MZL Manizales del alma | ALCALDÍA DE MANIZALES Secretaría de TIC y Competitividad | Fenalco Caldas

FEDERACIÓN NACIONAL DECOMERCIANTES FENALCO CALDAS

LISTADO ASISTENCIA

TEMA: *Preparación y networking Rueda de Proveedores*			FECHA	
CÓDIGO 2. GG-01-P1-F2	VERSIÓN	1	FECHA FORMATO	30/07/2021

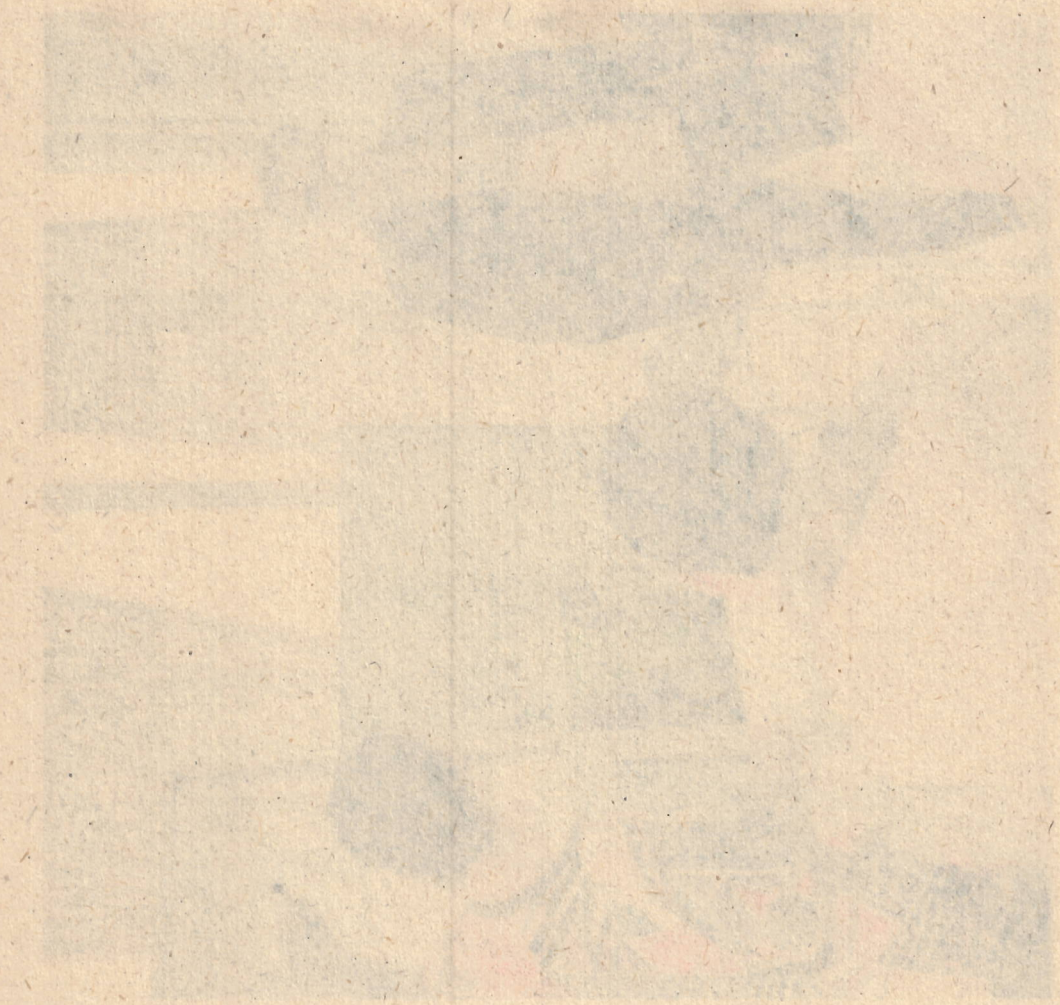
	NOMBRE	EMPRESA	Nº IDENTIFICACIÓN	CELULAR	E-MAIL	FIRMA
1	Adrian Diez Martinez	Don Ramon	75107.369	3187076797	adrian.diez.ramon@gmail.com	
2	Kelly Estefanny Restrepo C	Ctharrepo.ex.jose.	1053767375	3128577636	ctharrepo.jose@gmail.com	
3	Hugo Mardo Tortes Correa	La Arepita Paisa de Diana	75.097.115	3135238904	lacarepita2008@gmail.com	
4	David Pinilla Mejia	Sanduchero's	1053842340	3213812434	davids.pinilla07@gmail.com	
5	Lucila Rueda de los Rios	Pasion del Cielo	30319642	3218167186	lparradelosrios@hotmail.com	
6	John James Arboleda C.	Citadino Coffee	75087365	3132594485	John.arboledacc@gmail.com	
7	Juan David Garcia Casas	PORKOS S.A.S	1053796004	3013059102	PORKOS.CO@GMail.com	Juan Casas
8	Ivan Bacca	Gourmet	75092791	3122943333	gourmetcafeteo@gmail.com	
9	Diana Isabel Sanchez Alvarez	Pizzeria Calle 7	1.053.764785	3146221822	isabel2602@hotmail.com	
10						
11						
12						
13						
14						
15						

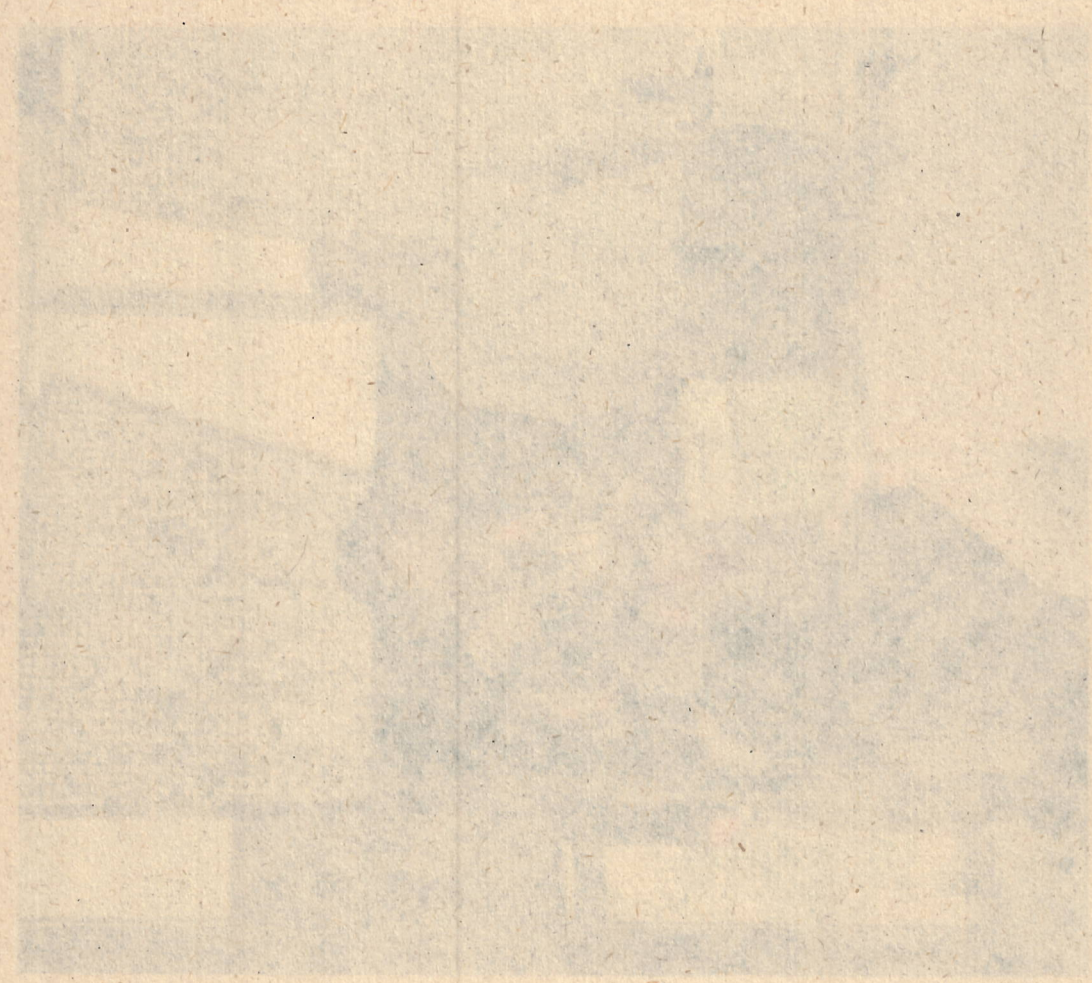
FENALCO CALDAS: AVISO DE REGISTRO ELECTRÓNICO DE DATOS: Al registrar y entregar sus datos personales mediante este mecanismo electrónico de página web y/o similares, usted declara que conoce nuestra política de tratamiento de datos personales disponible en: www.politicadeprivacidad.co/politica/fenalcocaldas, también declara que conoce sus derechos como titular de la información y que autoriza de manera libre, voluntaria, previa, explícita, informada e inequívoca a FEDERACION NACIONAL DE COMERCIANTES EMPRESARIOS FENALCO - SECCIONAL CALDAS con NIT 890.800.947-1 para gestionar sus datos personales bajo los parámetros indicados en dicha política de tratamiento.

