



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA

# **Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal**

**MANUAL PARA LA ORGANIZACIÓN E  
IMPLEMENTACIÓN DE FERIAS REGIONALES-  
PROMOCIÓN DEL TURISMO REGIONAL.**

**BASADO EN LA EXPERIENCIA DE LAS FERIAS  
MICRORREGIONALES**

**MREB (CON SEDE EN JAYAQUE)  
ASITECHI (CON SEDE EN ALEGRIA)**

Documento elaborado por la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CCIES)  
bajo la dirección de RTI International.

Enero, 2014.

# **Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal**

**MANUAL PARA LA ORGANIZACIÓN E  
IMPLEMENTACIÓN DE FERIAS REGIONALES-  
PROMOCIÓN DEL TURISMO REGIONAL.**

**BASADO EN LA EXPERIENCIA DE LAS FERIAS  
MICRORREGIONALES**

**MREB (con sede en JAYAQUE)  
ASITECHI (con sede en ALEGRIA)**

Elaborado bajo el  
Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal  
Torre Futura, Local 2, Nivel 9,  
Calle El Mirador y 87 Av. Norte, Col. Escalón  
San Salvador, El Salvador.  
Teléfono: (503) 2264-6659/7026

Documento elaborado por la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CCIES)  
bajo la dirección de RTI International.

Este documento ha sido posible gracias al apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Los puntos de vista/opiniones de este documento son responsabilidad de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CCIES) y no reflejan necesariamente los de USAID o los del Gobierno de los Estados Unidos.

Enero, 2014

# MANUAL PARA LA ORGANIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE FERIAS REGIONALES DE TURISMO



Enero 2014.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	6
I. MARCO TEÓRICO .....	8
CONCEPTOS .....	8
1. <i>¿Qué es una feria?</i> .....	8
2. <i>¿Qué es una Rueda de Negocio?</i> .....	12
• <i>Características de las Ruedas de Negocios</i> .....	12
III. MARCO OPERATIVO .....	15
1.    METODOLOGÍA.....	15
1.1.    Pasos del proceso para realizar actividades exitosas.....	15
1.2.    Esquema de los 3 pasos del proceso .....	16
PASO 1: PREPARACIÓN.....	17
➤ <i>¿Qué es planificación?</i> .....	17
➤    Cinco Pasos de la Planificación:.....	18
1. <i>Definición de Objetivos</i> .....	18
2. <i>Definición de Metas</i> .....	20
3. <i>Definición de la Estrategia</i> .....	20
4. <i>Elaborar el Plan de Trabajo o de Acción</i> .....	22
5. <i>Monitoreo del Plan de Acción</i> .....	32
PASO 2: EJECUCIÓN .....	32
1. <i>Actividades 8 días antes del evento. ¿Por qué es tan importante este período? ¿Qué se hace?. Los elementos claves son la Coordinación e Integración de esfuerzos.</i> .....	32
2. <i>Un día previo al evento</i> .....	40
3. <i>El día del evento: Montaje del stand</i> .....	41
<i>Equipo de trabajo</i> .....	44

➤	<i>Programa de la Feria</i> .....	45
PASO 3: EVALUACIÓN.....		47
1.	<i>Evaluación de resultados</i> .....	47
2.	<i>Sistematización del evento</i> .....	50

## INTRODUCCIÓN

El Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal proyectó el desarrollo de 2 Ferias Regionales de Promoción de productos y servicios, vinculadas en forma estratégica al componente de Asociatividad Empresarial, a fin de estimular la coordinación y la integración de esfuerzos públicos y privados para su desarrollo. Tradicionalmente, las ferias son organizadas por las municipalidades. En este caso, las Ferias Regionales asistidas por el Proyecto de USAID en las Microrregiones El Bálsamo (MREB) y la Sierra Tecapa-Chinameca (ASITECHI), se desarrollaron como producto de la cooperación público-privada entre las asociaciones empresariales asistidas por el Proyecto de USAID a través de la CCIES en cada una de las mencionadas microrregiones, junto a las respectivas asociaciones municipales, representadas por sus alcaldes, que han venido siendo asistidas por SACDEL y FUNDE respectivamente.

En ese contexto, el presente Manual fue diseñado como una guía para el desarrollo logístico de Ferias Regionales orientadas a impulsar la actividad económica y turística de los municipios participantes. Las Ferias incluyen el componente de Rueda de Negocios a nivel regional.

Se ha elaborado el marco teórico y operativo, por medio del cual se determinan y ordenan los recursos, así como las actividades para su organización y desarrollo; asimismo, la evaluación participativa del evento.

La presente guía fue aplicada en la organización e implementación de las dos Ferias Regionales de Turismo, realizadas en el mes de noviembre de 2013; asimismo, fue actualizada con base a experiencias de los eventos implementados.



Los sectores públicos y privados de las microrregiones de El Bálsamo (MREB) y de la Sierra Tecapa - Chinameca (ASITECHI) que participaron en las Ferias Regionales, fueron asistidas por el Proyecto de USAID, a través de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CCIES) y la empresa tour-operadora GRAY LINE EL SALVADOR - AVITOURS DMC.

En el contexto del Proyecto de USAID, la organización e implementación de Ferias Regionales Turísticas actúan como catalizadores de objetivos y acciones de actores públicos y privados (productores, comerciantes, emprendedores y compradores). El objetivo común que los une, es promover el esfuerzo regional de los municipios y la promoción de productos y servicios locales y regionales, a fin de dinamizar las economías locales y regionales.

Asimismo, representan una oportunidad para dar a conocer y posicionar a nivel nacional, los atributos, infraestructura, servicios y recursos que poseen nuestros municipios, fomentar el emprendedurismo en sus habitantes, formar una cultura participativa de promoción, mejorar sus niveles de competitividad, que en conjunto y realizado en forma periódica, conducen al incremento de inversiones, negocios y empleos, estimulando el crecimiento económico sostenible.

Los principales actores clave del desarrollo económico local son:

- Gobierno Local
- Sector empresarial y emprendedores locales
- Asociaciones empresariales y profesionales

En ambas Ferias Regionales se han aplicado nuevas tecnologías e implementado nuevas herramientas técnicas, para elevar el nivel de oportunidades en la población objetivo.

Los participantes en las 2 Ferias Regionales realizadas fueron capacitados y tuvieron la oportunidad de ofrecer sus productos y servicios a los visitantes locales, y contar con la visita de turistas a nivel nacional, a través de un proceso de promoción de tours gratuitos para llevar visitantes desde San Salvador hasta los lugares de la feria y viceversa, lo que acompañado de un proceso de pre-inscripción de turistas interesado, garantizó una gran afluencia de visitantes. Asimismo, se desarrolló el componente de Rueda de Negocios, con el fin de propiciar acercamientos de negocios entre los expositores y potenciales compradores para que los participantes puedan ofertar sus productos, lo que representa una excelente oportunidad de crecimiento del negocio.

Las nuevas modalidades aplicadas en ambas Ferias también han contribuido al fortalecimiento asociativo, tanto de las asociaciones empresariales, como de las asociaciones de alcaldes, a nivel regional. En el desarrollo de las Ferias Regionales ambos sectores trabajan de la mano para acercar la oferta turística regional, con la demanda (turistas) a nivel nacional, para dinamizar las economías, y fomentar el empleo.

# I. MARCO TEÓRICO

## CONCEPTOS

### 1. *¿Qué es una feria?*

Es un lugar donde se reúnen vendedores y compradores para difundir, exhibir, promover, conocer y seleccionar una gran variedad de productos y servicios.

Es una actividad que tiene como característica concertar en un mismo espacio físico a la oferta y a la demanda de bienes y servicios, en una fecha programada. Las ferias son una estrategia de promoción para la generación de oportunidades comerciales, que se realizan a través de un contacto directo del empresario con el cliente y la competencia, vinculando la oferta y la demanda de bienes o servicios.

En el contexto que nos ocupa, las ferias deben diseñarse como plataformas de promoción comercial dirigidos a la participación de micro, pequeñas y medianas empresas, independientemente del sector productivo al que pertenezcan. En tal sentido, debe entenderse como un instrumento que forma parte de la estrategia para fomentar el desarrollo económico de un territorio.

El éxito de una Feria inicia con el proceso de planificación, que debe iniciar teniendo claridad sobre, qué es lo que se quiere lograr. Esto conlleva la necesidad de elaborar objetivos concretos, basados en elementos de calidad, cantidad, tiempo e innovación, de tal forma que los indicadores relacionados reflejen los aportes y cambios que se proyecta obtener.

#### **Ejemplos:**

- ✓ Lograr el posicionamiento de la Microregión El Bálsamo, específicamente con los municipios de Jayaque, Talnique, Tepecoyo y Sacacoyo, ofreciendo variedad de productos característicos de la región presentados en condiciones atractivas e higiénicas

- ✓ Lograr la integración de la Micro Región Tecapa-Chinameca, específicamente con los municipios de Alegría, Berlín, Chinameca, Estanzuelas y Nueva Concepción, en la coordinación de Ferias Regionales de Turismo que impulse, a través de la oferta turística el desarrollo económico de la región.

- **Actores participantes**

La organización de Ferias Regionales de Turismo va en pro del desarrollo económico local y requieren estructurar una organización participativa y abierta en el nivel local, que tenga un alto grado de representatividad de los municipios participantes, de la comunidad, instituciones gubernamentales, sector empresarial, ONG's y de actores locales, así como de asistencia técnica del Proyecto de USAID, a través de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador quién con empresas aliadas orientará y fortalecerá la relación oferta - demanda.

