



ALADI/SEC/di 2995  
26 de noviembre de 2021

## Evaluación final del evento

### EXPO ALADI - 2021

Macrorrueda de Negocios Multisectorial  
Edición Virtual

26 al 29 de octubre de 2021



**EXPOALADI**  
EDICIÓN VIRTUAL - 2021  
Macrorrueda de  
Negocios Multisectorial

**P**MESLATINAS  
Grandes Negocios



## **MENSAJE DEL SECRETARIO GENERAL**

La denominada EXPO ALADI 2021: Macrorrueda de Negocios Multisectorial, Edición virtual, celebrada del 26 al 29 de octubre del presente año fue la cuarta de las cinco ruedas de negocios de carácter virtual organizadas por la Secretaría General en el marco de su programa de apoyo a las PYMES, creando nuevas herramientas para la facilitación del comercio y la conexión empresarial.

La evaluación de este evento se expresa en la participación de sectores, empresas y volúmenes de comercio. Se destaca el porcentaje de Pymes que negoció en esta oportunidad.

En resumen, el evento muestra la participación de 275 empresas, con una intención de negocios aproximada de ocho millones de dólares.

En consecuencia, la evaluación de estos resultados debería concentrarse en analizar la eficiencia de la metodología y de los instrumentos utilizados y su impacto sobre el comercio intrarregional.

La Secretaría General considera de utilidad compartir con los Países miembros algunas interrogantes con el fin de facilitar una reflexión conjunta:

- 1.¿Qué aspectos inciden sobre el número de empresas participantes y los volúmenes de comercio?
- 2.¿Es inadecuada la metodología y los instrumentos utilizados?
- 3.¿La falta de difusión es un tema importante?
- 4.¿El desconocimiento de las ventajas de la nueva plataforma sería otro problema?

5.¿El registro de empresas en el Directorio de la Plataforma no debería alcanzar un número sustantivo?

6.¿Qué grado de satisfacción tendrían los distintos órganos de la ALADI?

En tal sentido, la Secretaría General estima, que ante un comercio intrarregional del 10%, sus esfuerzos deben concentrarse en alcanzar la frontera tecnológica con los últimos instrumentos digitales utilizados actualmente en el comercio regional y extra regional. Esto se verá reflejado en el Presupuesto y en el Programa de Actividades.

**Sergio Abreu,  
Secretario General de la ALADI**

## **Evaluación final del evento**

### **1. Macrorrueda de negocios multisectorial EXPO ALADI 2021**

La ALADI, es consciente que el apoyo al comercio regional es la clave que permitirá potenciar e impulsar el desarrollo de las PYMES y en este propósito, organizó la cuarta rueda de negocios de 2021, Macrorrueda de Negocios Multisectorial EXPO ALADI 2021 – Edición virtual, que se llevó a cabo del 26 al 29 de octubre de 2021. Las inscripciones se realizaron a través de la plataforma PYMES LATINAS GRANDES NEGOCIOS y se realizó mediante la plataforma de ALADI Rueda.

#### **Los sectores habilitados fueron:**

1. Alimentos y bebidas procesados
2. Envases y empaques
3. Materiales eléctricos, y maquinarias y equipos agrícolas y de transporte de mercancías
4. Plástico, caucho y sus manufacturas
5. Productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos
6. Servicios vinculados a las TIC
7. Textiles, confecciones y calzado

#### **Participaron del evento:**

- Empresas compradoras y vendedoras de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela países miembros de la ALADI, especialmente PYMES.
- Empresas invitadas en calidad de compradores de los países de América Central y El Caribe: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, República Dominicana—empresas de los países de América Central y el Caribe no miembros de la ALADI, invitadas en calidad de compradoras.

### **2. Principales resultados de la rueda de negocios**

#### **2.1. Citas de negocios**

Esta cuarta rueda virtual de negocios del año 2021, contó con la participación de 275 empresas; de las cuales 65 fueron en calidad de compradoras y 210 fueron en calidad de exportadoras.

Cabe destacar que los empresarios manifestaron intenciones de negocios por más de 8 millones de dólares, negociadas en un total de 662 citas incrementando el valor promedio negociado por cita en comparación con la EXPO ALADI de 2020.

En lo que respecta a los datos de los montos de intenciones de negocios, estos fueron obtenidos con base en la declaración voluntaria de las empresas compradoras. De este modo, se recabó información de 87 citas, en las cuales las compradoras pudieron reflejar en cifras sus intenciones de negocios con los correspondientes exportadores.

El monto total de intenciones de negocios ascendió a US\$ 8.362.428. Por lo tanto, la intención de negocios promedio por cita, considerando solamente aquellas en que el negocio fue cuantificado, alcanzó los US\$ 96.120 El siguiente cuadro ilustra la situación descripta.

## Evaluación final del evento

<b>Cuadro 1. Principales indicadores</b>	
Indicadores	Valor
Total de citas realizadas	662
Intención de negocios (US\$)	8362428
Citas con intención de negocios	87
Intención de negocios promedio (US\$)	96120
Cantidad de empresas	275
Compradoras	65
Exportadoras	210
Fuente: Plataforma y SG-ALADI Elaboración: Secretaría General de la ALADI	

### 2.2. Valoración

La incorporación de indicadores no monetarios a las encuestas de citas resultó muy positiva. Se alcanzó el objetivo de aumentar la tasa de respuesta de los empresarios; se logró, así, incrementar la cobertura y la confiabilidad estadística en el análisis y, por ende, en la evaluación de las ruedas de negocios.