ALCALDIA DE MANIZALES: Autorizo el tratamiento de mis datos personales de conformidad con la Política de Privacidad y Tratamiento de Datos Personales de la Alcaldía de Manizales. https://manizales.gov.co/transparencia-y-acceso-informacion-publica/politicas/politicas-y-condiciones/politica-de-privacidad-y-tratamiento-de-datos-personales/

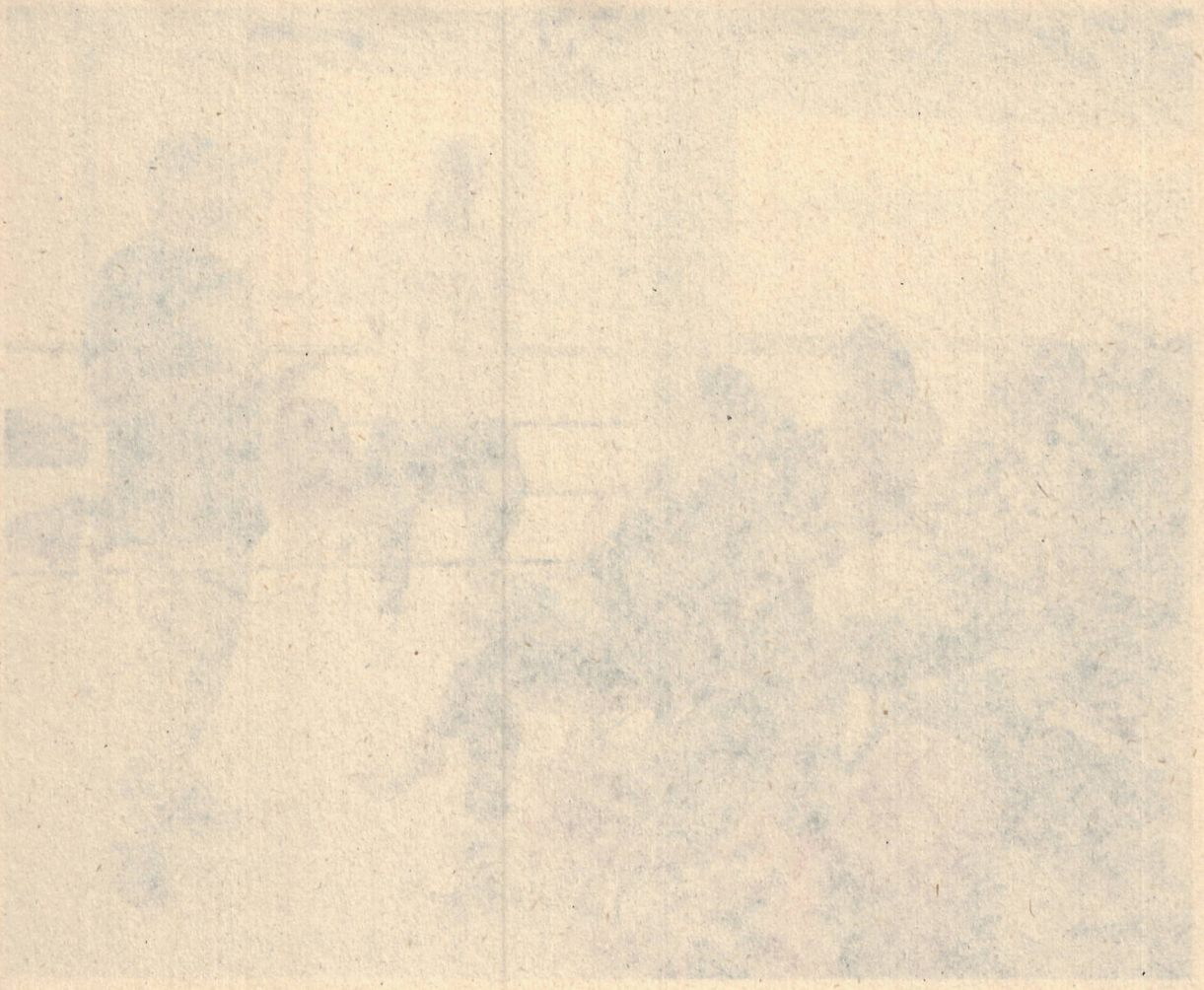
3245582562

3245
1↓PROPOSI
LO QUE SOM
UNA TIRA
2↓PROPUESTA
LO QUE HAC
3↓VENTAJA CO
LO QUE ESPRE






DayOff



Anexo 08 – Respuestas evaluación del evento – Informe consolidado

Anexo 08 – Respuestas evaluación del evento – Informe consolidado

RUEDA PROVEEDORES INFORME FINAL

En el marco del programa de fortalecimiento del sector gastronómico de Manizales, desarrollado por la **Alcaldía de Manizales**, a través de la **Secretaría de TIC y Competitividad**, en convenio con **FENALCO Caldas** se desarrollaron varias actividades contempladas en el contrato cuyo objetivo final era desarrollar una Rueda de proveedores, a continuación, se describirá como se realizó cada una de las actividades y los resultados que se tuvieron:

ACTIVIDAD 1. Recopilación detallada de información sobre compras de insumos, periodicidad de compra, rotaciones, precios, proveedores, Cantidades semanales, localización del proveedor, entre otros, a 50 establecimientos gastronómicos de Manizales.