- Alcaldes
- Concejales
- Empleados municipales
- ONG's
- Organizaciones de todo tipo: territoriales y funcionales
- Sector empresarial radicado en la zona
- Instituciones gubernamentales
- Asociaciones empresariales de la zona
- Proyectos
- Programas

La feria debe convertirse en un verdadero foro de exposición de productos y servicios, de análisis y discusión de la acción empresarial y su papel en la economía; debe generar factores y elementos que fortalezcan al expositor para convertirse en agentes de cambio, dentro de su entorno.

- **¿Por qué realizar ferias?**

Porque es un instrumento eficiente, que proporciona a los diferentes sectores en un evento, los siguientes **BENEFICIOS**:

- ✓ Las ferias se han consolidado en los últimos años como una de las más poderosas y efectivas

herramientas de mercadeo, tal como viene a subrayar el constante crecimiento de esta actividad; ayuda a los empresarios a aprender cómo presentar sus productos.

- ✓ Son la forma más económica y eficiente de ganar cuotas de mercado.
- ✓ Constituyen la más completa herramienta de comunicación, donde se produce una interacción directa entre comprador y vendedor, poniendo en funcionamiento los cinco sentidos.
- ✓ Son el lugar idóneo para establecer contactos comerciales, encontrarse con los clientes habituales y captar nuevos clientes, ofreciendo nuevos servicios y/o productos.
- ✓ Constituyen la mejor manera de conocer las tendencias actuales del mercado.
- ✓ Posibilitan la participación en jornadas y actos paralelos (charlas con temas de actualidad empresarial, ponencias, entre otras) que ayudan a conocer la evolución y tendencias del mercado.
- ✓ Facilitan el acceso a información, contactos y relaciones que le aporten mayores conocimientos y acceso a nuevos mercados.
- ✓ Incrementa las actividades comerciales.
- ✓ Propicia el establecimiento de negocios y alianzas entre empresas e instituciones, en forma efectiva y rápida.
- ✓ Facilita la identificación de las adaptaciones, modificaciones e innovaciones que se deben utilizar en los productos y servicios, nuevos diseños, formas de diferenciación de productos, maneras de preservar, manejo y proteger productos, para penetrar en otros mercados y/o mejorar su inserción en el mercado nacional.
- ✓ Disminuye los costos de las transacciones.
- ✓ Crea valor agregado a los participantes, a través de los conocimientos adquiridos sobre temas de interés empresarial, que proporcionan las conferencias técnicas y asesorías, cuando se éstas se brindan.
- ✓ Promueve el establecimiento de alianzas efectivas, proyectos y actividades conjuntas con otras empresas o instituciones.
- ✓ Se realiza una prospección del mercado a costos reducidos.
- ✓ Contribuye a posicionar el territorio o región a través de la promoción mediática.
- ✓ Se debe tener como fin último, contribuir a dinamizar la economía local, con productos y servicios que identifiquen la zona.

Las ferias deben estar bien estructuradas, especialmente en la parte de la coordinación interinstitucional, a fin que permita contar con los elementos fundamentales para el éxito de la misma. A partir de la toma de decisión de “realización de la feria”, se inicia un proceso compuesto de varias etapas, que contempla actividades y responsables, desarrollando labores y gestiones coordinadas articuladas en una planificación y ejecutadas por un Comité ad-hoc.

Algunas de las ventajas y oportunidades que las Ferias ofrecen a sus participantes como expositores:

***Ventajas:***

- ✓ El cliente es quien visita a la empresa y no al revés.
- ✓ El cliente está disponible.
- ✓ El protagonista es el producto o servicio, que está “tan bien presentado” como el expositor sea capaz de hacerlo.
- ✓ El costo por contactos es indiscutiblemente el más bajo, ya que en pocos días se puede contactar a muchos clientes.

***Oportunidades:***

- ✓ Generar nuevos contactos que finalizan en ventas.
- ✓ Dar a conocer sus productos y servicios o puestos de trabajo.
- ✓ Potenciar la marca.
- ✓ Reforzar el contacto con los clientes habituales.
- ✓ Observar a la competencia (principalmente en las ferias).
- ✓ Abrir nuevos mercados.
- ✓ Vender.
- ✓ Contactar a posibles distribuidores.

• ***Ferias a nivel local/ regional***

Las Ferias, en el marco del desarrollo económico local son actividades que deben contar con características fundamentales:

- ✓ Deben ser parte de un proceso de desarrollo económico.
- ✓ Aprender de la experiencia a fin que se pueda aplicar a otros modelos y procesos.
- ✓ Debe obtenerse resultados concretos, medir la cobertura de la actividad y obtener datos cuantitativos sobre número de personas, empresas, instituciones, ONG’s involucrados participantes y beneficiados.
- ✓ Presentar resultados. El Comité Organizador debe demostrar el logro de sus objetivos, asimismo, si los miembros del Comité se han fortalecido en el proceso de implementación, si la experiencia ha proyectado el sector empresarial fuera de la región, si se ha contribuido a generar un compromiso de los actores locales.

- ✓ La diversidad. Los procesos de planificación, organización e implementación, debe considerar la inclusión de diversos temas, como integración de género en la participación; equidad, cultura, turismo, medio ambiente, alianzas intersectoriales y la diversidad social, así como la incorporación de mujeres y jóvenes.
- ✓ El desarrollo de la creatividad es fundamental para desarrollar este tipo de actividades; ya sea en el aspecto organizativo, logístico u operativo, se debe presentar soluciones innovadoras para problemas encontrados en el proceso.

## 2. *¿Qué es una Rueda de Negocio?*<sup>1</sup>

La Rueda de Negocios se define como un mecanismo simple y de acción directa, que consiste en reuniones de empresarios, instituciones y organizaciones, que desean celebrar entrevistas y promover contactos entre sí, con el propósito de realizar negocios y relaciones asociativas.

La Rueda de Negocios es un instrumento que permite lograr transacciones inter empresariales en servicios y/o bienes para el desarrollo de aquellas empresas que participan en la misma. Permite a las empresas iniciar actividades locales, regionales e incluso nacionales; realizar estudios de mercado a costos reducidos; conocer y acceder a nuevos mercados; a nuevas oportunidades de negocio; descubrir que se pueden realizar distribuciones cruzadas, inclusive con empresas competidoras; conocer las adaptaciones que deberán realizarse para diferenciar a los productos y mejorar su competitividad en el mercado.

- **Características de las Ruedas de Negocios**

1. Es un mecanismo de participación directa de empresarios.
2. Es selectiva, prioriza los productos y servicios que se desean tratar.

---

<sup>1</sup> La conceptualización y actividades para el desarrollo de una Rueda de Negocios se han tomado del III Manual para la Realización de Ruedas de Negocio desarrollado por el BID INTAL, BUENOS AIRES, ARGENTINA, 1989.

3. Es una actividad que se realiza mediante entrevistas empresariales que van entre 20 - 45 minutos. (según se determine).
4. De acuerdo a estudios hechos por CEPAL, hay un mayor grado de éxito en la concreción de negocios en las ruedas específicas o sectoriales.

- **Contribución de las Ruedas de Negocios**

El desarrollo de la Rueda de Negocios puede facilitar la obtención de los siguientes objetivos y/o metas empresariales:

1. Dinamizar la integración económica entre las diferentes empresas que participan en la Rueda.
2. La presentación o contacto entre empresas a través de una rueda de negocios institucionalizada, aumenta los niveles de confianza y, mediante el suministro de información adicional, puede contribuir a reducir el número de encuentros necesarios para concretar un negocio.
3. Acumulación de conocimientos organizativos y de gestión que realiza la institución organizadora.
4. Preparar a las PYMES para desarrollar un comportamiento flexible ante los requerimientos y propuestas de otros agentes económicos.
5. Proveer información económica para contribuir a la ubicación de nichos de mercado para los productos de la región. Estos productos proceden mayormente de pequeñas empresas y por lo tanto, requieren orientación para concretar nuevas formas de asociación empresarial acordes con la internacionalización de la economía y la integración económica y social.
6. Búsqueda de espacios de cooperación entre las empresas, productores individuales, trabajadores, asociaciones de empresarios, Cámaras de Comercio e Industria, Organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGDs), gobiernos locales y regionales, el gobierno central y sus Instituciones especializadas.
7. Facilitar el contacto de pequeños y medianos empresarios con compradores, proveedores, inversionistas, financistas y otros agentes económicos.
8. Materializar proyectos conjuntos de inversión.
9. Obtener una creciente interacción en el ámbito de las negociaciones.
10. Intercambiar tecnología y llegar a plasmar acuerdos comerciales y de servicios.
11. Disminuir los costos de coordinación entre empresas, incluso de diferentes regiones o países.
12. Promover exportaciones e importaciones de productos y servicios (materias primas, partes y piezas, semiterminados, manufacturas finales). Buscar u otorgar corresponsalías, distribución y representación comercial.
13. Captar inversiones, líneas de financiamiento y oportunidades de negocios. Promover joint ventures.

14. Desarrollar nuevas formas de asociación, empresas mixtas con industrias afines o complementarias, asociaciones de adición de valor para la conquista de otros mercados.
15. Impulsar la subcontratación.