La tasa de respuesta de estas variables fue dos veces mayor a la de variables monetarias, lo que implica un incremento en la tasa de respuesta. Además, se alcanzó un significativo incremento en la cobertura de países y sectores evaluados.

Las valoraciones fueron distribuidas en el universo de probabilidad de ocurrencia, de 0 a 100%, siendo 0 algo improbable y 100 algo seguro de ocurrir.

<b>CUADRO 2. INDICADORES DE VALORACIÓN (COMPRADORES)</b>	
Indicadores	Valor
	(0 a 100%)
¿Cuál es su valoración de la cita?	0.65
¿Compraría el producto o servicio ofrecido?	0.61
¿Considera que el producto o servicio tiene potencial?	0.64
¿Cómo califica a la contraparte?	0.70
¿Considera posible realizar una inversión o asociación con la contraparte?	0.57
Cantidad de respuestas	241

Todas las preguntas presentaron una valoración o probabilidad de ocurrencia promedio superior al 57%. Se destaca la valoración de las citas realizadas, que alcanzó un 65%, y la percepción de las contrapartes, que en promedio fue del 70%.

Dentro de las posibilidades de negocios, la probabilidad de realizar una inversión o asociación con la contraparte tuvo un alto interés (57%).

Los productos o servicios ofrecidos mostraron un alto potencial para los mercados de destino (64%), según la opinión de los empresarios compradores, en tanto que la probabilidad cierta de poder adquirir el producto o servicio ofrecido fue del 61%. (Cuadro 2)

## Evaluación final del evento

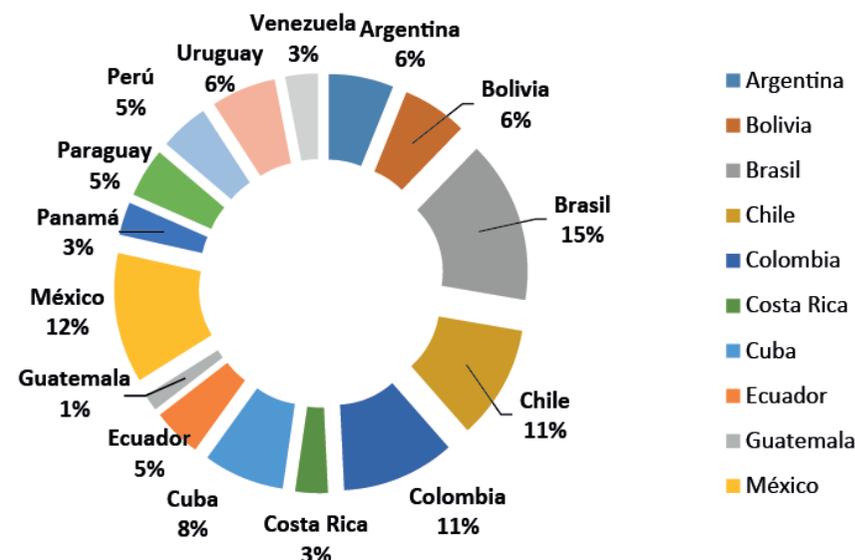
Por su parte, las exportadoras también reflejaron importantes niveles de satisfacción. Se destaca la alta valoración que tuvieron de sus contrapartes compradoras (65%), de la calidad de la cita (64%) y sobre el interés que demostraron por sus productos o servicios (62%). (Cuadro 3)

CUADRO 3. INDICADORES DE VALORACIÓN (VENDEDORES)	
Indicadores	Valor
	(0 a 100%)
¿Cuál es su valoración de la cita?	0.64
¿Compraría el producto o servicio ofrecido?	0.62
¿Considera que el producto o servicio tiene potencial?	0.59
¿Cómo califica a la contraparte?	0.65
¿Considera posible realizar una inversión o asociación con la contraparte?	0.56
Cantidad de respuestas	257

### 3. Participación de empresas por país

En lo que respecta a las empresas compradoras, es importante resaltar que casi todas pertenecían a los países miembros de la ALADI, con excepción de empresas, de Costa Rica y Guatemala. Entre los países participantes, en la clasificación de empresas compradoras según su origen se destaca por un lado, Brasil con una participación del 15%, México con 12% y Chile y Colombia ambos con una participación del 11%. (Gráfico 1)

GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS COMPRADORAS POR PAÍS



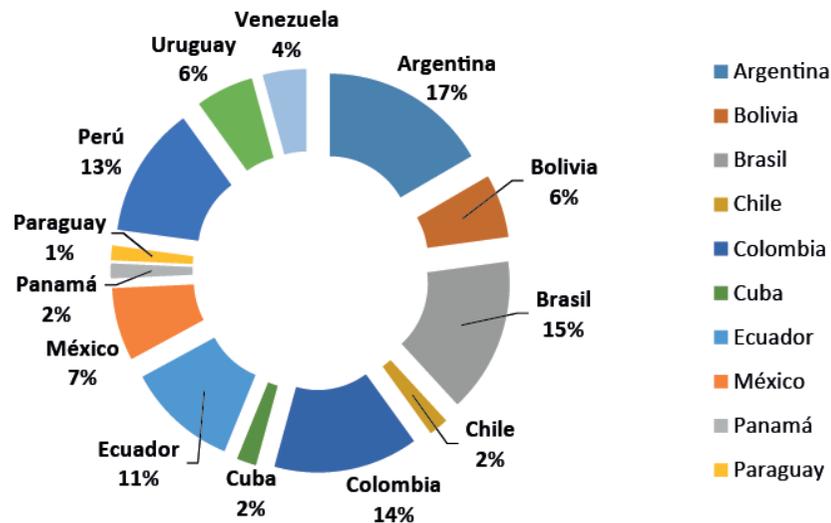
Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

Por su parte, en el caso de las empresas exportadoras, cabe señalar que la totalidad de ellas pertenecía a los países miembros de la ALADI.