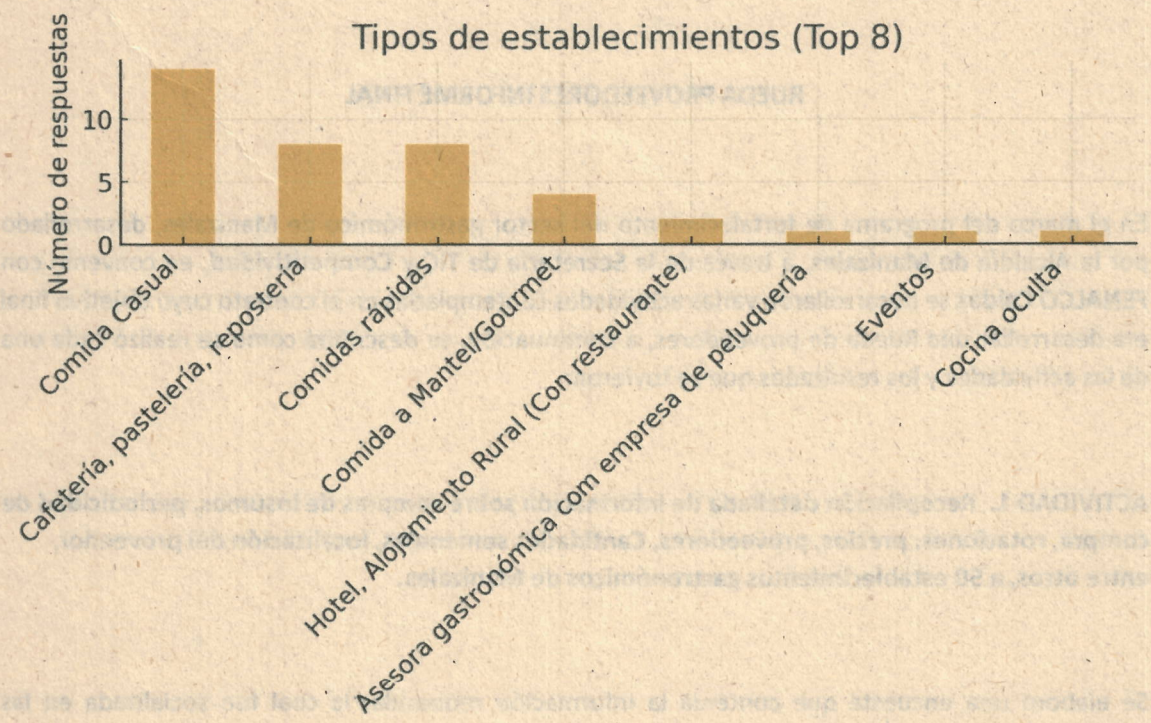
Se elaboro una encuesta que contenía la información requerida, la cual fue socializada en las capacitaciones con los establecimientos gastronómicos:

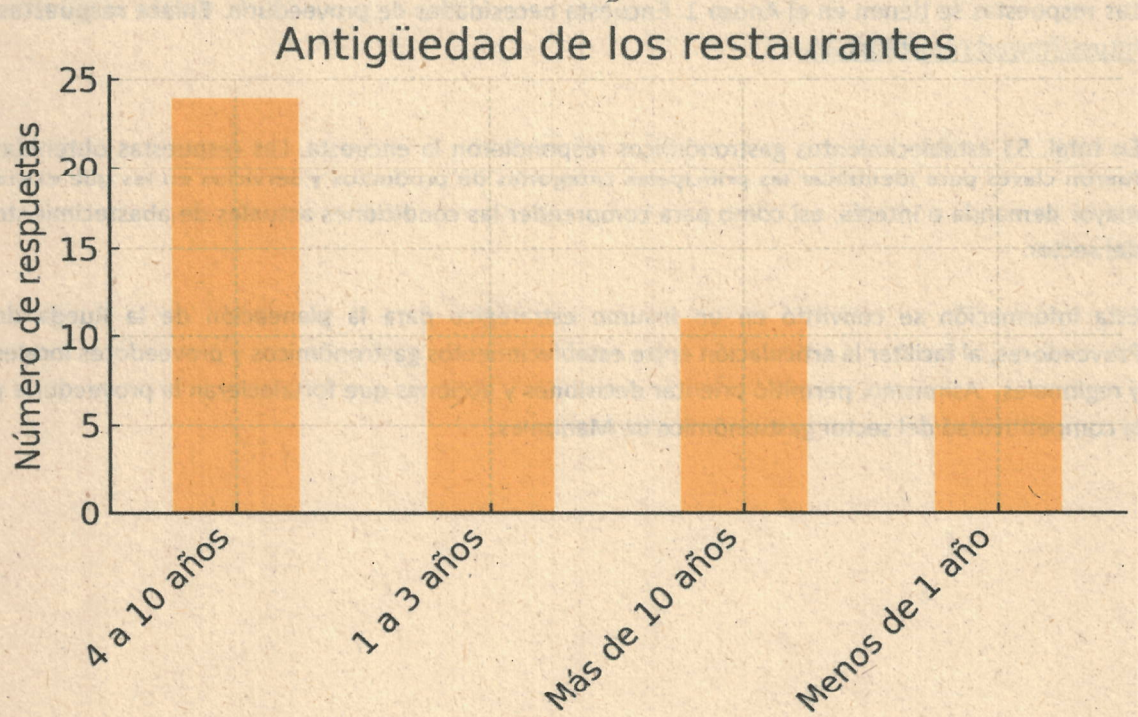
https://docs.google.com/forms/d/10-bAh7iExnZVIE3_kKYNKy7UjIGFZRUs3umrqX2WEZw/edit

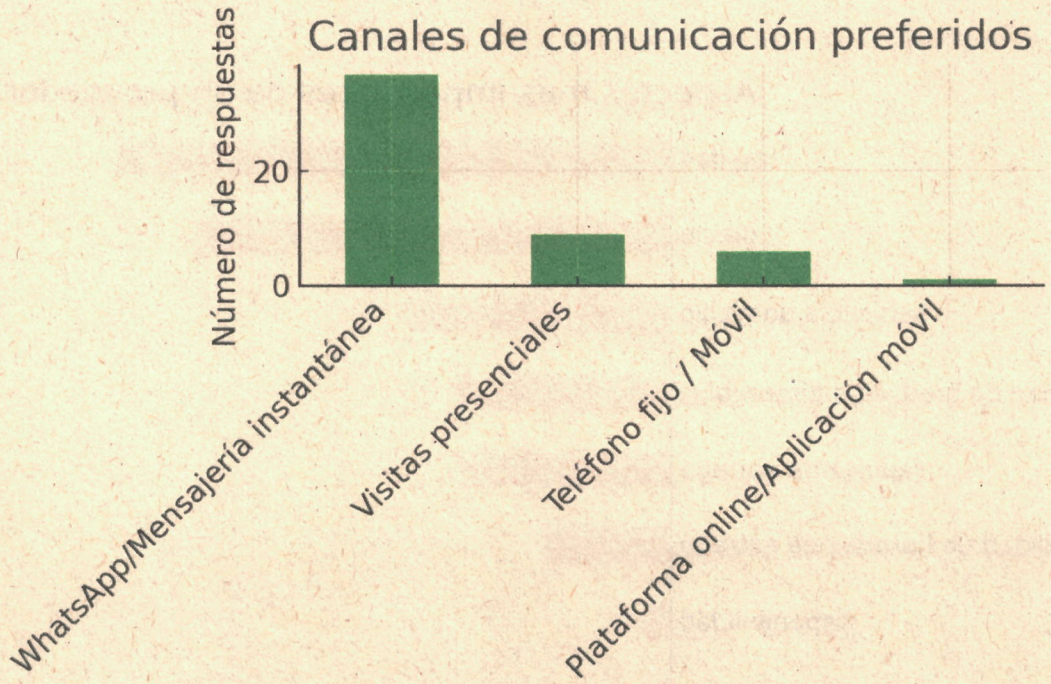
Las respuestas se tienen en el Anexo 1. Encuesta necesidades de proveeduría. **Enlace respuestas:** https://tinyurl.com/t29bp2rs

En total, 53 establecimientos gastronómicos respondieron la encuesta. Las respuestas obtenidas fueron claves para identificar las principales categorías de productos y servicios en las que existe mayor demanda o interés, así como para comprender las condiciones actuales de abastecimiento del sector.