- **Logros de las ruedas de negocios**

- 1) Cooperación en la promoción y el desarrollo de la pequeña y mediana empresa.
- 2) Acuerdos y negociaciones que abonan a la integración de la región.
- 3) Nuevas formas de relación para mantenerse informados.
- 4) Clientes con pedidos y empresas con nuevos proveedores.
- 5) Los subproductos finales de la Rueda son: El Directorio de invitados y de participantes.

El desarrollo de una Rueda de Negocios requiere de buena organización, siendo fundamental contar con la información necesaria sobre el número y características de los participantes (productos o servicios y empresarios) y realizarse con la debida anticipación. Esto permite, la identificación de otras empresas como potenciales clientes o contactos de los participantes locales o regionales, así como la concertación de citas o entrevistas de negocios a ser concretadas durante la Rueda de Negocios entre ambas partes.

- **Elaboración de documentos de inscripción e información.**

La Ficha de inscripción de participantes es clave. En el diseño de la ficha se plasma la cantidad de información que se requiere para desarrollar la herramienta. Debe ser de fácil comprensión y con ejemplos que ilustren a los empresarios cómo llenarla para potenciar su empresa.

- **Realización de las Citas Concertadas.**

Se requiere un trabajo personalizado para atender a los empresarios y ayudarlos en el proceso de ubicación de su mesa. El tiempo debe ser cumplido a cabalidad pues de ello depende la marcha normal de la Rueda. Cada empresario será notificado con anticipación de los detalles de su cita, siendo importante que se presente a la misma para ganar credibilidad ante el potencial nuevo cliente o proveedor.

- **Evaluación de las Citas de Negocios realizadas.**

El empresario evaluará su cita de negocios realizada. Se le proporcionará una Ficha, dándole el tiempo necesario para hacerlo. La Ficha será llenada con el resumen de los resultados obtenidos y las posibilidades de negocios concretos, resultados comerciales obtenidos, una estimación de los resultados en montos (US\$). El empresario también evaluará aspectos de la organización, su

participación, el interés, la opinión sobre el evento, el cómo se enteró del evento, así como sugerencias y comentarios.

### **III. MARCO OPERATIVO**

#### **1. METODOLOGÍA**

Para afrontar con éxito la promoción y exposición de productos y servicios locales, es necesario definir y ejecutar un proceso previo a la realización de las ferias. Su aplicación y seguimiento debe llevar un proceso metodológico que plantee acciones secuenciales, cuyos resultados deben responder a tres preguntas básicas:

1. ¿Que nos motiva a realizar las ferias a nivel local o regional?

**Respuesta:** Los objetivos definidos.

2. ¿Qué hacer para llevarlas a cabo?

**Respuesta:** Planificación, coordinación e integración de esfuerzos.

3. ¿Cómo hacerlo?

**Respuesta:** Definición de Misión y Visión.

La realización de Ferias, implica desarrollar un proceso distribuido en fases o pasos para su mejor implementación y seguimiento. Tiene su base en una buena planificación que responda a los objetivos definidos. Esta fase es la más importante y determina los resultados del evento. Sobre esta base se organiza, estructurando la coordinación de los esfuerzos técnicos y financieros de las instituciones participantes, se elige un Comité Operativo cuya participación debe ser voluntaria y en coherencia a las responsabilidades institucionales y normativas en relación al tema de la feria. Podrán formarse diversas Comisiones de apoyo al Comité Operativo, según los procesos y actividades que se proyecte realizar.

#### **1.1. Pasos del proceso para realizar actividades exitosas.**

Las ferias son un medio para dar a conocer productos o servicios, realizar negocios con otros empresarios, observar la competencia, realizar el lanzamiento de productos, estudiar el mercado, visitar y ser visitado por sus clientes actuales y/o potenciales, encontrar

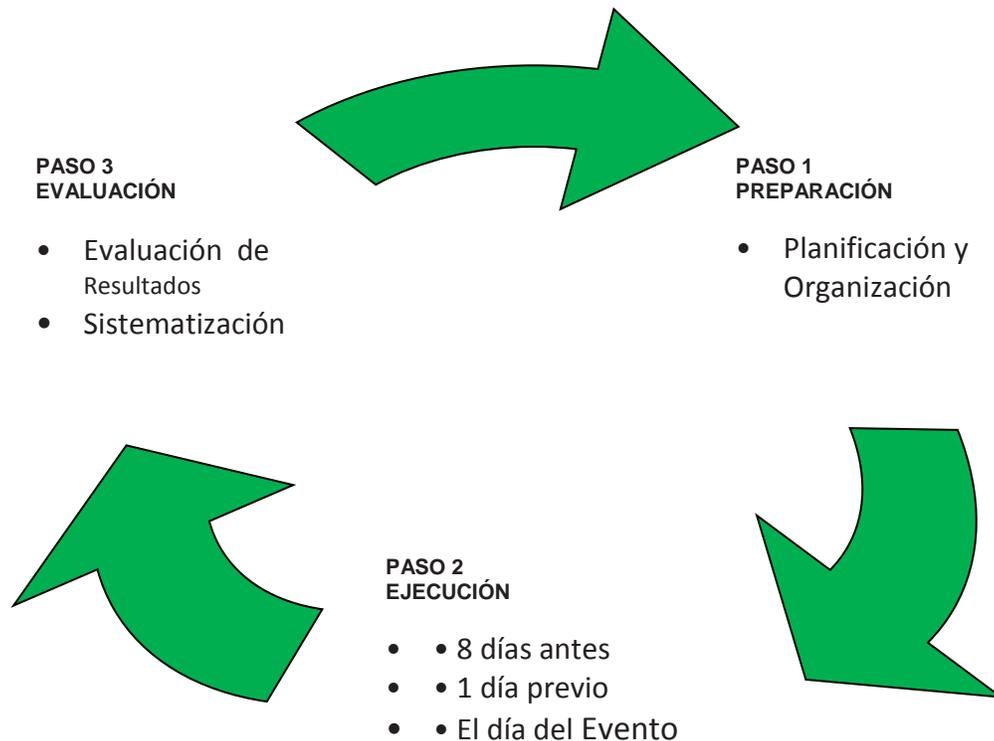
distribuidores, concretar ventas, entre otras. En resumen, el evento se convierte en un “centro comercial” para personas de negocios (vendedores o proveedores y compradores). Los pasos del proceso son básicamente 3:

- i. Preparación
- ii. Ejecución
- iii. Evaluación: Seguimiento y Sistematización

Si bien el proceso es secuencial, debe ser flexible de manera que se adapte a las necesidades de cada municipio.

La ejecución de cada paso implica el desglose de diversas actividades, organizadas y coordinadas tanto dentro de cada Comisión, como con el resto del Comité Operativo. Es importante que desde el principio, se respete la Coordinación General y las funciones de cada Comisión, para evitar la duplicación de esfuerzos institucionales y técnicos.

## 1.2. Esquema de los 3 pasos del proceso



## **PASO 1: PREPARACIÓN**

El proceso general da inicio con la Fase de Preparación, referido a la planificación y organización de todos los insumos y actividades necesarias para la realización del evento.

Criterios de éxito:

- Trabajo en equipo.
- El elemento humano.

La planificación cumple dos propósitos fundamentales:

1. Optimizar el éxito reduciendo la incertidumbre de la improvisación y definiendo las consecuencias de las acciones determinadas.
2. Elevar el nivel de éxito organizacional.

Un propósito adicional de la planificación, consiste en coordinar los esfuerzos y los recursos dentro de las organizaciones. Se ha dicho que la planificación es como una locomotora que arrastra el tren de las actividades de la organización, la dirección y el control. Sin embargo, el propósito fundamental, es facilitar el logro de los objetivos planteados, e implica tomar en consideración la naturaleza del ámbito futuro en el cual deberán ejecutarse las acciones planificadas.

### ➤ **¿Qué es planificación?**

Es un proceso racional para organizar y optimizar la utilización de los recursos para lograr objetivos y metas, en un tiempo y espacio predeterminados.

Significa que los organizadores deben evaluar de forma anticipada los objetivos y acciones y, sustentar las actividades no en corazonadas, sino basándose en un método o en un plan de trabajo. Los planes establecen los objetivos y definen los procedimientos adecuados para alcanzar las metas.

Implica además, un proceso de toma de decisiones, un proceso de previsión (anticipación), visualización (representación del futuro deseado) y de predeterminación (tomar acciones para

lograr el concepto de adivinar el futuro).

Todo plan de trabajo tiene cinco elementos que lo caracterizan:

1. Debe referirse al futuro.
2. Debe indicar acciones.
3. Existe un elemento de causalidad personal u organizacional.
4. Debe indicar los responsables de la ejecución.
5. Toma en cuenta el tiempo para realizar las actividades.

➤ **Cinco Pasos de la Planificación:**

Como toda actividad humana, las ferias son eventos que requieren de una planificación. Es necesario cubrir 5 pasos principales:

1. Definición de los objetivos
2. Definir las metas
3. Determinar la estrategia (cómo hacerlo)
4. Elaborar un plan de trabajo para identificar líneas de acción.
5. Monitorear el plan de acción hasta su cumplimiento.

**1. Definición de Objetivos**

La primera actividad dentro de la planificación, es definir los objetivos que:

- Son los resultados que se pretende obtener con la realización de determinada actividad.
- El objetivo lo determinan los propósitos que tengan los organizadores.
- Es importante tomar en consideración las características del lugar en que se va a realizar, sus principales actividades productivas, las empresas existentes, su vinculación con el mercado y los servicios de desarrollo a que tienen acceso.
- Definir bien los objetivos fortalece la capacidad organizacional para lograr un fin.

