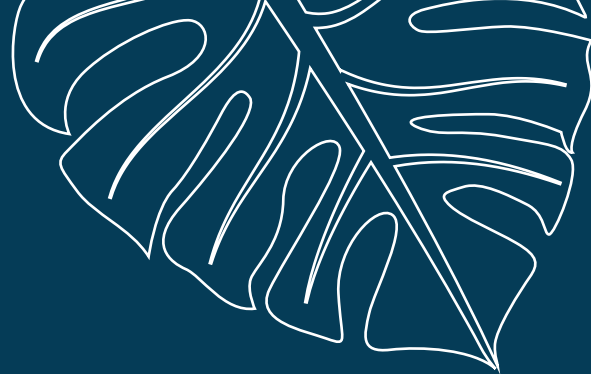


Metodología

Encuentros Comerciales Territoriales a través de Ruedas de Negocios Agroalimentarias



Modelo de Atención y Prestación de Servicios de Apoyo a la Comercialización

www.adr.gov.co

Calle 43 No. 57 - 41 CAN Bogotá, Colombia

Línea de Atención al Cliente 01 8000 115 121

PBX: (57)+(1)+383 04 44

atencionalciudadano@adr.gov.co



@ADR_Colombia



@AgenciaDesarrolloRuralCo



@ADR_Colombia



El contenido de este trabajo fue desarrollado por la *Dirección de Comercialización de la Agencia de Desarrollo Rural*.

La diagramación de esta cartilla fue posible gracias al apoyo del pueblo americano a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente las opiniones de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional ni las del Gobierno de Estados Unidos.

Las fotografías empleadas en este documento son propiedad de la *Agencia de Desarrollo Rural*, el *Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural* o *USAID*, a menos que se indique lo contrario.

ISBN 978-958-56571-1-3

Presentación

En la última década, el Estado colombiano ha dispuesto presupuestos crecientes de inversión para el sector agropecuario, calculados en un 10,72% de incremento promedio anual entre 2006 y 2016¹, lo que ha permitido realizar inversiones considerables en programas y proyectos que proveen incentivos y servicios para la promoción del desarrollo del sector agropecuario, con especial orientación a la generación de ingresos a través de la provisión de insumos, de activos productivos y de servicios de asistencia técnica para los productores del país. No obstante, pese a que en ciertos casos estos ejercicios han contribuido para avanzar en el aumento de áreas sembradas (1% anual)² y en producción (1,27 %)³, no se ha tenido un desarrollo similar en materia del acceso real y sostenible en los mercados.

En ese sentido, el ejercicio de prospectiva que realizó el país en 2014 denominado *Misión para la Transformación del Campo*, reconoció la importancia que para este propósito tiene la modernización del proceso de comercialización de los productos de origen agropecuario y su potencial contribución a la competitividad del sector.

La *Agencia de Desarrollo Rural (ADR)* consciente de este desafío y en concordancia con su competencia misional, desarrolló una propuesta denominada **Modelo de Atención y de Prestación de Servicios de Apoyo a la Comercialización**⁴, estrategia orientada a resolver los problemas que en materia de comercialización enfrentan a diario las organizaciones de productores agropecuarios y a incorporar en los actores de la institucionalidad del sector una visión orientada por los mercados en las iniciativas productivas que promueven.

El Modelo está conformado por metodologías, procedimientos e instrumentos orientados a fortalecer el desarrollo de competencias comerciales en las organizaciones de productores y actores del desarrollo rural, a promocionar espacios que generen oportunidades comerciales y a proveer información para la toma de decisiones que permitan hacer mejores proyectos y negocios. En cuanto a los sujetos a los que beneficia, está dirigido a los técnicos que acompañan y asesoran a las organizaciones de productores, quienes podrán adaptar la propuesta metodológica a las necesidades y particularidades de los territorios del país, alcanzar su apropiación e implementar ejercicios de réplica y escalabilidad acordes con la demanda de servicios de apoyo a la comercialización.

Estamos seguros que con el desarrollo de este modelo de atención los pobladores rurales de Colombia contarán con un insumo que permita aprovechar las oportunidades de mercado que tiene el país agropecuario para lograr un mejoramiento en la rentabilidad de sus actividades productivas como parte de un enfoque de desarrollo sostenible que contribuya a su bienestar, construyendo así un campo más competitivo y con mejor calidad de vida.