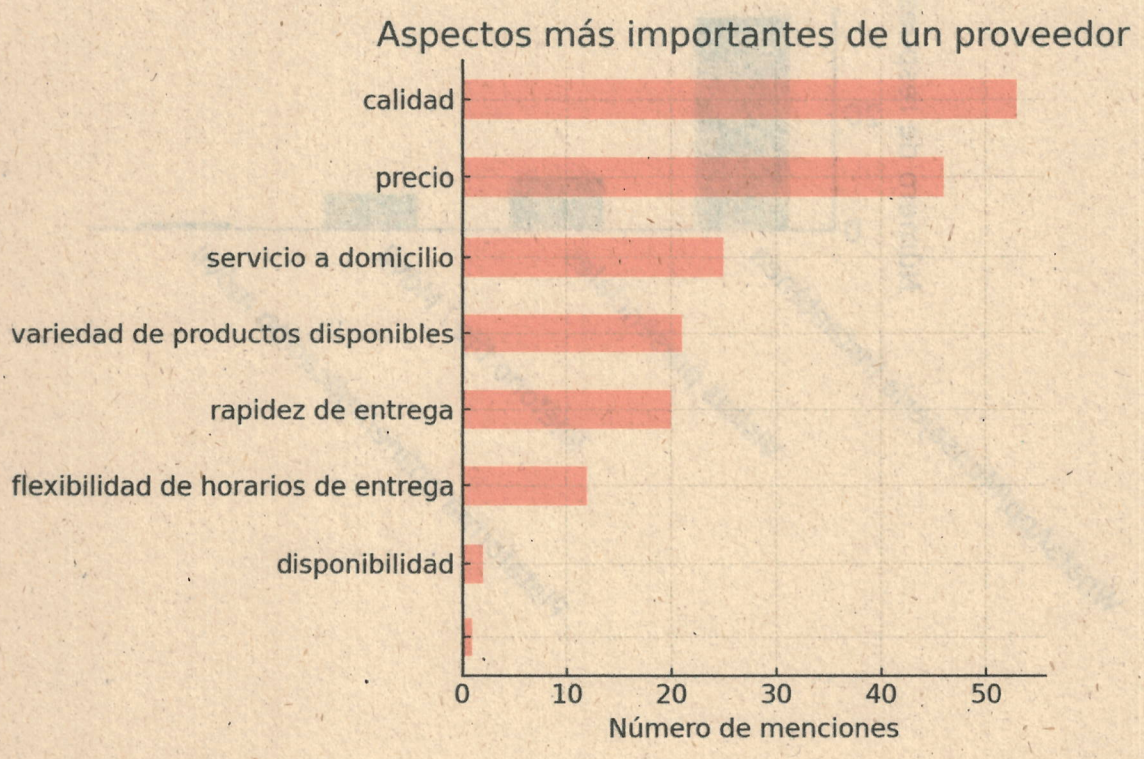
Esta información se convirtió en un insumo estratégico para la planeación de la Rueda de Proveedores, al facilitar la articulación entre establecimientos gastronómicos y proveedores locales y regionales. Asimismo, permitió orientar decisiones y acciones que fortalecieran la proveeduría y la competitividad del sector gastronómico de Manizales.

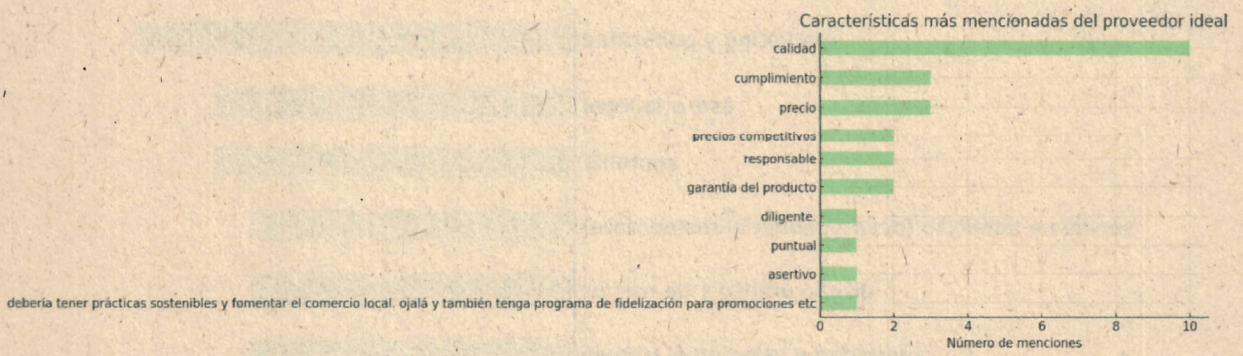

Tipos de establecimientos (Top 8)
Número de respuestas
0
5
10
Comida Casual
Cafetería, pastelería, repostería
Comidas rápidas
Comida a Mantel/Gourmet
Hotel, Alojamiento Rural (Con restaurante)
Asesora gastronómica com empresa de peluquería
Eventos
Cocina oculta


Antigüedad de los restaurantes
Número de respuestas
0
5
10
15
20
25
4 a 10 años
1 a 3 años
Más de 10 años
Menos de 1 año


Canales de comunicación preferidos
Número de respuestas
20
0
WhatsApp/Mensajería instantánea
Visitas presenciales
Teléfono fijo / Móvil
Plataforma online/Aplicación móvil


Servicios externos más demandados (Top 10)
marketing y publicidad
asesoría legal
contable
servicio a domicilio (del proveedor al restaurante)
diseño gráfico y de menús
seguridad y salud en el trabajo
buenas prácticas de manufactura
mantenimiento de equipos de cocina
servicios de limpieza especializados
desarrollo de software
0
10
20
30
40
Número de menciones





Conclusiones

Perfil de los establecimientos:

- Predominan restaurantes de **comida casual, cafeterías/pastelerías y comidas rápidas.**
- La mayoría lleva entre **4 y 10 años operando**, lo que indica estabilidad y experiencia en el mercado.

Necesidades externas:

- Alta demanda de **servicios administrativos** (marketing, publicidad, asesoría legal y contable).
- También se requieren **servicios operativos**: BPM, mantenimiento de equipos, servicio a domicilio de proveedores y POS.
- Esto muestra que los restaurantes no solo buscan insumos, sino también **apoyo integral para la gestión empresarial**.

Expectativas hacia los proveedores:

- Los factores críticos son **calidad (indispensable), precio competitivo, servicio a domicilio, variedad y rapidez en la entrega**.
- La confiabilidad (cumplimiento y garantía) aparece como un valor recurrente.

Comunicación con proveedores:

- El **WhatsApp** es el canal dominante (70%), lo que refleja una preferencia por la **inmediatez y cercanía**.
- Las visitas presenciales siguen siendo importantes, aunque secundarias.

Proveedor ideal:

- Se valora la **calidad, cumplimiento, precios competitivos, responsabilidad, puntualidad, sostenibilidad y frescura**.
- Se destaca la búsqueda de proveedores que sean confiables, puntuales, con buena atención, productos de calidad, precios razonables, disponibilidad constante, opciones de fidelización y un enfoque incluyente en sostenibilidad.
- Hay apertura a proveedores que ofrezcan **flexibilidad e innovación**.

Proveedores locales/regionales mencionados

Entre los más referenciados se encuentran Mac Pollo, Mercaldas, Carnecol, Cervalle, Colanta, Pollos del Campo, además de proveedoras de verduras, panadería y empaques. También se mencionan marcas como Calypso, El Hato, Súper Perros y PriceSmart, junto con propuestas de frutas, limpieza y ferias locales.

💡 **Recomendaciones**

Para la rueda de proveedores:

- Incluir proveedores que no solo vendan insumos, sino que también ofrezcan **servicios complementarios (marketing, legal, contable, BPM, mantenimiento, POS)**.

En la selección de proveedores invitados:

- Priorizar aquellos que garanticen **calidad y cumplimiento**, ya que son los diferenciadores más críticos.
- Dar espacio a proveedores con soluciones **logísticas (domicilios, entregas rápidas, flexibilidad horaria)**.