Un objetivo es una situación deseada que se intenta lograr en un futuro. Se dividen en generales y específicos.

### ***¿Cuál es el Objetivo General de la Feria?***

Lo que se pretende lograr con la feria, es el crecimiento económico y posicionamiento de las empresas (o de la región, o localidad, según sea el caso).

#### **Ejemplo de Objetivo General:**

Promover el esfuerzo regional de los municipios, la promoción de productos y servicios locales y regionales, a fin de estimular nuevas oportunidades de negocios y empleos

### ***¿Cuáles son los Objetivos específicos?***

- Dar a conocer los atributos, infraestructura, servicios y recursos que poseen NUESTROS PUEBLOS.
- Fomentar el emprendedurismo en sus jóvenes y habitantes en general, mejorando sus niveles de competitividad.
- Buscar contribuir al logro del crecimiento sostenible y generando nuevas inversiones y empleos.
- Que los empresarios realicen contactos y alianzas de negocios.
- Mejorar las capacidades empresariales por participar en ferias.

#### **Los objetivos deben reunir algunas de estas características:**

- **Claridad:** un objetivo debe estar claramente definido, de tal forma que no presente ninguna duda en aquellos que son responsables de participar en su logro.
- **Flexibilidad:** los objetivos deben ser lo suficientemente flexibles para ser modificados cuando las circunstancias lo requieran. Dicho de otro modo, deben ser flexibles para aprovechar las condiciones del entorno.
- **Medible:** los objetivos deben ser medibles en un tiempo determinado, para definir con precisión su cumplimiento.
- **Realista:** los objetivos deben ser factibles de lograrse.
- **Coherente:** un objetivo debe definirse teniendo en cuenta que éste debe servir a la institución o actividad. Los objetivos por áreas funcionales deben ser coherentes entre sí, es decir no deben contradecirse.
- **Motivador:** los objetivos deben definirse de tal forma, que se constituyan en elemento motivador, en un reto para las personas responsables de su cumplimiento.

## **2. Definición de Metas**

Meta es el resultado concreto que se pretende alcanzar en un plazo determinado para avanzar hacia el cumplimiento de un objetivo. Su medición debe hacerse en términos de tiempo, cantidad y si es posible, calidad.

Las metas son definiciones o conceptos generales que se derivan del propósito o de la intención del proyecto. Los propósitos del proyecto explican las razones por las cuales el proyecto se está llevando a cabo. Estas están típicamente unidas a las necesidades humanas.

Casi todos los proyectos tienen propósitos múltiples, usualmente se expresan más específicamente en las metas del mismo. Una meta describe un resultado final de la actividad a realizar, para cumplir o alcanzar los propósitos planteados.

## **3. Definición de la Estrategia**

Para cumplir con los objetivos ya definidos, es necesario elaborar una estrategia; es decir, definir cómo se lograrán los objetivos.

En términos de planificación, se puede pensar en que la estrategia podría ser, dar una respuesta novedosa para superar la capacidad de los competidores en la penetración del mercado. En este sentido, la estrategia es la visualización creativa de una oportunidad de crecimiento y cómo realizarlo de una manera ordenada y planificada. Es decir, ESTRATEGIA es un plan que se diseña para alcanzar los objetivos definidos en la planificación de actividades.

### **EJEMPLO:**

Se ha planificado realizar La Feria Regional de Turismo en la Microrregión El Bálsamo, específicamente con los pueblos: Jayaque, Talnique, Tepecoyo y Sacacoyo, que se llevará a cabo en Jayaque el 24 de Noviembre del 2013. La estrategia para lograr el cumplimiento de los objetivos, es promover la feria a nivel nacional a través de: conferencia de prensa, radio, televisión, Press Trip, prensa, página web y redes sociales.

La estrategia abarca la totalidad de las actividades críticas de una institución, dándole un sentido de unidad, dirección y propósito. Para lograr una definición adecuada de lo que es estrategia, se requiere incorporar diversas dimensiones. Para una mejor comprensión de las tareas, se pueden nombrar las siguientes:

- La estrategia determina y revela el propósito de la actividad en términos de objetivos a mediano o largo plazo.
- La estrategia define los negocios que va a abarcar la actividad.
- La estrategia intenta lograr una ventaja sostenible, respondiendo adecuadamente ante las amenazas y oportunidades y las fortalezas y debilidades de las actividades.

### **Otros insumos**

- Analizar experiencias anteriores, para contar con indicadores e insumos de referencia que permita evaluar la metodología de trabajo a utilizar, resultados y lecciones aprendidas.
- Definir el alcance de la feria, puede ser local, regional, o nacional. Esta focalización permitirá medir la magnitud del evento y los resultados a obtener.
- Elaborar una estrategia que involucre apoyos institucionales, locales y empresariales.
- Sectores que participan:
  - Deben caracterizarse los sectores participantes, por ejemplo: en una Feria de Turismo, los participantes deben ser empresas hoteleras, restaurantes, tour operadores, ventas de artesanías, exposición de productos naturales originarios de la zona.
  - Elaborar lista de participantes y clasificarlos de acuerdo al sector.

### **Ejemplos de estrategias:**

- **Trasporte al evento desde San Salvador**

San Salvador: unidades de transporte tipo pullman o similar con todas sus extras: motorista, aire acondicionado, gasolina, asientos reclinables.

Estos tours serán totalmente gratis e incluirán: transporte y guía de turismo especializado, se les entregara un informativo detallado de la feria y sus expositores por rubro de negocio, además de ofrecer los tours pagados que podrán realizar en los destinos turísticos.

- **Tours:**

Se tendrá una variedad de tours a los lugares turísticos de las microrregiones; se ofrecerá a los

turistas, caminatas guiadas en campaña viva, cabalgatas, tours por el pueblo, al casco Urbano, visitando las principales atracciones turísticas de la zonas.

Para el caso particular del ejemplo de la Feria Regional de Turismo en la MREB, el transporte al lugar o sede donde se desarrolla la Feria es gratuito; sin embargo, los tours que saldrán de la feria hacia los diferentes destinos turísticos, los turistas pagarán un precio mínimo de \$5.00 que serán cobrados por los guías turísticos locales. El transporte siempre es una responsabilidad de la organización del evento. En el caso del ejemplo, la gratuidad del transporte se da, gracias a que la actividad se desarrolla en el marco del Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal, cuyo objetivo es apoyar al desarrollo de turismo en las microrregiones. Para otros casos, los encargados de turismo local deben ser capaces de reproducir este esquema con sus propios recursos.

#### **4. Elaborar el Plan de Trabajo o de Acción**

Con la definición de los objetivos y estrategias, se tiene la base de las actividades o acciones a realizar para el cumplimiento de los objetivos planteados. Con estos insumos se elabora un Plan de Acción o de Trabajo. Este plan debe contener todas las actividades, definiendo asimismo, los tiempos, recursos y responsables para cumplir con los objetivos propuestos al inicio de la planificación.

El Plan de Trabajo o Plan de Acción, es un instrumento de planificación que ayuda a trazar el proceso que debe seguir una organización o proyecto para alcanzar sus objetivos; permite decidir con anticipación las actividades que se deberán realizar, cómo se realizarán, en qué período de tiempo se harán, quiénes serán los responsables de su cumplimiento y la forma en la que se evaluarán los resultados. Es el documento que se utilizará desde el principio hasta el final, nos llevará desde el punto donde nos encontramos hasta dónde queremos ir.

La formulación de un Plan de Acción, también permite priorizar las actividades más relevantes de la feria para cumplir con los objetivos planteados, y definir el compromiso del trabajo de las personas y de las organizaciones e instituciones involucradas, estableciendo plazos y responsabilidades. Además, permite coordinar las actuaciones que corresponden a cada una de las personas e instituciones involucradas, para ir controlando los avances en todo el proceso para implementar las ferias. El monitoreo debe realizarse como parte de una eficiente gestión.

➤ **Objetivos del Plan de Trabajo o de Acción**

El Plan de Acción genera la búsqueda de soluciones y el cumplimiento de las actividades alrededor de los objetivos definidos, además permite:

- Identificar todas las actividades necesarias para el logro de los objetivos.
- Identificar los recursos necesarios en las actividades.
- Identificar coordinaciones de trabajo con otras instituciones.
- Enlazar el objetivo con la acción.

➤ **Pasos a seguir:**

- Se coloca el objetivo general, especificando el tiempo en que se piensa alcanzarlo.
- Se colocan los objetivos específicos en un cuadro, los cuales deben estar directamente relacionados con los problemas identificados.
- Cada grupo propone actividades respondiendo a la pregunta: ¿Qué actividades se deben realizar para alcanzar el objetivo?
- Se hace un listado con las actividades que tengan relación directa con los objetivos.
- Se analizan las actividades y se determinan cuáles son posibles de hacer.
- Se determinan los materiales y recursos que son necesarios para llevar a cabo cada una de las actividades.
- Se hace un listado de cuáles serían las coordinaciones necesarias para realizar las actividades.
- Se establece quienes serán los responsables de cada una de las actividades, siendo recomendable, colocar el nombre de las instituciones responsables y el personal técnico a cargo.
- Se determina el tiempo en el que se desarrollarán cada una de las actividades.