De un total de 210 empresas exportadoras, Argentina fue el país que presentó mayor número de participantes, con un (17%) del total, seguido de Brasil (15%) y Colombia (14%). (Gráfico 2)

## Evaluación final del evento

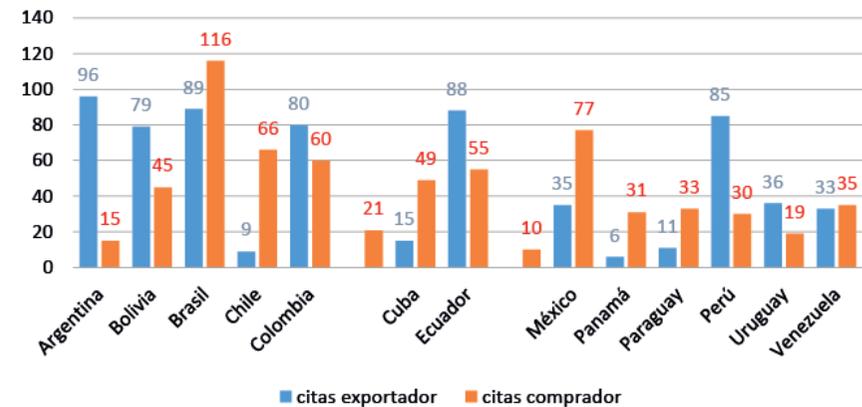
GRÁFICO 2. Participación de cantidad de empresas exportadoras por país



Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

En cuanto al apartado de citas, se destaca la participación de empresas de Brasil, ya que, de las 662 citas, estuvieron presentes en 205, de las cuales el 44 % (89) corresponde al sector exportador y el 56 % (116) al importador. Por otra parte, Ecuador (143), Colombia (140), Bolivia (124) y Perú (115) son los otros países que tuvieron una destacada presencia en las citas de esta ronda. (Gráfico 3)

Gráfico 3. Cantidad de citas de empresas exportadoras e importadoras por país

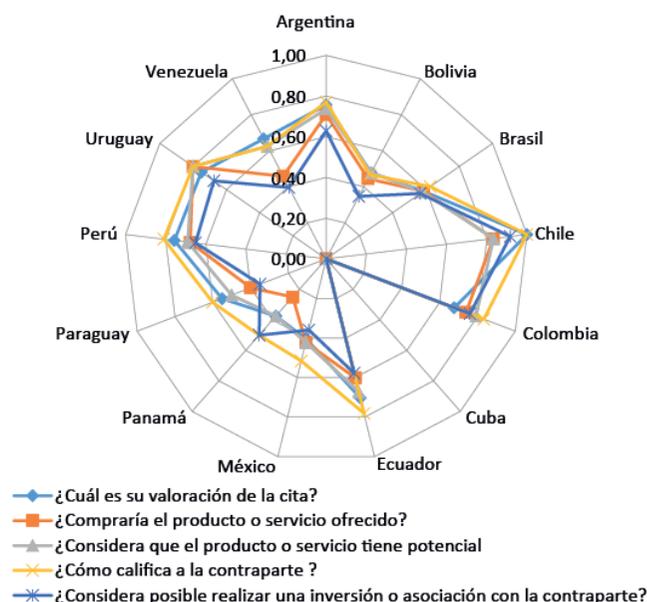


Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

En cuanto a la valoración que se les otorgó a las citas, se midieron los siguientes aspectos: ¿cuál es su valoración de la cita?, ¿compraría el producto o servicio ofrecido?, ¿considera que el producto o servicio tiene potencial?, ¿cómo califica a la contraparte?, ¿considera posible realizar una inversión o asociación con la contraparte? En el Gráfico 4, se presentan los promedios de valoración que cada uno de los países presentó en cada pregunta, partiendo desde el centro (0%) hacia los márgenes (100%).

## Evaluación final del evento

GRÁFICO 4. Valoración a nivel de citas según país



Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

Como se indicó anteriormente, la valoración de los diferentes aspectos analizados resultó muy satisfactoria. En lo que concierne a la valoración de las citas realizadas, se logró alcanzar el 100%. Vale destacar el buen desempeño de Chile con 100%; Argentina y Paraguay con 76% y Uruguay con 75%.

Destaca la evaluación recibida por los exportadores chilenos (100%) a la pregunta de “¿Cómo califica a la contraparte?” seguido por los colombianos 83%. Los productos que recibieron mejor probabilidad de ser adquiridos fueron los chilenos (83%) y uruguayos (80%). Los productos colombianos y argentinos tuvieron una valoración positiva de su potencial, 79 y 74% respectivamente.

Finalmente Chile y Colombia fueron los países con mayor probabilidad de recibir acuerdos asociación e inversión (92 y 76%).