En la comunicación y relacionamiento:

- Fomentar el uso de **canales digitales como WhatsApp** para agilizar la interacción.
- Complementarlo con espacios de networking presencial para fortalecer confianza.

Adicionalmente se realizó otra encuesta de Necesidades Específicas de Productos, el objetivo de este proceso fue identificar, caracterizar y comprender de manera detallada las necesidades de insumos, productos y servicios de los establecimientos gastronómicos de la ciudad. A través de la información aportada por los participantes se obtiene un panorama claro sobre las frecuencias de consumo, cantidades requeridas, valores de compra, proveedores habituales y localización de abastecimiento.

Enlace: https://forms.gle/WgYQaDFZKch26vfK9

Respuestas en Anexo2. Necesidades Específicas de Producto.

Resultados:

En el marco del proceso de caracterización de necesidades específicas de productos del sector gastronómico de Manizales, se obtuvo la participación de 38 establecimientos, los cuales diligenciaron el formulario dispuesto para la recolección de información. Esto permitió consolidar datos clave en torno a volúmenes de compra, frecuencia de abastecimiento, proveedores habituales y apertura hacia nuevos aliados comerciales.

Panorama general

Los resultados evidencian que la mayoría de los establecimientos presentan una dinámica de abastecimiento constante, especialmente en productos perecederos como carnes, lácteos, frutas y verduras. La frecuencia de compra oscila entre diaria, semanal y quincenal, con montos de inversión que en algunos casos superan el millón de pesos mensuales.

Principales hallazgos por categoría

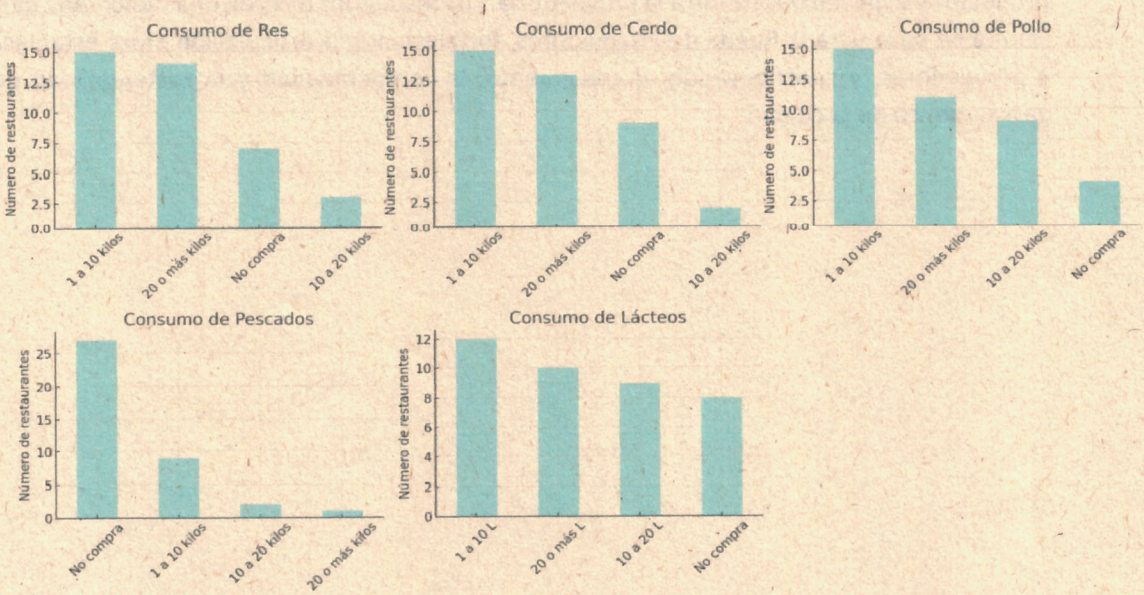
- Carnes y proteínas: Se registró una alta demanda con compras iguales o superiores a 20 kilogramos por semana. Los proveedores más mencionados fueron Carnecol, Mercaldas y Mac Pollo, que concentran gran parte de la oferta local.

- Lácteos y huevos: Se identificaron frecuencias de compra diarias y semanales, con volúmenes variables entre cubetas y más de 20 kilogramos. Los principales proveedores referidos fueron Colanta, Cervalle y distribuidores locales.

- Frutas y verduras: Su compra se realiza en ciclos semanales o quincenales, principalmente en plazas de mercado, Fruver Galería y miniplazas, lo cual evidencia una fuerte dependencia de la oferta local.

- Panadería e insumos secos: Presentan un consumo regular, con compras mensuales o semanales, en rangos de inversión entre $100.000 y $500.000 COP.

- Bebidas (gaseosas, vinos, licores): Se destacan frecuencias de compra semanales y, en algunos casos, diarias, con volúmenes que alcanzan hasta 24 botellas o más. Los proveedores más citados fueron D1, ARA, Postobón y Coca Cola, además de distribuidores especializados en vinos y licores.



Oportunidades y apertura hacia nuevos proveedores

Los participantes manifestaron interés en ampliar su red de abastecimiento, señalando necesidades específicas en:

- Mejores condiciones comerciales: precios competitivos, opciones de crédito y domicilios.
- Productos especializados: hortalizas premium, flores comestibles, brotes, harinas diferenciadas y charcutería.
- Diversificación en bebidas: alternativas de vinos y aguas especiales.

La información recolectada constituye un insumo estratégico para la articulación entre proveedores y establecimientos del sector gastronómico. Los hallazgos permiten identificar tendencias de consumo, proveedores predominantes y vacíos de mercado, lo cual servirá de base para fortalecer la proveeduría local, impulsar nuevas alianzas comerciales y mejorar la competitividad del sector en Manizales.

Conclusión ACTIVIDAD 1.

La aplicación de los formularios permitió consolidar información clave del sector gastronómico en Manizales, recogiendo evidencias de contacto con proveedores, necesidades concretas de productos y expectativas frente a la proveeduría. Los resultados ofrecen una radiografía integral que servirá de base para la Rueda de Proveedores, fortaleciendo la articulación entre establecimientos y proveedores, y contribuyendo al crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad del sector gastronómico de la ciudad.

ACTIVIDAD 2. Consolidación, clasificación y plan de trabajo a seguir para la proveeduría.

Se realizo un cronograma de actividades para la realización de las actividades especificas (Anexo 3. Cronograma de Actividades)

Adicionalmente se tuvo un check list que sirvió de guía para el seguimiento y control

Numero	Tarea	Responsable	Fecha limite	Estado	Observaciones
1	Definir objetivos y alcance de la rueda de proveedores		ok		
2	Determinar fecha, horario y lugar del evento		ok		
3	Elaborar presupuesto detallado	Fenalco	25/07/2025		
4	Crear cronograma de actividades del evento	Fenalco	17/07/2025		
5	Solicitud de préstamo del Lugar	Fenalco	17/07/2025		
6	Solicitud de permisos y requerimientos para desarrollar el evento en	Fenalco	01/08/2025		
7	Identificar establecimientos gastronómicos a convocar	Fenalco	01/08/2025		
8	Contratar logística del evento	Fenalco	05/08/2025		
9	Diseñar piezas gráficas y material promocional	Fenalco	05/08/2025		
10	Crear formulario de inscripción para compradores	Fenalco	24/07/2025		
11	Crear formulario de inscripción para vendedores	Fenalco	24/07/2025		
12	Publicar formulario de participación	Fenalco	28/07/2025		
13	Enviar invitaciones formales	Fenalco	21/08/2025		
14	Preparar los establecimientos gastronómicos que participarán en la	Fenalco	26/08/2025		
15	Planificar networking del evento	Fenalco	12/08/2025		
16	Realizar networking en el marco del evento	Fenalco	04/09/2025		
17	Realizar base de datos de invitados y contactos	Fenalco	04/09/2025		
18	Hacer campaña en redes sociales, prensa y mailing	Fenalco	26/08/2025		
19	Confirmar asistencia de participantes y agendar citas	Fenalco	21/08/2025		
20	Coordinar instalación de los stands o mesas de negociación	Fenalco	03/09/2025		
21	Entregar material de bienvenida y acreditaciones	Fenalco	04/09/2025		
22	Supervisar cumplimiento del cronograma	Fenalco	04/08/2025		
23	Asignar personal de apoyo y logística en sitio	Fenalco	04/08/2025		
24	Documentar el evento con fotos y videos	Fenalco y Unidad de Prensa	04/08/2025		
25	Aplicar encuesta de satisfacción a los participantes	Fenalco	04/08/2025		
26	Elaborar informe final con resultados y aprendizajes	Fenalco	12/09/2025		
27	Agradecer por correo o carta a los participantes y aliados	Fenalco	09/09/2025		