➤ **¿Qué son los indicadores?**

Un indicador es la expresión cuantitativa o cualitativa que permite describir características, comportamientos o fenómenos de la realidad, en un momento determinado. Su uso y aplicación en planes de trabajo, programas y proyectos, se ha incrementado notablemente para facilitar la toma de decisiones. Su resultado y la información que se deriva del análisis de estos indicadores han sido insumo clave para los siguientes procesos:









N°	Institución	Equipo/Mobiliario	Descripción/ Características	Cantidad
1				
2				
3				
4				

**Es importante elaborar un presupuesto de inversión:** se elabora un presupuesto tentativo que contempla las actividades en que se necesitarán los recursos. Generalmente la ferias se desarrollan bajo la modalidad de que las instituciones colaboradoras asumen los costos con su propio presupuesto de operación; no se cuenta con inversión en efectivo sino en materiales, equipos e insumos.

**Ejemplo:**

Item	DETALLE	PRECIO	Cantidad	SUB TOTAL	DIAS	GRAN TOTAL
	personal estacionamiento					
	personal de limpieza (baños y calles) y multi usos para 2					
	Pitos					
	Banderas					
	Camisetas para staff					
	Basureros con el Logos de la Micro región					
	Barriles con agua					
	Instalaciones eléctricas en área de recinto ferial					
	Instalaciones eléctricas en área de gastronomía					
	Animadores y marimba					
	Varios e imprevistos					
	Mesas para empresarios					
	Etc.					
<b>PRESUPUESTO GENERAL APORTACION DE MUNICIPALIDADES .....</b>						\$ -
<b>PRESUPUESTO POR MUNICIPIO</b>						\$

NOTA: Este es un ejemplo muy general de los aspectos que debe asumir cada municipio participante, ya que se trata de una feria regional. El total a invertir se divide entre las

partes involucradas o proporcionales a la participación. Es importante mantener uniformidad, es decir, una sola imagen en el evento enviando la señal de integración, evitando que cada municipio implemente acciones por su cuenta, ya que esto enviaría la señal visual de desorden.

### ➤ **Inscripción de participantes**

**Para todo es importante crear controles.** Este aspecto cobra mucha más importancia cuando se trata de una feria regional, en este caso de turismo, donde además de la participación de los empresarios del municipio anfitrión, participan otros, que conforman la micro región. Por lo tanto, se requiere que cada uno de los participantes llene una Ficha de Inscripción, que es un formulario con los datos esenciales de su negocio: contacto, tipo de producto, entre otros.

Cuando la feria tiene el componente de Rueda de Negocios, adquiere mayor importancia especificar en detalle el tipo de producto o productos, el tipo de negocio que desea establecer y el tipo de empresa que estaría interesada en sus productos, con el fin de que la Comisión Organizadora pueda identificar a los potenciales compradores, y disponga de información y argumentos para que la feria se vuelva atractiva para un mercado específico.

Previo a entregar las Fichas de Inscripción, se debe poner un límite de participantes por cada municipio participante, para que todos puedan tener una participación equitativa en el evento regional.

Las Fichas en blanco deben distribuirse al menos 1 mes antes de que se lleve a cabo la feria; de preferencia, se debe canalizar el control de cada municipio a través de sus respectivos representantes, definiendo a la persona encargada para no perder el control. Complementariamente, se debe establecer una fecha límite de entrega de la Ficha completada, con el fin de disponer del tiempo suficiente para hacer la distribución de los stands en cada área diseñada. Esto facilitará el control sobre la logística y evitará contratiempos innecesarios.

### ➤ **Recepción de Fichas de Inscripción**

Las fichas completamente llenas se deberán entregar a la comisión organizadora, o a quien el comité asigne, a más tardar 2 semanas antes del evento. Es importante respetar esta fecha ya que con esos insumos se construirán los Cuadros Maestros de participantes que servirán de

insumos para hacer el croquis, hacer rótulos con los nombres de los negocios, invitar a empresas tractoras que estén interesados en los productos locales, entre otros.

**Ejemplo de Ficha de Inscripción:**

**FICHA DE INSCRIPCIÓN DE MIPYME A FERIA REGIONAL**

**INFORMACION GENERAL**

Por favor completar toda la información que se requiere en esta ficha.

Nombre de la Empresa:	<input type="text"/>						
NIT:	<input type="text"/>						
Dirección:	<input type="text"/>						
Ciudad:	<input type="text"/>						
Teléfono(s)	<input type="text"/>	<input type="text"/>					
Página Web:	<input type="text"/>						
Año de inscripción de la empresa	<input type="text"/>	Número de empleados de la empresa	<table border="1"> <tr> <td>Hombres</td> <td><input type="text"/></td> <td>Mujeres</td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table>	Hombres	<input type="text"/>	Mujeres	<input type="text"/>
Hombres	<input type="text"/>	Mujeres	<input type="text"/>				

**A qué sector pertenece su empresa:**

<b>Manufactura de</b> :	Alimentos	<input type="checkbox"/>	<b>Comercio de:</b>	Alimentos	<input type="checkbox"/>	<b>Ganadería</b>	<input type="checkbox"/>	
	Confección de prendas de vestir	<input type="checkbox"/>		Prendas de vestir	<input type="checkbox"/>		<b>Agricultura</b>	<input type="checkbox"/>
	Industria textil	<input type="checkbox"/>		Industria textil	<input type="checkbox"/>		<b>Pesca</b>	<input type="checkbox"/>
	Industria del cuero y del calzado	<input type="checkbox"/>		Calzado	<input type="checkbox"/>	Otros (especifique) :		
	Madera	<input type="checkbox"/>		Madera	<input type="checkbox"/>			
	Industria química	<input type="checkbox"/>		Productos Farmacéuticos	<input type="checkbox"/>			

Productos Naturales   
Plásticos

Productos Naturales   
Plásticos

¿Desea participar en la Rueda de Negocios? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

Rubro de la empresa para hacer contacto \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Cuentan las instalaciones de su empresa con alguna certificación?

Sí  No

Si su respuesta fue **Sí**,  
Mencionar cuales:

¿Cuentan los productos de su empresa, con alguna certificación especial?

Sí  No

Si su respuesta fue **Sí**,  
Mencionar cuales.

➤ **Cuadros Maestros de Participantes**

Con la información de las Fichas se elabora en EXCEL, un Cuadro Maestro donde se consolida la información de todos los participantes. Esto permitirá disponer de un panorama completo de la oferta con la que contará el evento, así como el control de los participantes por municipio. Las estadísticas también contribuirán a controlar el ingreso de las empresas, establecer el orden de distribución física que se respete, y al final, comprobar si todos los participantes inscritos se presentaron. Esta información apoyará la evaluación posterior del evento.

Se deben hacer 3 cuadros:

- Un cuadro para los participantes en artesanías
- Un cuadro para los participantes en gastronomía
- Un cuadro para los participantes de la rueda de negocios

#### **5. Monitoreo del Plan de Acción.**

Es de suma importancia que el avance y cumplimiento del Plan de Acción sea monitoreado regularmente. Esto permitirá cumplir las acciones en el tiempo establecido o bien, que se tomen acciones de contingencia ante situaciones imprevistas que se presenten. Para eso, es necesario que cada reunión cuente con un informe de actividades.

## **PASO 2: EJECUCIÓN**

- 1. Actividades 8 días antes del evento. ¿Por qué es tan importante este período? ¿Qué se hace?. Los elementos claves son la Coordinación e Integración de esfuerzos.***

Como punto de partida, es necesario disponer de la siguiente información:

No.	Municipio	Tipo Negocio	Contacto	Nombre de la Empresa	Tel.	Detalle de Servicios	Municipio
1							
2							
3							
4							
5							

**Asimismo, del listado de materiales que el empresario necesitará en el stand:**

1. Facturas
2. Papel Carbón
3. Utensilios varios: Lapiceros, Lápiz, Clips, engrapadora/grapas, bolsas
4. Mecanismo para llevar control de las ventas del día, realizadas
5. Listas de precios
6. Catálogo de productos
7. Tarjetas de presentación
8. Brochures y material publicitario de la empresa
9. Productos debidamente presentados y cantidad suficiente para promocionar y comercializar
10. Decoración adecuada al producto y/o servicio
11. Presentación adecuada del personal que atenderá el stand

Es muy importante trabajar con las fechas programadas, para que en el evento no se presenten contratiempos con el recurso humano, equipo y material de todo tipo.

**Preparación de las instalaciones feriales.**

La preparación de las instalaciones debe responder a la distribución de stands ya planificados por la Comisión de Apoyo Logístico. Los empresarios participantes deben llevar todo el material, mobiliario y equipo, incluyendo la papelería y productos a exponer, que necesitaran el día siguiente. El personal asignado para estas actividades puede ser proporcionado por las instituciones participantes o subcontratarlo. Es importante tener claro quién o quiénes serán los contactos con los que se pueden consultar en cualquier momento. Asimismo, definir la hora de montaje.