## 4. Participación de empresas por sector

Las empresas compradoras y exportadoras que participaron de la cuarta rueda de negocios virtual de 2021 definieron el sector en el cual participaban al momento de su inscripción. En función de esta información, es posible presentar los resultados de las encuestas de la rueda, clasificados según los siete sectores participantes:

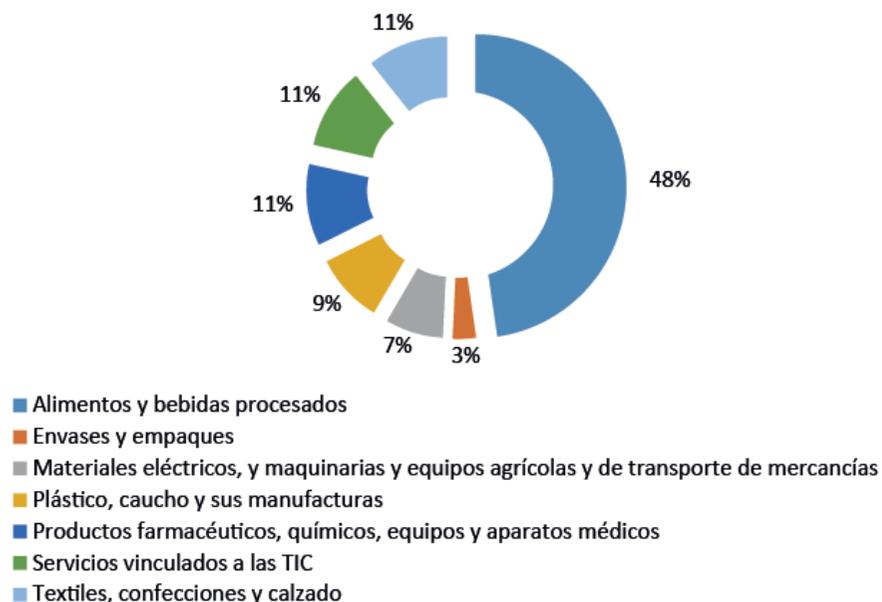
1. Alimentos y bebidas procesados
2. Envases y empaques
3. Materiales eléctricos, y maquinarias y equipos agrícolas y de transporte de mercancías
4. Plástico, caucho y sus manufacturas
5. Productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos
6. Servicios vinculados a las TIC
7. Textiles, confecciones y calzado

Cabe señalar que, si bien cada empresa identifica el sector que representa el rubro principal de su actividad económica, esta puede haber participado de la rueda comprando o vendiendo productos de más de un sector.

De las empresas que efectivamente participaron, se desprende que el sector con mayor participación de compradores fue el de alimentos y bebidas procesados con 48%, mientras que productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos; servicios vinculados a las TIC y textiles, confecciones y calzado alcanzaron el 11% cada uno. (Gráfico 5)

## Evaluación final del evento

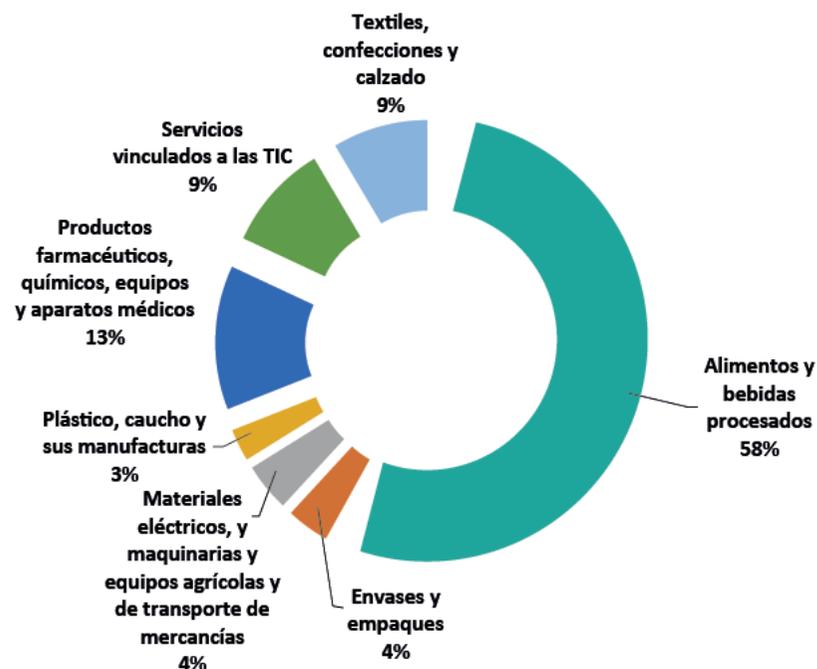
GRÁFICO 5. Compradores por sector



Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

La distribución de las exportadoras según sectores muestra grandes similitudes con la distribución de las compradoras. El sector de alimentos y bebidas procesados con 58% se mantuvo como el más participativo y el resto se distribuyó de manera similar, con las siguientes participaciones principales: productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos (13%) y le siguieron de igual forma textiles, confecciones y calzado y servicios vinculados a las TIC con 9% cada uno. (Gráfico 6)

