rondas; conocer la logística y distribución de los productos, las condiciones de comercialización y los costos. Surgen claramente necesidades de conocer sobre marketing, nuevas modalidades, avances tecnológicos, coyuntura, características de los distintos sectores que puedan estar relacionados con la producción pampeana.

Otro aspecto relevante y referido a la potencialidad de la muestra, se exterioriza en las necesidades a enfrentar (inversiones futuras) si se produjera un crecimiento sostenible de las ventas, y ellas son la inversión en activos fijos (máquinas, equipos y expansión de planta), en insumos, en tecnología, necesidad de asistencia financiera y de profesionales.

Se concluye en que el **“efecto de la organización de la ExpoPymes en las empresas participantes”**, ha sido positivo en todos sus aspectos y potencialmente lo seguirá siendo., dado el interés en participar en próximas ediciones, puesto de manifiesto por casi la totalidad de los encuestados. Resulta interesante considerar el efecto positivo que sobre las actividades satélites (principalmente servicios), genera la organización de la muestra. Se ha cumplido con los objetivos planteados tanto por el Gobierno Provincial,

## **ExpoPymes La Pampa: efectos de su organización en las empresas participantes.**

Expte. N° 1845 3 00 01

Experto: Mg. Susana Graciela MEDINA

\*\*\*\*\*

expresados en su Reglamento, como para los participantes exteriorizados en las respuestas de la encuesta que forma parte de este trabajo. De las sugerencias manifestadas en el último punto de la encuesta, no se detectan opiniones diferentes a las recogidas a través de los distintos puntos de la encuesta, excepto las expresiones de conformidad por la organización de la ExpoPymes.