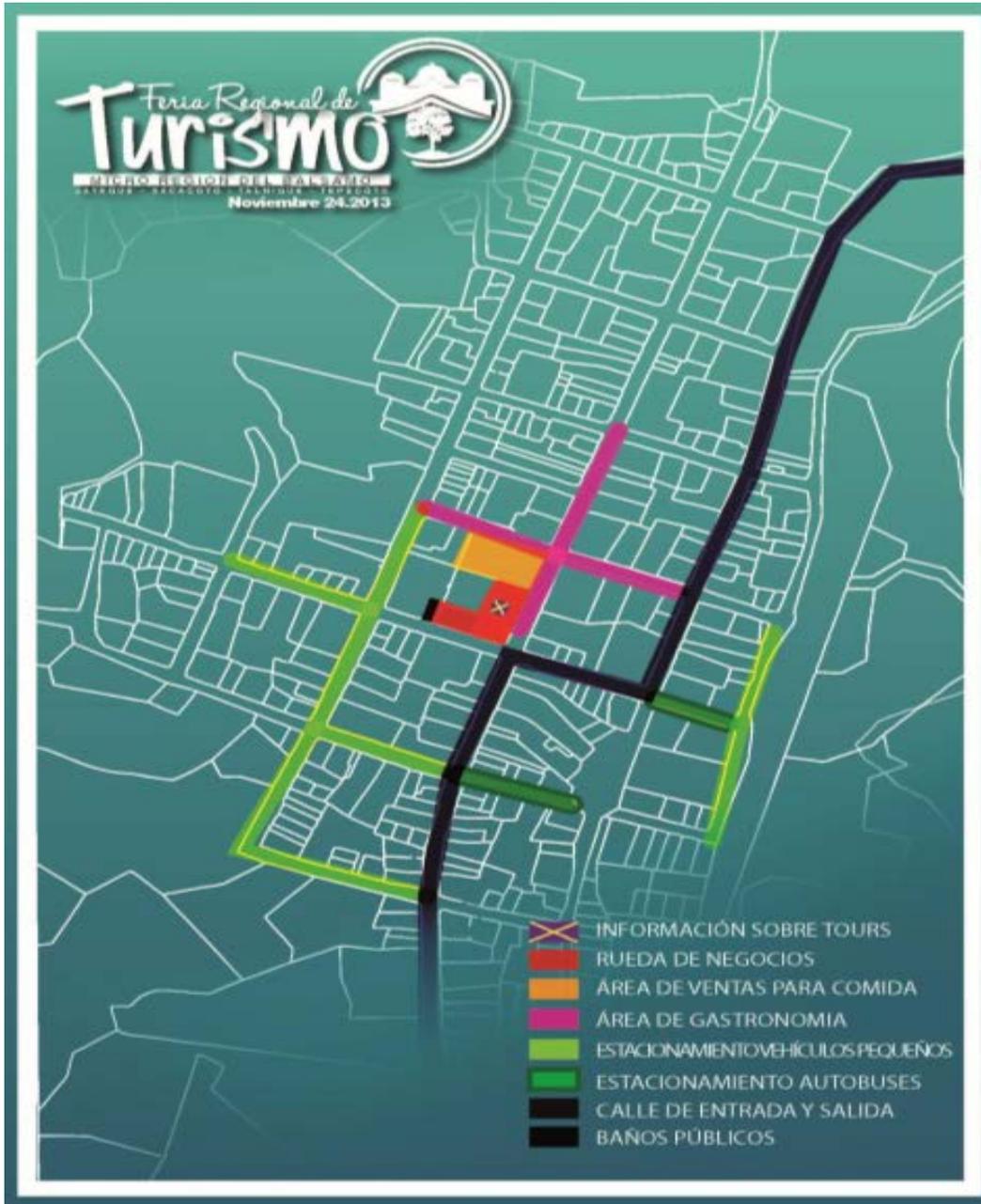
En el caso de las ferias de turismo regionales, el montaje de canopys, tarima, y distribución de áreas se instaló un día antes del evento. El día del evento, se requirió a los comercios participantes estar listos para iniciar actividades, a las 7:00 a.m.

➤ **Distribución de áreas, definidas con anterioridad: MAPA**

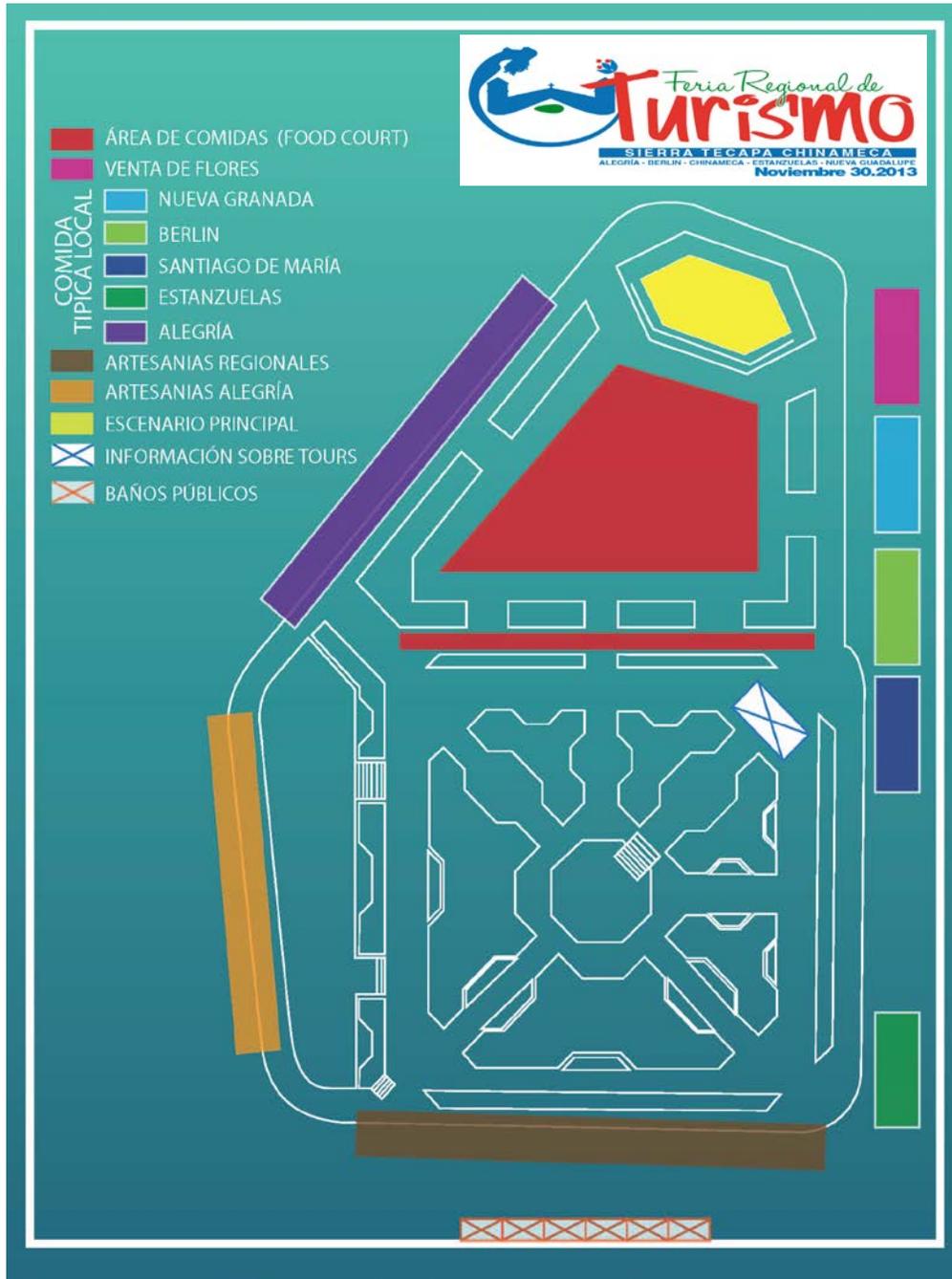
En los viajes de inspección realizados previamente, es de suma importancia tomar medidas y definir la ubicación de las diversas áreas que se ocuparán para realizar la feria, entre ellos, parqueos para buses, área de venta de tours (se sugiere un punto por cada municipio participante), área para la rueda de negocios, área de artesanías, festival gastronómico, etc. De esta forma, se logra proyectar una ubicación más detallada de todas las áreas del evento. Es importante definir los espacios con suficiente anticipación y darlo a conocer a los participantes y a los patrocinadores que acompañarán el día en que se realice la feria, a fin de que cada uno pueda hacerse una idea anticipada de su ubicación, generando más orden. El mapa debe señalar las zonas de:

- Recepción e información.
- Área de exposiciones y comercialización de productos y servicios.
- Centros de atención: instituciones de asistencia técnica, financiamiento y otros apoyos.
- Apoyo de informática.
- Servicios sanitarios.
- Área para actividades paralelas: exposiciones técnicas, Rueda de Negocios entre otros o Cafetería.
- Tarima
- Parqueo de buses con tours
- Parqueo público general

**Ejemplo de mapas:**



Ejemplo de mapas:



**A.3. A.3. Listado de actividades pre-evento para el empresario y para el Comité Operativo**

Estos son algunos ejemplos de listados que el empresario debe revisar previo al evento, a fin de que tenga a la mano todo lo necesario y vaya completándolo con anticipación, según el tiempo

que necesite. Es una guía que puede ser adaptada a diferentes eventos y que le sirven tanto a la comisión organizadora como a los participantes en las diferentes áreas.