GRÁFICO 6. Exportadores por sector

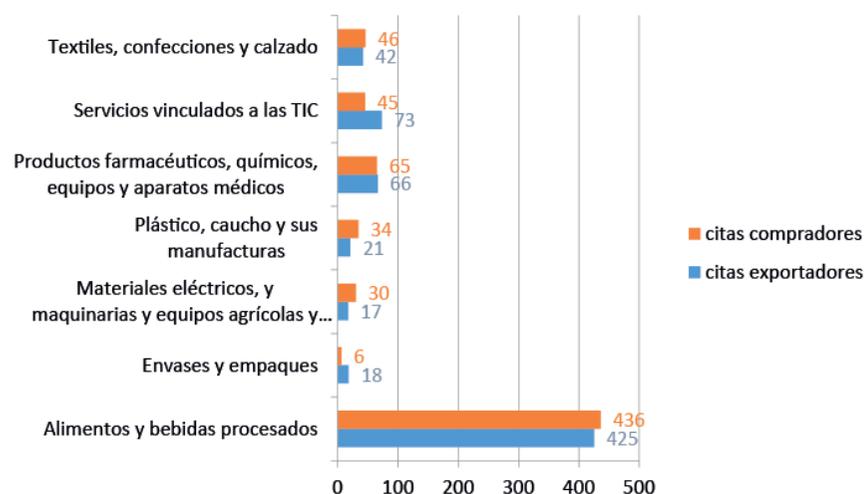


Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

En el análisis de las citas concretadas por sector, volvemos a encontrar una marcada preferencia en la participación del sector alimentos y bebidas procesados, que lidera tanto en el sector de exportadores (425) como en el de importadores (436). Detrás de este sector, se ubican productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos (66 y 65) y servicios vinculados a las TIC (73 y 45). (Gráfico 7)

## Evaluación final del evento

GRÁFICO 7. Citas por sector



Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

Por otra parte, en el Cuadro 4 se presenta el número de empresas, tanto exportadoras como importadoras, pertenecientes a cada sector.

CUADRO 4. CANTIDAD DE EMPRESAS PERTENECIENTES AL MISMO SECTOR

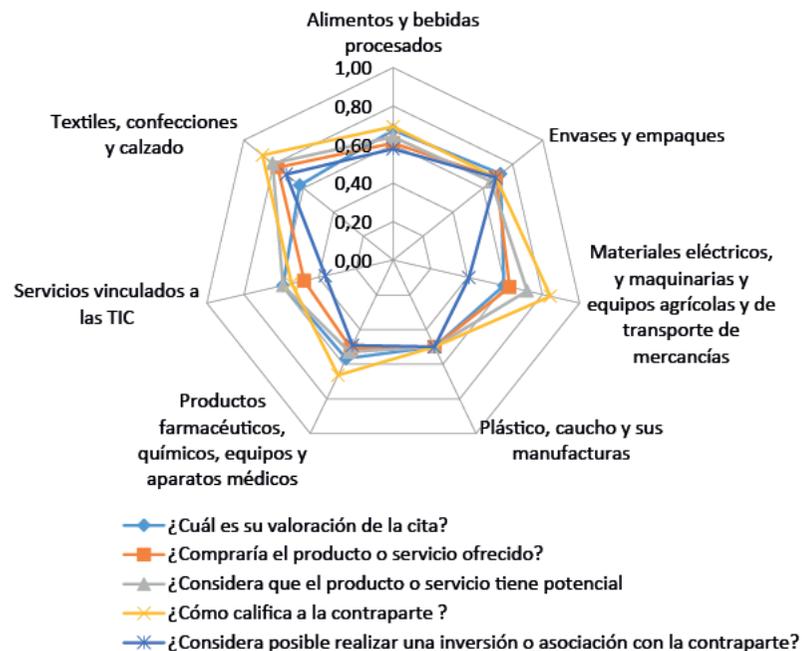
Sectores	Cantidad compradoras	Cantidad exportadoras	Total
			empresas
Alimentos y bebidas procesados	31	122	153
Envases y empaques	2	8	10
Materiales eléctricos, y maquinarias y equipos agrícolas y de transporte de mercancías	5	9	14
Plástico, caucho y sus manufacturas	6	6	12
Productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos	7	27	34
Servicios vinculados a las TIC	7	20	27
Textiles, confecciones y calzado	7	18	25
Total	65	210	275

Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

En la misma forma que en el Gráfico 4, se utilizó un eje radial para medir la valoración general de las citas. En este caso se distinguió según sector. (Gráfico 8)

## Evaluación final del evento

**GRÁFICO 8. Valoración de citas según sector**



Fuente: Plataforma y SG-ALADI  
Elaboración: Secretaría General de la ALADI

Del análisis por sectores, se desprende que las citas más satisfactorias se concentraron en tres sectores: Envases y empaques (72%), Alimentos y bebidas (68%) y Textiles y confecciones (63%).

El sector de Textiles fue el que obtuvo mayor probabilidad de recibir inversiones (72%). Los productos y servicios de mayor valoración correspondieron al sector de Textiles y envases (81%), que también fue el que obtuvo mayor probabilidad de colocar su oferta en el mercado externo (77%).

Asimismo, es importante hacer una evaluación de los sectores participantes en la Macrorrueda Multisectorial en comparación con ediciones pasadas. Como se puede observar del siguiente cuadro hay 2 sectores que durante todos los eventos han sido los más importantes: Alimentos y bebidas con cerca del 50% de la participación tanto en compradores y exportadores al igual que el sector textil, confecciones y calzado que a pesar de haber caído sigue en segundo lugar como sector más representativo de la presente Macrorrueda. La participación sin embargo ha caído en las últimas 2 ediciones de 2020 y 2021. En las ruedas previas se tenían participaciones de alrededor del 18 al 20% mientras que en las últimas un número muy cercano a solo 10%

