

MANEJO DE RUEDAS DE NEGOCIOS



La Rueda de Negocios se podría definir como un mecanismo simple y de acción directa, que consiste en reuniones de empresarios, instituciones y organizaciones con la asociación, pueden ser representantes locales, de otras ciudades e incluso de otros países, que desean celebrar entrevistas y promover contactos entre sí, con el propósito de realizar negocios y relaciones asociativas, principalmente con la asociación.

La Rueda de Negocios es un instrumento que permite lograr transacciones interempresariales en servicios y/o bienes para el desarrollo de aquellas empresas que participan en ella. Permite, en este caso, a la asociación, 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 a los productos.

Entre las metas que se pueden conseguir a través de la aplicación de la Rueda de Negocios, se tiene las siguientes:



1. Dinamizar la integración económica entre las empresas que participan en la Rueda.
2. Incentivar que la pequeña y mediana empresa multiplique su interés y gestión en el negocio de la producción del cuy.
3. Propiciar el mejor conocimiento sobre su mercado actual, potencial y nivel de competitividad.
4. 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.
5. Acumulación de conocimientos organizativos y de gestión que realiza la institución organizadora.
6. Preparar a los asociados para desarrollar un comportamiento elástico ante los requerimientos y propuestas de otros agentes económicos.

7. Fortalecer el desarrollo de espacios proyectados a la cooperación con el mercado.
8. Proveer información económica para contribuir a la ubicación de nichos de mercado. Concretando nuevas formas de asociación empresarial acordes con la globalización de la economía y la integración económica y social.
9. Búsqueda de espacios de cooperación entre las empresas, productores individuales, trabajadores, asociaciones de empresarios, Cámaras de Comercio e Industria, Organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGs), gobiernos regionales, el gobierno central y sus Instituciones especializadas.
10. Facilitar el contacto de la asociación con compradores, proveedores, inversionistas, financistas y otros agentes económicos. Materializar proyectos conjuntos de inversión. Conseguir una creciente interacción en el ámbito de las negociaciones. Intercambiar tecnología y llegar a plasmar acuerdos comerciales y de servicios.
11. Instrumento o mecanismo que disminuye los costos de coordinación entre empresas.
12. Promover la comercialización y el abastecimiento de productos y servicios (materias primas, partes y piezas, semi terminados, manufacturas finales). Buscar u otorgar corresponsalías, distribución y representación comercial.
13. Ampliar el mercado de franquicias, licencias de marca y transferencia de tecnología.
14. Captar inversiones, líneas de financiamiento y oportunidades de negocios.
15. Desarrollar nuevas formas de asociación, empresas mixtas con industrias afines o complementarias, asociaciones de adición de valor para la conquista de otros mercados.
16. Impulsar la subcontratación.

CARACTERÍSTICAS DE LA RUEDA DE NEGOCIOS



1. Es un mecanismo de participación directa de empresarios.
2. Es selectiva, prioriza los productos y servicios que se desean tratar.
3. Es una actividad que se realiza mediante entrevistas empresariales que van entre 20 - 45 minutos (según se determine).
4. Los organizadores realizan un conjunto de actividades previas y orientadoras que permiten reducir los gastos de gestión e información de los participantes.
5. Reduce los costos para otros operadores económicos en la toma de contactos.

6. Podrán participar empresarios, consultores, funcionarios, de cualesquier sector económico, independiente de su tamaño y nacionalidad y que hayan cancelado su ficha de inscripción.

Es sabido que el establecimiento y especialización de ruedas de negocios va de menos a más. En un inicio las ruedas constituían sólo un acompañamiento a una feria y/o evento de mayor magnitud. Actualmente se puede observar que se desarrollan ruedas al margen de esos eventos y han adquirido su propia fisonomía.

LOGROS

1. Cooperación en la promoción y el desarrollo de la pequeña y mediana empresa.
2. Acuerdos y negociaciones que abonan a la integración comercial.
3. Nuevas formas de relación para mantenerse informados.
4. Los subproductos finales de la Rueda son: El Directorio de invitados y participantes y el compendio de catálogos. Además, la experiencia y el estudio práctico de mercado realizado por la asociación.

LIMITACIONES



1. La más importante radica en la escasez de tiempo para organizar las Ruedas. Una Rueda debe prepararse al menos con seis meses de anticipación, para garantizar el éxito de la misma y que las empresas de mayor importancia en su rama, se encuentren presentes y dispuestas a hacer negocios.
2. Presupuestos limitados. Se recomienda un presupuesto exclusivo integral para las Ruedas.
3. Espacio físico y servicios.
4. Difusión nacional e internacional de ser el caso.
5. Hay poco conocimiento sobre el significado de la Rueda de negocios.
6. Problemas en el aspecto operativo.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR UNA RUEDA DE NEGOCIOS:

DEFINIR LA CARACTERÍSTICA DE LA RUEDA DE NEGOCIOS:

Determinar con la institución organizadora y otros agentes involucrados sobre el diseño de la Rueda. Sus objetivos, alcances, costos aproximados, auspicio, fecha, lugar, duración y número aproximado de participantes. Coordinaciones y tareas.

PROMOCIÓN:

De acuerdo a las características impulsar y desarrollar toda una estrategia de promoción de la herramienta. En este punto reside el éxito del evento. Debe tomarse el tiempo necesario para su mejor realización y no escatimar gastos en el convencimiento que es una inversión a recuperar con los resultados.

ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS DE INSCRIPCIÓN:

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 llenar y potenciar su empresa.

LLENADO DE FICHAS DE INSCRIPCIÓN:

Se sobrentiende que los primeros que entreguen la información solicitada en las fichas aparecerán en la folletería que la asociación realice para efecto de presentar sus productos a los potenciales clientes y actores comerciales, teniendo por tanto mayores ventajas comparativas que aquellos que no lo hacen con la debida anticipación.

ELEBORACIÓN DE FOLLETERÍA DE OFERTA, DEMANDA Y DIRECTORIO DE PARTICIPANTES:

Servirá para que los empresarios estén informados de las ofertas y demandas de productos que están presentes en la rueda de negocios y de esa manera llenar posteriormente su solicitud de citas.

INAUGURACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS:

Es el acto formal que debe tener la prestancia que el evento requiere. Se debe pensar que vienen empresarios de todas las ramas que pueden aportar al desarrollo organizacional y comercial de la asociación, por lo que la imagen de la misma está en juego.

Todo debe estar bien planificado y buscar la mayor cobertura periodística posible.

SOLICITUD DE REUNIONES:

Mecanismo con el que se inicia la rueda propiamente dicha. El empresario solicita tener cita con un representante de negocios de la asociación. En la solicitud deben aparecer los datos (empresa, código, sector e incluso país).

Además se recomienda una priorización que facilite al programa la relación de entrevistas.

ORDEN DE LAS REUNIONES:



Con los datos consignados en las solicitudes de entrevistas, la asociación deberá determinar las citas de negocio para cada empresario. En este listado aparecerá la hora, el código del representante comercial de la asociación con quien se reúne y el número de la mesa donde se llevará a cabo la cita. Debe entenderse que cuando son pocos empresarios las citas se pueden concertar más fácilmente.

DESARROLLO DE LAS REUNIONES:

Se requiere un trabajo personalizado para atender a los empresarios y ayudarlos en el proceso de ubicación de su mesa.

El tiempo debe cumplirse a cabalidad, de ello depende la marcha normal de la Rueda.

EVALUACIÓN DE REUNIONES REALIZADAS:

Se da el tiempo necesario para que el empresario evalúe su cita de negocios. Se debe ser sutil en las preguntas de evaluación y no violentar reservas propias de los negociadores.

ENCUESTA PARA EVALUAR EL RESULTADO FINAL DE LA RUEDA DE NEGOCIOS:

Aplicada bien sea en forma general a todos los participantes o a una muestra de ellos, evaluando reuniones solicitadas vs. realizadas, resultados comerciales obtenidos, una estimación de los resultados en montos (US\$). Igualmente aspectos referidos a la organización, a su participación, el interés, la opinión sobre el evento, el cómo se enteró del evento y sugerencias y comentarios.

También se debe considerar puntos de importancia tales como el número programado y real de los asistentes, el logro de los objetivos planteados y de las expectativas planteadas.

INFORME FINAL:

Referido tanto a la evaluación cualitativa como cuantitativa. Se consignarán los informes económico-financieros, los logros y las limitaciones obtenidas.

IV FERIA DEL CUY



Pablo delgado Coordinador de la IV feria del cuy

Hoy se ha cumplido con lo establecido en la programación de las fiestas de Gualaquiza que es la feria gastronómica del cuy, este es el quinto año que estamos organizando, pero ahora lo hemos querido dar un poco más de tinte gastronómico ya que de producción a la Municipalidad ya no le compete sino más bien al Consejo Provincial y las Juntas Parroquiales, pero como no hemos querido perder los 4 años anteriores que se ha hecho como gestión productiva hoy lo hicimos más bien gastronómica.



En esta feria se vieron varios concursos como el cuy más pesado, la carrera del cuy, el cuy mejor disfrazado, quien mata, pela y asa en menos tiempo y terminando quien come un cuy en menos tiempo, cada uno de estos concursos tiene su premio que serían entregados al final de esta feria.

Entre concursos y artistas invitados toda la gente degustaba de unos sabrosos cuyes bien asaditos, papa, arroz y la exquisita ensalada propia de esta bella ciudad.

En esta IV Feria del cuy se notó la presencia de productores de nuestra localidad, Bermejós, Chiguinda, Florida, Nueva Tarqui, El Empalme, Santa Rosa, de los cantones Morona y Yanzatza.

Dra. Marcia Japón, habitante de Yanzatza Ganadora cuy más pesado

Orgullosa por los ejemplares que hoy estamos presentando a este hermoso cantón que siempre nos está recibiendo su gente con los brazos abiertos, esta es la tercera vez consecutiva que estamos participando de esta feria del cuy y la segunda vez que quedo en primer lugar en el concurso del cuy más pesado.

Agradecida por la apertura que nos dan de venir de otros cantones a disfrutar de esta feria, Gualaquiceses feliz aniversario.



Ximena Cabrera Ganadora del Concurso quien as en menor tiempo el Cuy

Es la feliz ganadora del concurso quien asa en menos tiempo el cuy, ella lo hizo en 15 minutos la pelada, lavada y asada, muy emocionada de participar en este evento que ha venido llamando la atención desde hace 4 años, soy muy fanática en asar cuyes es por eso que he decidido participar y por supuesto poner más énfasis a esta feria que es en honor a las fiestas de Gualaquiza.



Carrera del Cuy



Concurso Mejor Disfraz



Reinas de Gualaquiza 2010