Terminado
Pendiente
Atrasado

Se hizo la carta para invitación a proveedores (Anexo 5. Carta invitación Proveedores) y se realizo la circular para de los lineamientos de participación a los proveedores (Anexo 6. Lineamientos a Proveedores), adicional se hizo la solicitud formal ante secretaria del Interior (Anexo 7. Autorización secretaria del Interior) y la solicitud a la Promotora de eventos y turismo para la realización del evento en el Ecoparque Los Yarumos.

Solicitud Concha Acústica Ecoparque Los Yarumos Inbox ×

SECCIONAL CALDAS PROYECTOS TI <proyectosticaldas@fenalco.com.co>
to espacio.publico, Santiago, Gloria, Sergio, DIRECCION, me

Thu, Jul 17, 10:55 AM

Don't translate Spanish ×

Buenos días,

La Alcaldía de Manizales a través de la Secretaría TIC y Competitividad y FENALCO Seccional Caldas, desarrollan un proyecto en la ciudad de Manizales, cuyo objeto es aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para desarrollar programa de fortalecimiento del sector gastronómico de Manizales en diferentes competencias.

En el marco de este convenio se desarrollará la siguiente actividad:
-Planificar y ejecutar una Rueda de Proveedores para la conexión entre establecimientos gastronómicos y proveedores estratégicos de Manizales y/o de otras regiones.

Resultados y Evidencias del Proceso de invitación y confirmación de Proveedores

Se realizo la pieza de invitación para la inscripción en la Rueda de Proveedores:



¡Sea parte de la Rueda de Proveedores del Sector Gastronómico!

El próximo **4 de septiembre**, en el **Ecoparque Los Yarumos**, conecte su empresa con restaurantes y negocios del sector en una jornada de citas personalizadas.

- Reserve su stand.
- Presente su portafolio.
- Genere nuevas alianzas.

Inscríbase aquí y asegure su participación:
https://forms.gle/Wf8tcJahAk5zMWew5 4:18 p.m.

Enlace con el formulario enviado a los proveedores participantes de la Rueda de Negocios del Sector Gastronómico: https://forms.gle/uqaQRw4NWomvxGua7

En total se realizaron 38 llamados a proveedores, de los cuales 37 confirmaron su participación.

A estos confirmados se les hizo seguimiento mediante telemercadeo, envío de correo electrónico y aplicación del formulario de inscripción, asegurando así la recolección de información completa para el proceso.

Se concreto la logística y montaje del inicialmente para 20 stands y con otros proveedores para impresión de material publicitario, alquiler de sillas, servicio de aseo, instalaciones eléctricas entre otros requeridos para la realización de la rueda de proveedores.

ACTIVIDAD 3. Preparar los establecimientos gastronómicos que participarán en la Rueda de proveedores.

Con el propósito de fortalecer la participación en la Rueda de Proveedores del Sector Gastronómico, se realizó una sesión exclusiva de preparación dirigida por El Darling Colectivo, organización con amplia experiencia en procesos de acompañamiento y fortalecimiento empresarial en el sector.

El encuentro estuvo orientado a brindar herramientas y recomendaciones para que los establecimientos gastronómicos, en su rol de compradores, aprovecharan al máximo la dinámica de relacionamiento con los aproximadamente 35 proveedores participantes de diversas categorías.

En la jornada se contó con la asistencia de 24 establecimientos gastronómicos de la ciudad, quienes respondieron de manera positiva a la convocatoria realizada. (Anexo 7. Asistencia preparación de establecimientos a rueda proveedores).

Durante el espacio se abordaron los siguientes aspectos:

- Estrategias para entablar negociaciones efectivas con proveedores.
- Herramientas de comunicación asertiva para optimizar el relacionamiento.
- Recomendaciones prácticas para identificar oportunidades de alianza estratégica.
- Orientaciones sobre el rol de los compradores en escenarios de conexión empresarial.

Los resultados esperados de esta jornada se enfocan en lograr una mejor preparación de los establecimientos para interactuar con los proveedores durante la rueda,

incrementando así las oportunidades de establecer relaciones comerciales sólidas y sostenibles, además de garantizar un mayor aprovechamiento de los beneficios del evento en términos de networking, competitividad y fortalecimiento empresarial.

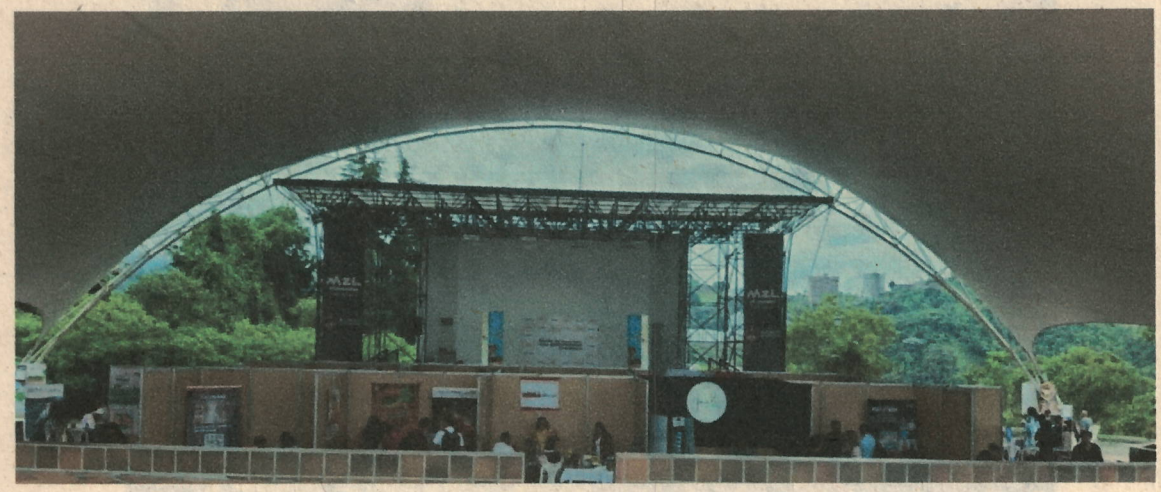
La jornada de preparación previa a la Rueda de Proveedores fue un espacio altamente valioso que permitió a los 24 establecimientos gastronómicos asistentes adquirir conocimientos y recomendaciones prácticas para optimizar su participación. Gracias al acompañamiento de El Darling Colectivo, los empresarios cuentan ahora con mayores herramientas para generar conexiones efectivas y aprovechar al máximo este escenario de oportunidades.







ACTIVIDAD 4. Llevar a cabo un evento de Rueda de proveedores para conectar oferta y demanda. Participación de mínimo 50 establecimientos gastronómicos y mínimo 20 proveedores locales y/o regionales.