## Evaluación final del evento

Compradoras	2021		2020		2019		2018		2017		2016		2015		2014	
	Cantidad compradoras	Cantidad exportadoras														
Alimentos y bebidas procesados	47,69%	58,10%	55,75%	54,55%	54,17%	46,79%	55,56%	51,49%	61,05%	56,75%	61,15%	55,75%	39,55%	42,93%	51,40%	26,98%
Envases y empaques	3,08%	3,81%	0,88%	2,92%	4,76%	2,86%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Materiales eléctricos, y maquinarias y equipos agrícolas y de transporte de mercancías	7,69%	4,29%	4,42%	9,09%	4,76%	4,64%	3,70%	6,50%	5,23%	5,51%	4,46%	6,03%	14,69%	10,13%	0,00%	0,00%
Plástico, caucho y sus manufacturas	9,23%	2,86%	0,88%	3,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos	10,77%	12,86%	6,19%	9,74%	9,52%	11,79%	14,81%	11,92%	13,95%	9,64%	10,83%	11,78%	0,00%	0,00%	17,76%	12,02%
Servicios vinculados a las TIC	10,77%	9,52%	12,39%	8,44%	10,71%	14,64%	7,41%	8,67%	5,81%	8,82%	5,73%	11,21%	0,00%	0,00%	7,48%	9,68%
Textiles, confecciones y calzado	10,77%	8,57%	14,16%	9,42%	16,07%	19,29%	18,52%	21,41%	13,95%	19,28%	17,83%	15,23%	0,00%	0,00%	23,36%	18,18%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>														

## Evaluación final del evento

Una de las características de las ruedas de negocios es la repetición de los sectores habilitados como ya se ha dicho, lo cual podría explicar la reducción en el número de compradores participantes en general debido a una suerte de “fatiga” por sobreexposición. Este fenómeno ocurre tanto a nivel nacional, regional y mundial. El porcentaje usual de participación en las Expo Aladi de manera histórica normalmente superaba el 32% de empresas participantes mientras en los 2 últimos años este porcentaje ha sido menor, llegando a valores incluso del alrededor del 23%, que puede ser entendido por la coyuntura de recesión global.

De igual manera es interesante observar el comportamiento de algunos de los sectores priorizados en el comercio regional:

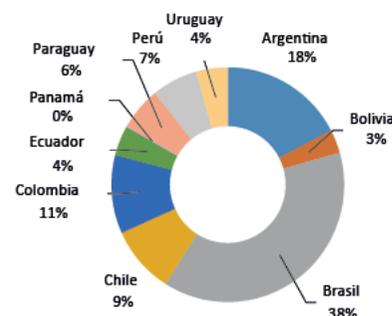
Sector	Monto en usd	Rueda	Comercio regional
Alimentos y bebidas	14.748.932.336,00	41%	16%
Empaques	1.525.392.127,00	4%	2%
Farmacéutico	5.149.438.655,00	14%	6%
Material eléctrico	8.915.086.404,00	25%	10%
Plástico	3.603.337.959,00	10%	4%
Textil	1.662.000.377,00	5%	2%
<b>Total general</b>	<b>35.604.187.858,00</b>	<b>100%</b>	<b>39%</b>

Se puede observar que algunos sectores participantes en la Rueda tienen un peso específico mayor al que representan en el comercio intrarregional.

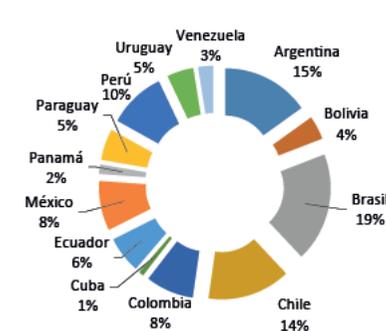
Es importante mencionar que sería interesante analizar que otros sectores en el 60% que no está participando en el evento podrían ser de interés para el comercio de la región.

Analizando en mayor profundidad podemos observar la participación de los países tanto en las exportaciones como importaciones de los sectores seleccionados para la Expo Aladi 2021 y revisar la importancia de estos sectores para cada país.

Exportaciones por país (2020)



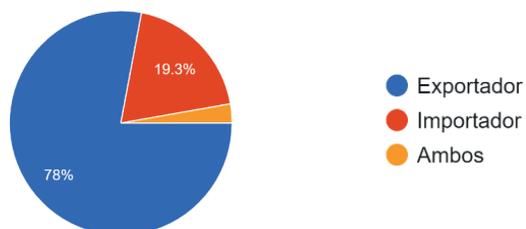
Importaciones por país (2020)



## Evaluación final del evento

### 5. Evaluación general

Las respuestas a la encuesta de opinión de 109 empresas corresponden a casi el 40% de empresas participantes las cuales representan aproximadamente en la misma proporción tanto a compradores como exportadores brindando por esa razón una visión de ambos actores de la Macrorrueda Multisectorial de negocios.

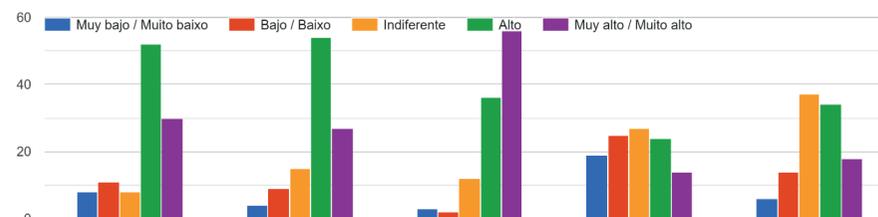


De la misma forma podemos observar que entre las participantes de la Macrorruedas Expo Aladi participantes en la presente encuesta el 87.20 % están consideradas como mipymes, con lo cual se cumplió el objetivo principal y meta en de la organización del evento, esto es, fomentar el desarrollo e inclusión social en los países de la región.