Juan Pablo Diaz Granados Pinedo
Presidente
Agencia de Desarrollo Rural

¹ Cálculos propios realizados a partir de información del Ministerio de Hacienda y Crédito Público. ² Cálculos propios realizados a partir de información de la SAC en el periodo 2010-2016. ³ *Ibid.* ⁴ Propuesta desarrollada por el equipo de la Dirección de Comercialización de la ADR en el primer semestre de 2018, incluyendo el Modelo de Alianzas Público Privadas desarrollado por el Programa de Tierras y Desarrollo Rural de USAID.

Introducción:

La *Rueda de Negocios* es un mecanismo de gestión comercial mediante el cual se propician encuentros comerciales entre productores (oferentes) y empresas o entidades demandantes (compradores) que buscan generar negocios a corto y mediano plazo. Se convierte en un espacio propicio para aquellos productores, organizaciones y empresas que desean incursionar en nuevos mercados y validar el interés por sus productos e, incluso, identificar sus fallencias o limitaciones técnicas, de calidad, normativas o logísticas con las que sus procesos y productos cuentan frente al mercado y a las necesidades de los clientes objetivo. De igual manera permite a las empresas demandantes de bienes y servicios ampliar su portafolio de proveedores y conocer nuevas alternativas de compra.

Esta metodología hace parte integral de las herramientas con las que la *Agencia de Desarrollo Rural de Colombia (ADR)* implementa su *Modelo de Atención y Prestación de Servicios de Apoyo a la Comercialización*.

La Metodología para la Generación de Encuentros Comerciales Territoriales a Través de Ruedas de Negocios Agroalimentarias consta de una ruta de 5 fases: A) *Articulación interinstitucional territorial y planeación*; B) *Convocatoria y preparación de actores*; C) *Montaje y adecuación logística del evento*; D) *Realización de la Rueda de Negocios* y E) *Seguimiento de acuerdos y expectativas de negocio*.

2. Nombre del servicio

Generación de Encuentros Comerciales Territoriales a través de Ruedas de Negocio Agroalimentarias.

3. Alcance del servicio

La presente metodología propone llevar a cabo ruedas de negocios agroalimentarias en el marco de una articulación interinstitucional de actores territoriales del nivel nacional, departamental y municipal, vinculados al desarrollo agropecuario y rural. La intención es aunar esfuerzos técnicos, logísticos y financieros de cooperación público-privada para la realización de este mecanismo de gestión, como parte de estrategias sectoriales de apoyo al desarrollo empresarial y comercial de productores, organizaciones y/o empresas agropecuarias y agroindustriales de las regiones.

La metodología puede aplicarse para el desarrollo de *Ruedas de Negocios* pequeñas (hasta 10 compradores y no más de 30 organizaciones) y medianas (hasta 20 compradores y no más de 80 organizaciones). Para el desarrollo de grandes *Ruedas de Negocios (Macroruedas)*, aunque los principios son los mismos, se requiere de instrumentos y acciones de mayor alcance a los planteados en la presente metodología.

Esta metodología de acercamiento y contacto comercial, puede ser utilizada para adelantar encuentros comerciales entre oferta y demanda que ayuden a materializar iniciativas institucionales como las *Compras Públicas Locales*, la promoción de alianzas comerciales, agroindustriales y de exportación e, incluso, como complemento de otros modelos de *Circuito Corto de Comercialización*, como los *Mercados Campesinos*.

Las *Ruedas de Negocios* en el marco de la *Estrategia Nacional de Compras Públicas Locales* que se adelanta en el país, corresponde a la cuarta fase de la estrategia de acercamiento comercial entre los pequeños productores y sus organizaciones especialmente las pertenecientes a la **Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria – ACFC** –, de una parte, y los operadores de los programas de alimentación de entidades como el *Ministerio de Educación Nacional PAE – MEN*, el *Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF*, la *Unidad de Servicios Carcelarios y Penitenciarios USPEC*, las *Fuerzas Militares* y las demás entidades del orden territorial, entre otros. Con esta estrategia se busca que a partir de las obligaciones contractuales que tienen estos operadores, se suscriban acuerdos comerciales de proveeduría de productos frescos y transformados y, a la vez, se promueva que las minutas alimentarias definidas por dichas entidades incluyan los productos de consumo y producción tradicional de cada región o territorio, favoreciendo así la compra local, el acceso de la *ACFC* a este mercado de manera más directa y el desarrollo territorial.