El día 4 de septiembre de 2025 se realizo la primera Rueda de Proveedores organizada por la **Alcaldía de Manizales**, a través de la **Secretaría de TIC y Competitividad**, en convenio con **FENALCO Caldas** en la concha acústica del Ecoparque los Yarumos, contando con 38 Proveedores (Anexo 9. Asistencia proveedores), 52 establecimientos y personas que asistieron como compradores (Anexo 11. Listado de asistencia establecimientos gastronómicos) y un total de 392 citas de negocio realizadas con agenda y networking. (Anexo 14. Registro fotográfico rueda de proveedores).

Proveedores participantes:

En el formulario de inscripción se registraron 38 Proveedores (Anexo 8. Proveedores inscritos rueda de proveedores), con las siguientes novedades:

- Cancelaron inscripción las Empresa Fooding SAS, Canizales y Alianza Latinoamericana.
- Se inscribieron como Proveedor Villa Clara Importaciones y Kaffe Florida y el objetivo era estar como compradores.
- No se presentaron a la rueda ILC-Industria Licorera de Caldas, Benigno Chef y Soluciones Empresariales Bermudez; quedando 30 proveedores inscritos.
- El día del evento se presentaron proveedores de los que no se había tenido confirmación como Mac Pollo, Chorivelez, 100% Huevos, Choquarte y Mas campo.

Total de 38 proveedores participantes que fueron logísticamente atendidos con espacios para atención al público mas 1 stand para la Mesa Empresarial, logrando optimizar la logística contratada de 20 stand a 27 por reorganización de los paneles. (Anexo 12. Plano Rueda de Proveedores)

Restaurantes inscritos:

En el formulario de inscripción se registraron 58 restaurantes (Anexo 10. Restaurantes inscritos a rueda de proveedores), al hacer la revisión del listado se evidencia:

- Burguer Travel y Alimentos la Plancha se inscribieron 2 veces.
- Chorivelez, Agromiel y Plaza San Jorge se inscribieron por equivocación en restaurantes y el el objetivo era ser proveedores.

Total, de 50 agendas planeadas de los establecimientos gastronómicos inscritos y 392 citas de negocios planeadas (Anexo 13. "Agenda Rueda de Proveedores"), ejecutadas 170 citas de las planeadas representando un 53% de alto potencial que representaron un estimado de ventas de $126.587.000. (Anexo 15. Resultado de Citas de Negocios). Este resultado se debió a que 19 de los restaurantes inscritos no asistieron a la rueda de proveedores, representando un 38% de inasistencia. Esto fue compensado con 21 personas y establecimientos que visitaron la rueda, ya que el evento era abierto al público.

Se realizaron 222 citas de Networking (Anexo 16. Registro de citas en Networking) entre proveedores y establecimientos gastronómicos que no estaban agendados previamente y con establecimientos no inscritos que asistieron a la rueda de proveedores.

Análisis de resultados de la rueda de proveedores

1. Instalación y logística

- Se logró optimizar los recursos, se cumplió con la instalación de **stands y mesas para los 34 proveedores**, aunque lo proyectado solo eran 20 stand.
- El cumplimiento logístico y la alta participación de proveedores fue una fortaleza, ya que permitió desarrollar el networking espontáneo.

2. Citas de negocios agendadas

- El cumplimiento de las citas de negocios fue **moderado-bajo** (solo la mitad de las citas previstas se concretaron).
- A pesar de ello, el resultado en ventas proyectadas es **positivo**, pues evidencia que las citas efectivas tuvieron un alto potencial.
- La principal causa del incumplimiento fue la **ausencia de restaurantes inscritos**, lo que afectó directamente el indicador de efectividad.
- Alta inasistencia de restaurantes previamente inscritos, lo que redujo en un 47% la ejecución de citas formales.

3. Networking adicional

- Se realizaron **222 citas de networking espontáneas**, es decir, más que las citas efectivas agendadas, ya que la alta participación de proveedores les permitió a los visitantes tener más opciones de productos ofertados.
- Esto demuestra que el evento generó **atracción de nuevos actores** y fomentó relaciones no previstas inicialmente.
- El networking superó expectativas y permitió vincular actores no previstos.
- Esta dinámica compensó parcialmente el incumplimiento de los inscritos y elevó el total de interacciones a **392 citas en total**.

4. Balance global

- Aunque hubo una **brecha entre lo planeado y lo ejecutado** en las citas agendadas, el networking fue un factor diferenciador que **amplió el impacto del evento**, y lo que realmente sostuvo los resultados.
- El resultado económico ($126 millones proyectados) indica que la rueda fue **rentable en oportunidades generadas**, aunque existe margen de mejora en asistencia y cumplimiento.
- Se generó un **volumen total de interacciones (392)** significativo frente a lo planeado.

Recomendaciones

- Implementar **estrategias de aseguramiento de asistencia**: confirmación previa, penalizaciones por inasistencia, o incentivos para garantizar la presencia de compradores.
- **Segmentar mejor a los participantes**: priorizar restaurantes con alto compromiso y capacidad de compra.
- Medir y dar seguimiento posterior a las oportunidades comerciales generadas para convertir las ventas proyectadas en **ventas reales**.
- La rueda de proveedores fue **exitosa en oportunidades generadas y networking**, pero requiere un **fortalecimiento en la gestión de asistentes** para elevar la efectividad de las citas programadas y asegurar que la inversión de tiempo de los proveedores tenga un mayor retorno.

ACTIVIDAD 5. Elaborar un directorio digital de proveedores para consulta de los establecimientos gastronómicos actualizado.

La base de datos de proveedores se tiene en drive y se compartió con los establecimientos gastronómicos.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/19v9auGWTrqi6x06900eheLTkD0WRWoUsWyrE0Tvo7LY/edit?gid=1373526701#gid=1373526701

ACTIVIDAD 6. Realizar actividad de relacionamiento (networking) con los asistentes (oferentes y demandantes) adicional a las citas de negocios programadas.

El 29 de agosto, después de la presentación inicial y de las orientaciones brindadas por El Darling Colectivo, se llevó a cabo una actividad de relacionamiento con los asistentes, pensada para fortalecer el networking más allá de las citas de negocios programadas. En esta dinámica, cada uno de los 24 establecimientos gastronómicos tuvo la oportunidad de pasar al frente y presentar su Empresa y producto o servicio a los demás participantes, simulando un ejercicio de venta real.

Durante cada intervención, los expertos de El Darling Colectivo, junto con los demás asistentes, compartieron observaciones y recomendaciones que permitieron enriquecer el discurso comercial, resaltar los atributos diferenciales y proyectar mayor seguridad en escenarios de negociación. Esta práctica no solo ofreció retroalimentación valiosa, sino que también facilitó un espacio de interacción directa, donde los participantes pudieron conocerse entre sí, generar confianza y explorar posibles sinergias.

Gracias a este ejercicio, la jornada de preparación integró un componente dinámico y participativo que permitió a oferentes y demandantes fortalecer sus capacidades de comunicación y negociación, al tiempo que se consolidaron vínculos que podrían convertirse en futuras alianzas estratégicas.