<b>ELABORACIÓN DEL STAND</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>Debe ser completado en (fecha)</b>	<b>Fecha avance</b>	<b>Completo</b>
Negociación del espacio/ubicación con los organizadores del evento					
Designación de la persona responsable					
Preparación del presupuesto detallado					
Definir el objetivo del stand					
Identificar los productos/servicios a exhibirse					
Investigar alternativas para el montaje del stand					
Decidir quién/quienes estarán en el stand					
Asegurarse que los productos a exhibir y todos los materiales de publicidad estén debidamente montados					

<b>MANEJO DE PRODUCTOS A EXHIBIR</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>Debe ser completado el (fecha)</b>	<b>Fecha puesta</b>	<b>Completo</b>
Organizar el transporte de productos					
Organizar el almacenamiento de cajas vacías y productos de consumo durante la feria					

<b>OPERACIÓN Y PERSONAL DEL STAND</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>Debe ser completado el (fecha)</b>	<b>Fecha puesta</b>	<b>Completo</b>
Selección de personal de la empresa para					

trabajar en el stand.					
Uniformes para el personal, en caso sean requeridos					
Entrenamiento de personal del stand					
Organizar calendario de trabajo de personal del stand					
Cubrir necesidades de papelería y folletería					
Organizar disponibilidad de computadora, calculadora, libretas u otro mecanismo de control de inventario y venta					
Preparar los formularios para información de contactos/posibles clientes					
Disponibilidad de material de oficina para el stand					
Entrenamiento del personal en todos los procedimientos de manejo del stand					

➤ **Coordinación de Tour:**

Para la realización de los tours de turismo regionales se debe contar con el apoyo de una empresa tour operadora. En el caso de la Feria Regional de Turismo de la MREB, se contó con el apoyo de la empresa AVITOURS. La empresa debe apoyar con la supervisión y asesoría de destinos turísticos, así como la capacitación de guías y tour operadores locales, la atención al turista, la coordinación y promoción a nivel nacional a través de diversos medios de comunicación.

A continuación se presenta el proceso logístico que se realizó en las dos ferias de promoción del turismo microrregional, a fin de que los anfitriones y la comisión organizadora de futuros eventos, puedan utilizarla de guía para garantizar el éxito de esta actividad dentro de la feria regional de turismo.

Debido a que la mayoría de destinos de los tours no eran conocidos, se requirió una fuerte promoción, adoptándose la estrategia de llevar a los turistas totalmente gratis para los tours,

con el fin de que el turista dispusiera de recursos para consumir todos los productos y servicios preparados por los municipios, y generar un derrame económico para la microrregión.

A través de una alianza con la Empresa EL SALVADOR TURISMO, quienes fungieron como patrocinadores del evento, se desarrolló varias actividades de promoción y reservación de cupos para inscribirse al viaje.

#### **El procedimiento para la reservación era el siguiente:**

1. La promoción se hizo a través de la página web y Facebook de El Salvador Turismo.
2. Toda la información de la feria turística y del procedimiento a seguir para inscribirse al tours gratis, estaba plasmada en las páginas de El Salvador Turismo con las indicaciones para el procedimiento de reservación, en un formulario a ser llenado por el turista.
3. Los pasajeros al entrar en cualquiera de esas dos opciones (página web y Facebook), veían la programación del mes y seleccionaban su opción, dando un click en un link que les llevaba directamente a un formulario.
4. El formulario debía llenarse con su información personal; al concluirlo, automáticamente caía en la base de base de datos del programa de reservas.
5. Posteriormente el encargado de reservas llamaba al turista, para reconfirmar la asistencia, indicando que debían pasar a las oficinas de El Salvador Turismo, a recoger su boleta de abordaje, que debía presentar el día y en el punto de salida establecido.
6. Un día antes de la salida, se envió un correo de reconfirmación y procedimiento de abordaje.
7. La salida hacia las diferentes Ferias Regionales de Turismo con destino final (el municipio de Jayaque, La Libertad para la Feria de la Microrregión El Bálsamo), fue compartida. Una parte de los pasajeros salieron de las oficinas de El Salvador Turismo y la otra, del estacionamiento del Ministerio de Turismo. Esto, PREVIAS GESTIONES REALIZADAS. De igual forma se realizó para el municipio de Alegría, Usulután, para la Feria de la Microrregión ASITECHI. En ambos casos, todos los pasajeros presentaban su boleta de abordaje. A cada uno, se les colocó una pulsera de identificación para distinguir a nuestros invitados con el resto de visitantes.
8. Los pasajeros que no habían logrado recoger su boleta, daban su nombre y número de DUI, para ubicarlos en las listas de registro y colocarles su brazalete.
9. A los socios comerciales del evento se les brindó una cantidad determinada de asientos para sus invitados, los cuales tenían un procedimiento diferente de reservación.
10. También se llevó un bus con empresarios y medios de comunicación, para cubrir el evento y otro bus, con suscriptores de La Prensa Gráfica y socios de ASDER.

11. Durante el recorrido, se contó con guías responsables de comentar las actividades que se tendrían en el lugar de la feria y principalmente sobre los tours regionales, de entre los cuales, podrían elegir al momento de llegar a la sede Ferial respectiva.
12. El traslado desde San Salvador al punto de la Feria y viceversa fue gratis, ya que la asistencia del Proyecto de USAID, costó la actividad. El objeto de la gratuidad, es liberar presupuesto de los turistas y asegurar la disposición de recursos para consumir productos en la feria y dinamizar la economía regional.
13. Al llegar a la feria, se encontraban instalados los puntos de información de cada municipio participante donde los turistas podían elegir el destino “tour” de su preferencia.

**NOTA:** Es de suma importancia que la promoción y el control de pre inscripción se haga en forma previa, ya que de eso depende la cantidad de buses que se contratarán, el espacio de parqueos en el lugar de destino, tener conocimiento de la cantidad de turistas externos que los visitarán, para que puedan preparar los productos necesarios para la buena atención del turista tanto local como externo.

Cabe resaltar que el tour a los diferentes destinos de los municipios participantes, previamente seleccionados, tenían un costo adicional de \$5.00; estos ingresos quedan en los municipios. En todo momento, los guías locales contaron con el acompañamiento y asesoría de los guías experimentados de AVITOURS y El Salvador Turismo, a fin de que localmente sean capaces de replicar a futuro, el conocimiento y las prácticas implementadas, convirtiéndose en una actividad que contribuya al desarrollo y promoción turística de cada localidad de la región.

## **2. Un día previo al evento**

Se debe de prestar atención a las actividades del día previo. De esta Organización depende el éxito de la feria. El traslado del equipo para la instalación de los stands debe hacerse el día previo; nunca realizarse el propio Día de la Feria.

**El día previo al evento se debe instalar:**

- Tarima principal
- Toldos o canopys
- Rótulos de áreas (de acuerdo a la distribución espacial establecida)
- Señalización de otras áreas como parqueo, área gastronómica, etc.
- Banner oficial – (banner grande)

- Equipo de apoyo logístico para montaje y desmontaje
- Vigilancia del lugar

**Como parte de la preparación es necesario revisar nuevamente todos los servicios adicionales que se han solicitado:**

- Instalaciones eléctricas.
- Sistema de sonido.
- Equipos audiovisuales.
- Rota folios y pizarrones.
- Pantallas.
- Computadoras y accesorios para exposiciones.
- Internet.
- Equipo logístico para reproducción de material.

La organización del stand, es un tema que el empresario debe resolver con el apoyo del Comité Organizador.

### **3. El día del evento: Montaje del stand**

#### **➤ Área de alimentos:**

Los participantes serán cuidadosamente seleccionados por la organización general o la comisión asignada y deberán seguir los siguientes estándares:

1. Las empresas seleccionadas para la venta de alimentos, deben llevar todos sus utensilios y equipo.
2. El montaje de las áreas de comida es responsabilidad de cada participante.
3. Uso de redecillas en la cabeza y guantes para manipulación de alimentos.
4. Todo el lugar deberá quedar montado antes de la llegada de todos los invitados, de forma tal, que a las 8:00 am todas las áreas deben estar debidamente arregladas.
5. Se entrega el rótulo por municipio indicando el tipo de productos que hay en el área y a qué región/ municipio pertenecen.
6. Las áreas de alimentos serán decoradas típicamente.
7. Todas las mesas del área gastronómica deben estar vestidas con mantelería blanca.
8. El personal de cada stand, debe estar uniformado e identificado.
9. Cada participante debe indicar con rótulos los alimentos que ofrecen con sus precios.

10. La comida debe ser servida en platos desechables para mejor manejo; asimismo, ubicar suficientes contenedores para desechos en lugares visibles y accesibles para los visitantes.
11. Para efectos de ornato, nadie debe lavar sus utensilios en el stand, para ello se asigna un área, a fin de que las calles y las áreas de la feria, se mantengan limpias y secas (establecer el punto de lavado).
12. Previo compromiso, cada empresario debe limpiar el área que ha utilizado al finalizar el evento.
13. La alcaldía de cada Municipio debe poner un encargado y líder para verificar y supervisar.

➤ **Ideas de vestuario para personal que atiende stand**

Es muy importante que las personas que estarán al frente de cada stand, atendiendo al público, se mantengan visualmente agradables. Esto no significa invertir grandes cantidades, sino, tomar en cuenta:

- **Limpieza**
- **Orden**
- **Buen gusto**
- **Creatividad**



➤ **Ideas para montaje de stand**

En una feria de turismo, es muy importante que el montaje de los stands guarde cada detalle en su decoración, tomando en cuenta:

- **Vistosidad**
- **Creatividad**
- **Uso de materiales artesanales: telas, velas, flores, etc.**
- **Aprovechar la materia prima de los productos que se promueven en la región, para el ornato.**
- **Uso de manteles largos que cubran la base de las mesas de exhibición, ya que generalmente abajo se guardan cajas u otros utensilios.**



### **Equipo de trabajo**

Se debe contar con contando con un staff especializado en el área de eventos, para dar cobertura al montaje, coordinación, instalación, contratación y demás aspectos que conllevan la organización de eventos. <sup>2</sup>

Por parte de las organizaciones regionales, se contó con el apoyo de diferentes representantes, considerándose parte del staff que trabajo en pro de sacar adelante con el éxito total el evento, en beneficio de las economías locales de la región.