Por otro lado, se realizó una evaluación detallada del nivel de satisfacción de los participantes para lo cual se evaluaron los siguientes aspectos:

- Rueda en general
- Plataforma
- Apoyo de personal
- Cantidad y calidad de las citas
- Actividades complementarias

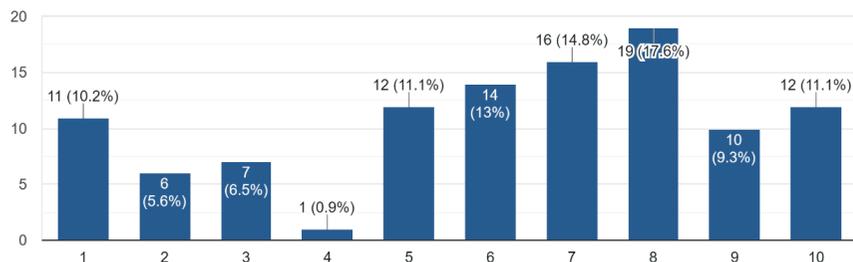


Se puede apreciar del gráfico que los niveles de satisfacción mayores están en el concepto de personal de apoyo y también en la Rueda en general y plataforma mientras que los niveles más bajos están en la cantidad y calidad de las citas, lo cual depende enteramente del interés del empresario.

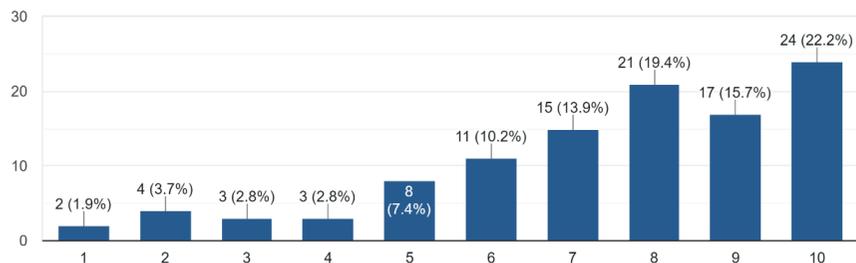
Adicionalmente, es importante analizar a mayor profundidad estos datos. El mayor nivel de satisfacción de la rueda de dio en el sector de la microempresa con un nivel del 82.76%, demostrando el potencial para generar reactivación económica.

Prosiguiendo con el análisis se puede notar que más del 65% de los encuestados manifestó que logro cumplir con sus objetivos de participación en el evento con una calificación de 6 a más en una escala al 10. Esto demuestra que las empresas participantes al menos están satisfechas con lo obtenido en base a sus expectativas.

## Evaluación final del evento

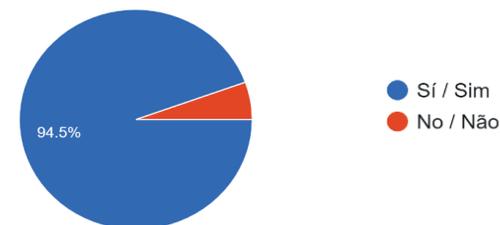


En la misma línea se puede verificar que más del 81% de los encuestados han manifestado que la Macrorrueda Multisectorial Expo Aladi han otorgado una calificación de 6 a más en una escala al 10 para el nivel de importancia en sus planes de promoción anuales. Incluso casi el 60% de las empresas le otorgan de una importancia de 8 o más, demostrando la importancia del evento para las empresas regionales.



Asimismo, cabe resaltar algunas estadísticas destacables de esta Rueda. Se tuvieron 275 empresas participantes con una intención de negocios manifestada por 8 millones de dólares. El mayor impacto se puede visualizar en el crecimiento del valor promedio negociado por cita el cual creció en más de 90% respecto a la edición de 2020.

Por último, es importante mencionar que casi el 95% de los encuestados recomendarían a otros empresarios participar en Ruedas de Negocios organizadas por ALADI. Esto demuestra el respaldo y confianza que el empresariado regional deposita en este tipo de eventos liderados desde la Asociación.



**ANEXOS**

**Exportador**

<b>Pais</b>	<b>Cantidad de empresas</b>	<b>Cantidad de citas</b>	<b>Cantidad de citas con monto</b>	<b>Monto total de intención de negocio (U\$S)</b>	<b>Monto de cita promedio (U\$S)</b>	<b>¿Cuál es su valoración de la cita?</b>	<b>¿Compraría el producto o servicio ofrecido?</b>	<b>¿Considera que el producto o servicio tiene potencial</b>	<b>¿Cómo califica a la contraparte ?</b>	<b>¿Considera posible realizar una inversión o asociación con la contraparte?</b>
Argentina	35	96	15	1622002	108133	0.76	0.71	0.74	0.77	0.63
Bolivia	13	79	7	460008	65715	0.48	0.45	0.48	0.47	0.35
Brasil	32	89	16	2093008	130813	0.59	0.59	0.58	0.63	0.57
Chile	4	9	2	46400	23200	1.00	0.83	0.83	1.00	0.92
Colombia	30	80	10	74005	7401	0.68	0.74	0.79	0.83	0.76
Cuba	4	15		0		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ecuador	23	88	9	613000	68111	0.70	0.60	0.67	0.78	0.58
México	15	35	5	100001	20000	0.41	0.42	0.42	0.52	0.36
Panamá	3	6		0		0.38	0.25	0.38	0.50	0.50
Paraguay	3	11		0		0.55	0.40	0.50	0.60	0.35
Perú	27	85	17	2370004	139412	0.76	0.68	0.69	0.81	0.65
Uruguay	12	36	3	176000	58667	0.75	0.80	0.80	0.80	0.68
Venezuela	9	33	3	808000	269333	0.67	0.46	0.63	0.63	0.40
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>662</b>	<b>87</b>	<b>8362428</b>	<b>96120</b>	<b>0.65</b>	<b>0.61</b>	<b>0.64</b>	<b>0.70</b>	<b>0.57</b>