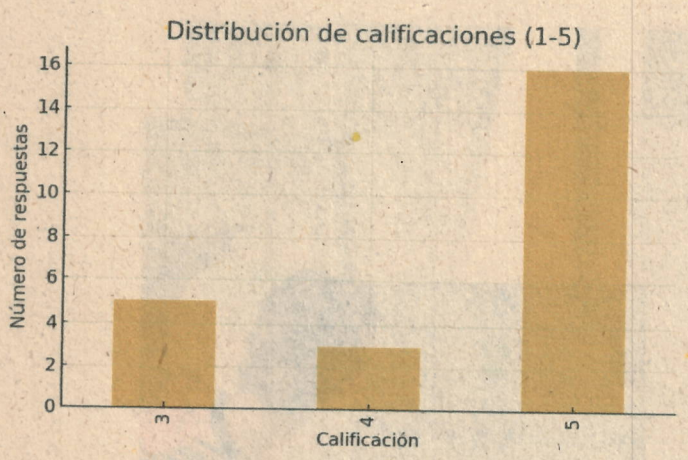


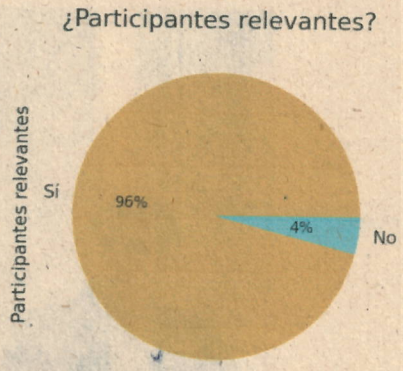


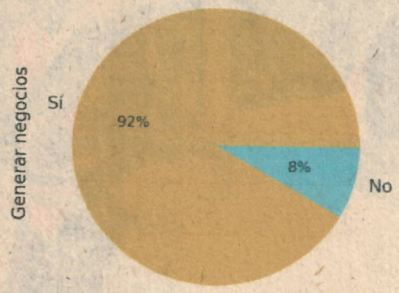
ACTIVIDAD 7. Presentar informe de medición de impacto de la rueda de proveedores

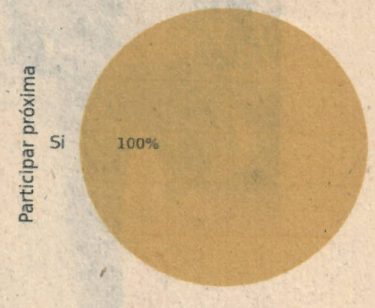
Se realizo un formulario general aplicable a compradores y vendedores, las respuestas se tienen en el Anexo 17. Respuestas evaluación del evento.

Acorde a las respuestas recibidas por compradores y proveedores se puede tener la siguiente información.









Resultados Cuantitativos

Calificación de la organización

- Promedio: 4,4 sobre 5
- La mayoría calificó con 4 y 5, lo que refleja una organización muy bien valorada.

Relevancia de los participantes

- Más del 90% respondió Sí.
- Se percibió una buena pertinencia en la selección de asistentes.

Generación de negocios concretos

- Más del 80% considera que el evento les ayudará a generar negocios.
- Esto indica un alto impacto comercial.

Participación en futuras ruedas

- Prácticamente el 100% quiere volver a participar.

- Excelente indicador de satisfacción y fidelización.

Aspectos positivos

- **Clientes nuevos y concretados**: varios participantes resaltan que obtuvieron clientes efectivos en el evento.
- **Networking y alianzas**: valoraron mucho el espacio para conocer aliados, relacionarse con otros proveedores y fortalecer contactos.
- **Reuniones uno a uno**: se destacó la puntualidad y la efectividad de las citas.
- **Visibilidad de marca**: oportunidad de dar a conocer productos y empresas.

Aspectos a mejorar

- **Mayor difusión y publicidad**: varios pidieron más promoción previa en redes sociales y medios para atraer más clientes.
- **Número de clientes**: se solicitó aumentar la asistencia de compradores y visitantes.
- **Posibilidad de ventas en sitio**: algunos mencionaron que sería útil permitir ventas directas durante el evento.
- **Tamaño del evento**: se percibió como positivo, pero algunos sugirieron hacerlo más grande en futuras ediciones.
- **Puntualidad de compradores**: aunque en general fue buena, hubo menciones a mejorar este aspecto.

Conclusiones

1. El evento fue **muy bien valorado** y cumplió con su objetivo principal: generar clientes y oportunidades de negocio.
2. El networking y la dinámica de reuniones uno a uno fue muy positivo para los participantes.
3. La principal **oportunidad de mejora** está en la **promoción y convocatoria de compradores**, para aumentar el impacto comercial.

Marca temporal	¿Cómo califica la organización general de la Rueda de proveedores?(calificar de 1 hasta 5)	¿Considera que los participantes eran relevantes para su negocio?	¿Considera que este evento le ayudar a generar negocios concretos?	¿Le gustaria participar en una próxima rueda de proveeduría?	¿Qué fue lo mas positivo del evento?	¿Qué aspectos considera que se deben mejorar?
9/4/2025 13:58:52	5	Sí	Sí	Si	Adquisición de clientes	Todo muy bien
9/4/2025 13:59:09	5	Sí	Sí	Si	Obtuve 5 clientes efectivos con compra	Todo muy bien
9/4/2025 13:59:21	3	Sí	Sí	Si	Conocer aliados y clientes	Permitir que se puedan realizar ventas en sitio ya que muchas personas querian llevar el producto de una vez.
9/4/2025 14:01:17	4	Sí	Sí	Si	Que las personas fueron puntuales para las reuniones y concretar visitas futuras	La divulgación a través de las redes sociales
9/4/2025 14:04:03	5	Sí	Sí	Si	Las reuniones uno a uno con los clientes	Más clientes
9/4/2025 14:04:24	5	Sí	Sí	Si	Dar a conocer la marca a nuevos posibles clientes y volver a interactuar con los clientes ya cautivos	Hacer más difusión del evento para tener una mayor asistencia por parte de clientes.
9/4/2025 14:04:41	5	Sí	Sí	Si	Generar nuevos clientes	Todo bien hasta el momento
9/4/2025 14:06:02	5	Sí	Sí	Si	Networking	El tamaño del evento, sí es más grande mejor sin embargo fue bueno
9/4/2025 14:06:38	3	Sí	Sí	Si	La relación con los otros provedores	Hacer más publicidad con anticipación para que lleguen las personas.
9/4/2025 14:07:04	3	No	No	Si	El apoyo fenalco	La puntuales de los compradores
9/4/2025 14:07:11	4	Sí	Sí	Si	El apoyo al empresario local	Ninguno, todo muy bien, gracias
9/4/2025 14:07:51	5	Sí	Sí	Si	Contacto con nuevos clientes	N.A
9/4/2025 14:08:14	5	Sí	Sí	Si	Darnos a conocer y tener nuevos clientes	.
9/4/2025 14:08:36	5	Sí	Sí	Si	Citas agendadas	Mapa con stands y nombres para mejor ubicación, mejorar publicidad
9/4/2025 14:10:47	3	Sí	Sí	Si	Buenos contactos de proveedores, buena atención por parte de fenalco y alcaldía	Más publicidad para un evento más grande y que las personas de las citas cumplan ya que muchos posibles contactos que estaban agendsdos no asistieron.
9/4/2025 14:11:09	5	Sí	Sí	Si	Buenos compradores	Mayor invitación
9/4/2025 14:12:33	5	Sí	Sí	Si	Darme a conocer un poco mas con mi emprendimiento u	Un poco de mas cumplimiento con quienes agendan cita con nsotros
9/4/2025 14:14:07	4	Sí	No	Si	Los contactos generados	La asistencia de las empresas interesadas en las citas. En nuestro caso no se presentaron 5 de las citas asignadas :(
9/4/2025 14:15:30	5	Sí	Sí	Si	dar a conocer nuestro productos y poder legar al consumidor de forma directa	de pronto mejor asistencia de los consumidores
9/4/2025 14:19:53	5	Sí	Sí	Si	La oportunidad de conocer nuevos clientes y contactar los que ya nos conocen	Más difusión
9/4/2025 14:22:07	5	Sí	Sí	Si	Ver como el nicho y ecosistema ha crecido en la ciudad y conseguir clientes nuevos por supuesto	Aumentar el volumen de establecimientos
9/4/2025 14:28:05	5	Sí	Sí	Si	La potencialidad de generar clientes reales para mi negocio	La programación de las citas
9/4/2025 14:33:03	3	Sí	Sí	Si	Visualizar mi marca	Más clientes tes, bares, hoteles, restaurantes, etc. Muchos establecimientos que faltaron
9/4/2025 14:48:03	5	Sí	Sí	Si	Relacionamiento	El compromiso por parte de las agendas algunos no asistieron