Para el día del evento se asignaron diferentes tareas y coordinaciones:

- **Coordinador de actividades culturales: actividades en tarima principal**
- **Coordinador de alimentos para apoyo logístico**
- **Coordinador de rueda de negocios**
- **Coordinador de puestos de gastronomía y artesanías**
- **Encargado de actividades Varias Adicionalmente**
- **Coordinador de guías y tours.**

Cada uno de los coordinadores y/o encargados debe contar con un equipo que les apoye en la ejecución de las actividades asignadas. En cada comisión, deben integrarse representantes de los diferentes municipios participantes.

---

<sup>2</sup> En el caso de las Ferias Regionales (El Bálsamo y ASITECHI) se contó con el apoyo de Gray Line El Salvador – AVITOURS DMC.

➤ **Programa de la Feria**

**AGENDA FERIA MICRO REGION DEL BALSAMO**

**Domingo 24 de Noviembre de 2013**

- 09:00 Llegada de participantes en buses  
Recibe Banda de la Escuela Municipal de Jayaque  
Reinas de los municipios con sus respectivos alcaldes
- 09:30 Acto Protocolario y Bienvenida del Señor Alcalde de Jayaque,  
acompañado por los otros Alcaldes de la Microrregión.  
Sr. Panfilo Santos Mancía:  
Palabras de CAMARASAL  
Palabras de USAID  
Palabras de Micro Región
- 10:00 Inicia Ruedas de Negocios  
Serán programadas por cita
- 10:00 Coordinación de Tours a los diferentes destinos  
\* Tour del Bálsamo a Tepecoyo  
\* Tour del Café a Jayaque  
\* Tour al Mirador la Pena y Pato Pequín de Sacacoyo  
\* Tour a la Cueva del Diablo (caminata intermedia)
- 12:30 Finalización de Ruegos de Negocio
- 12:40 Regreso de participantes de los diferentes tours
- 14:00 Show cultural de la Micro Región del Bálsamo
- 16:00 Pasarela de trajes de Trajes Regionales animado por los Cómicos Show
- 17:00 Orquesta
- 17:45 Despedida y alborada



## **AGENDA FERIA ASITECHI**

Sábado 30 de Noviembre de 2013

- 09:30 Llegada de participantes a Alegría.  
Recibimiento con cohetes de vara y bandas de paz de Berlín  
Entrada de Alcaldes de ASITECHI
- 09:45 Acto de Bienvenida por parte de ASITECHI  
Palabras de bienvenida alcalde de Alegría.  
Himno Nacional  
Palabras del representante USAID  
Palabras del representante de la Región Sierra Tecapa Chinameca
- 10:15 Inscripción a Tours
- 10:45 Salida a los diferentes Tours  
Tour Laguna de Alegría  
Tour Berlín cultural  
Tour Central Geotérmica de Berlín  
Tour de las leyendas de Estanzuelas
- 02:00 Regreso de participantes de los diferentes tours  
  
Festival Gastronómico y espacio cultural artístico de la región Sierra Tecapa  
Chinameca
- 04:30 Cierre y salida a San Salvador.

## **PASO 3: EVALUACIÓN**

### **1. Evaluación de resultados**

#### **A.1. ¿Qué es una evaluación?**



Es el momento en el que se establece el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la eficiencia de lo realizado.

La Evaluación de resultados es una de las partes más importante del post evento. Conocer el nivel de satisfacción de los participantes y si se han cumplido los objetivos previstos.

#### **A.2. Herramientas de Evaluación**

Se realiza por medio de encuestas, utilizando cuestionarios y/o entrevistas para recabar opiniones de los principales actores, tomando en cuenta el grado de satisfacción respecto a:

- **Calidad / esencia del evento**
- **Logística: inscripción, instalaciones, alimentación, etc.**
- **Satisfacción en el plano comunicacional**
- **Sugerencias para futuros eventos**

##### ➤ **Evaluación oral**

Este instrumento es de suma utilidad cuando se trata de actividades muy grandes, en sitios abiertos o actividades en los que el flujo de personas es difícil de contabilizar o controlar. Es ideal para utilizarlo con la comisión organizadora después de todo evento.

Se recomienda convocar a una reunión posterior al desarrollo de la feria, (lo más cercano posible a la misma) a la cual asistan los involucrados y/o representantes de los municipios que participaron en las diferentes áreas de organización del evento.

El objetivo es evaluar de forma objetiva y constructiva, las áreas de oportunidad que deberán ser tomadas en cuenta para la ejecución de diversos proyectos en el futuro. Es importante contar con una persona que guíe la charla y otra, que tome nota de los comentarios a fin de registrar las impresiones.

También es importante que dicha evaluación no sea un insumo que se guarde, sino que por el contrario, sea UN DOCUMENTO que sirva de insumo para rectificar los aspectos necesarios, a fin de que los resultados sean cada vez mejorados, llegando a optimizarlos.

#### ➤ **Encuesta**

- La encuesta es una herramienta extremadamente útil y versátil, usada para medir y cotejar los resultados de un evento, el impacto que generó en los participantes, y a través de la cual se obtienen parámetros, para implementar cambios necesarios en futuros eventos.
- Si bien el evento finaliza cuando acaba la última actividad prevista, no por eso terminan las tareas de los organizadores.
- A través de la encuesta se obtendrán datos importantes y relevantes para documentar el informe final a presentar, respecto de los resultados del evento.

**Ejemplo de encuesta:**

**FERIA REGIONAL DE TURISMO**

**FECHA:** \_\_\_\_\_

Favor responder **ANTES DEL INICIO DE LA FERIA:**

<b>Nombre Participante</b>	
<b>No. de Teléfono o Celular</b>	
<b>Nombre Empresa o Institución</b>	
<b>Actividad Económica</b>	
<b>Municipio</b>	
1)	<b>¿Qué espera usted de esta feria?</b> _____ _____ _____ _____

Favor, responder **AL FINALIZAR LA FERIA**

1)	<b>¿Considera que la Feria fue una oportunidad para vender sus productos o servicios?</b> SI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <b>¿Por qué?</b> _____ _____ _____ _____ _____
	<b>La venta de sus productos fue:</b> buena <input type="checkbox"/> Muy buena <input type="checkbox"/>
	<b>Alguna sugerencia para futuros eventos:</b>    

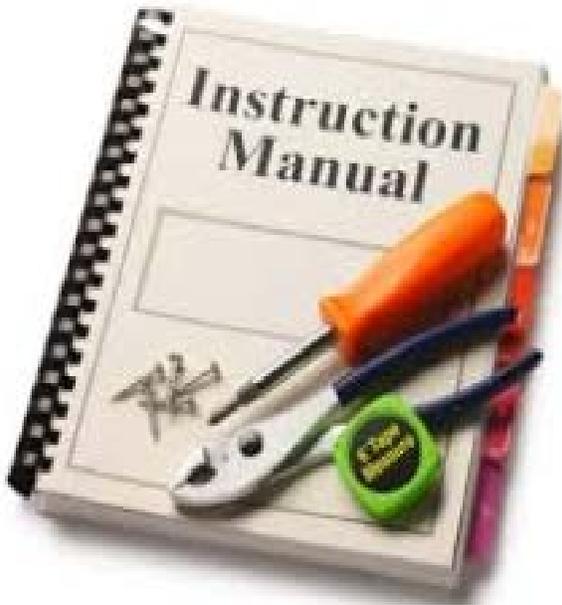
**SUS RESPUESTAS SERÁN DE MUCHA UTILIDAD PARA MEJORAR NUESTRA ASISTENCIA. GRACIAS.**

## **2. Sistematización del evento**

Posterior a todo evento, es de suma importancia sistematizar o consolidar la experiencia del mismo, tomando en consideración las evaluaciones, comentarios y sugerencias recabadas.

El objetivo es tener a la mano toda esa información para futuros eventos, con la certeza de que con el compromiso y esfuerzo de todos los participantes, cada vez se obtendrán mejores resultados.

### ➤ **Manual del Evento**



Esta herramienta pretende reunir toda la información con la que se realizó el evento, describiendo de manera detallada: procedimientos, tiempos, responsables, funciones de personal interno y externo, fotografías, croquis, etc.

Es importante incluir listas de contactos, correspondencia, formatos, presupuesto, piezas de divulgación, etc.

Este documento se convertirá en una guía práctica para la realización de futuros eventos.

**EL PRESENTE MANUAL ES UNA SISTEMATIZACIÓN DEL EVENTO FERIAL.**

### ➤ **Apuntes**

Lo valioso de esta herramienta es que como organizadores del evento y desde cada experiencia, se establezcan los aspectos que deben ser mejorados o modificados, tomando en cuenta:

- Aspectos positivos del evento
- Sugerencias
- Aspectos a cambiar
- Evaluación de proveedores, etc.

➤ Check List



Este tipo de instrumento sirve para puntear o enlistar de manera detallada los aspectos a cubrir el día del evento:

- Acto de inauguración:** banderas, mesa de honor, espacios y rótulos de reservado, cinta, tijeras, invitados, alfileres, etc.
- Montaje:** flores, rótulos de mesa, invitados, vasos, micrófonos, capacidad del salón, etc.
- Premiación:** trofeos, diplomas, lapiceros, medallas, edecanes, etc.

San Salvador, El Salvador.

Proyecto de USAID para la Competitividad Municipal.