## Evaluación final del evento

<b>Comprador</b>										
<b>Pais</b>	Cantidad de empresas	Cantidad de citas	Cantidad de citas con monto	Monto total de intención de negocio (U\$S)	Monto de cita promedio (U\$S)	¿Cuál es su valoración de la cita?	¿Compraría el producto o servicio ofrecido?	¿Considera que el producto o servicio tiene potencial?	¿Cómo califica a la contraparte?	¿Considera posible realizar una inversión o asociación con la contraparte?
Argentina	4	15		0		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Bolivia	4	45		0		0.80	0.70	0.85	0.95	0.45
Brasil	10	116	21	548000	26095	0.84	0.77	0.81	0.86	0.72
Chile	7	66	5	335000	67000	0.82	0.74	0.74	0.81	0.71
Colombia	7	60	14	5130001	366429	0.82	0.82	0.78	0.82	0.79
Costa Rica	2	21		0		0.70	0.42	0.64	0.75	0.33
Cuba	5	49				0.40	0.37	0.39	0.43	0.34
Ecuador	3	55	15	165400	11027	0.76	0.66	0.66	0.72	0.57
Guatemala	1	10		0		0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
México	8	77	5	157000	31400	0.53	0.83	0.92	1.00	0.82
Panamá	2	31		0		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Paraguay	3	33		0						
Perú	3	30	3	60000	20000	0.70	0.70	0.70	0.73	0.70
Uruguay	4	19	6	477000	79500	0.55	0.48	0.55	0.63	0.50
Venezuela	2	35	18	1490027	82779	0.54	0.56	0.51	0.61	0.54
<b>Total general</b>	<b>65</b>	<b>662</b>	<b>87</b>	<b>8362428</b>	<b>96120</b>	<b>0.65</b>	<b>0.61</b>	<b>0.64</b>	<b>0.70</b>	<b>0.57</b>

## Evaluación final del evento

<b>Exportador</b>										
<b>Sector</b>	Cantidad de empresas	Cantidad de citas	Cantidad de citas con monto	Monto total de intención de negocio (U\$S)	Monto de cita promedio (U\$S)	¿Cuál es su valoración de la cita?	¿Compraría el producto o servicio ofrecido?	¿Considera que el producto o servicio tiene potencial?	¿Cómo califica a la contraparte?	¿Considera posible realizar una inversión o asociación con la contraparte?
Alimentos y bebidas procesados	122	425	62	6797420	109636	0.68	0.61	0.64	0.69	0.58
Envases y empaques	8	18	1	3000	3000	0.72	0.69	0.66	0.69	0.69
Materiales eléctricos, y maquinarias y equipos agrícolas y de transporte de mercancías	9	17		0	0	0.59	0.63	0.72	0.84	0.41
Plástico, caucho y sus manufacturas	6	21		0	0	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
Productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos	27	66	10	1022008	85167	0.57	0.51	0.53	0.66	0.49
Servicios vinculados a las TIC	20	73	2	23000	264	0.59	0.48	0.59	0.55	0.36
Textiles, confecciones y calzado	18	42	12	517000	12	0.63	0.77	0.81	0.88	0.72
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>662</b>	<b>87</b>	<b>8362428</b>	<b>96120</b>	<b>0.65</b>	<b>0.61</b>	<b>0.64</b>	<b>0.70</b>	<b>0.57</b>

## Evaluación final del evento

<b>Comprador</b>										
<b>Sector</b>	Cantidad de empresas	Cantidad de citas	Cantidad de citas con monto	Monto total de intención de negocio (U\$S)	Monto de cita promedio (U\$S)	¿Cuál es su valoración de la cita?	¿Compraría el producto o servicio ofrecido?	¿Considera que el producto o servicio tiene potencial?	¿Cómo califica a la contraparte?	¿Considera posible realizar una inversión o asociación con la contraparte?
Alimentos y bebidas procesados	31	436	65	7816426	120253	0.66	0.60	0.63	0.69	0.58
Envases y empaques	2	6		0		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Materiales eléctricos, y maquinarias y equipos agrícolas y de transporte de mercancías	5	30		0		0.81	0.71	0.81	0.88	0.54
Plástico, caucho y sus manufacturas	6	34		0		0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
Productos farmacéuticos, químicos, equipos y aparatos médicos	7	65	10	29002	2900	0.72	0.61	0.64	0.74	0.53
Servicios vinculados a las TIC	7	45		0		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Textiles, confecciones y calzado	7	46	12	517000	43083	0.58	0.73	0.76	0.83	0.69
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>662</b>	<b>87</b>	<b>8362428</b>	<b>96120</b>	<b>0.65</b>	<b>0.61</b>	<b>0.64</b>	<b>0.70</b>	<b>0.57</b>