En las *Ruedas de Negocios Agroalimentarias* con el sector privado los requerimientos en temas como trazabilidad, especificaciones, presentación, empaque y logística, suelen ser más exigentes, por tal razón se trata de un espacio de relacionamiento comercial al que se recomienda que accedan productores u organizaciones con capacidades suficientes para su cumplimiento. Se requiere entonces validar adecuadamente la pertinencia de agendamiento de citas entre empresas compradoras y organizaciones de productores en función de los requerimientos de los primeros y las capacidades de los segundos. Al mismo tiempo se constituye en un espacio importante para la identificación de potenciales alianzas comerciales, agroindustriales y de exportación.

Como complemento de los *Mercados Campesinos* se puede organizar, en el marco de uno de estos espacios, una *Rueda de Negocios*, en donde los compradores convocados deberán ser hoteles, restaurantes, casinos, tiendas cercanas o circundantes a la zona o localidad donde se acostumbra adelantar el mercado campesino. De esta manera se puede propiciar el relacionamiento comercial entre los productores u organizaciones que participan en el mercado y este tipo de comercios, contribuyendo a las sostenibilidad del mercado campesino.

A continuación, se presentan las principales diferencias de tipo de comprador y esquema de realización entre las tres versiones de *Rueda de Negocio*.

Tipo de Rueda	Tipo de Comprador	Esquema de realización
Compras Públicas Locales	Operadores <i>Programas de Alimentación Institucional</i> (PAE, ICBF, USPEC, FM, etc.)	Todos los ofertantes adelantan citas comerciales con todos los operadores. Se realiza en un espacio específico adecuado para ello.
Sector empresarial privado	Supermercados, agroindustrias, comercializadores, exportadores, hoteles	Dependiendo del tipo de productos demandados por los compradores, se genera una agenda de citas de negocio con ofertantes. Se realiza en un espacio específico adecuado para ello.
Mercado Campesino	Hoteles, restaurantes, casinos y tiendas del área de influencia del <i>Mercado Campesino</i>	Se realiza la convocatoria de los compradores para que visiten el Mercado y adelanten citas con los productores en sus <i>stands</i> .

Gráfica 1: Esquemas de Ruedas de Negocios

Este documento, así como sus anexos, se constituye en una herramienta guía para los actores territoriales que desarrollan actividades de apoyo y asistencia técnica comercial a productores y organizaciones del sector agropecuario y rural a nivel territorial, y que desean adelantar este tipo de encuentros de manera metodológica y organizada.

3.1 Criterios del servicio

Para acceder al servicio, se proponen los siguientes criterios como condiciones mínimas que deberán ser cumplidas por los oferentes y compradores que deseen participar en una *Rueda de Negocios Agroalimentaria*:

3.1.1 Criterios mínimos de la Demanda (Empresas Privadas)

- Empresas formales y al día en sus requisitos comerciales y tributarios.
- Interés en suscribir acuerdos comerciales formales con pequeños productores u organizaciones.
- Conocimiento de las necesidades de proveeduría y características del producto demandado (ficha técnica o formato de caracterización de demanda).
- Política de pagos claramente definida y flexible que no vaya en detrimento del flujo de caja de los proveedores.
- Formato de caracterización de demanda diligenciado (Formato ADR).

3.1.2 Criterios mínimos para las organizaciones de productores (Oferta)

Aspecto Empresarial:

- Organizaciones productoras legalmente constituidas ante Cámara de Comercio.
- Desarrollo de actividad empresarial ya sea como productor agrícola o agroindustrial.
- Renovación de la Matrícula Mercantil.
- Resolución de facturación vigente.
- Material promocional de la organización (tarjetas de presentación, plegables informativos, portafolio de productos y/o fotos, etc.).

Aspecto Productivo

- Producto a ofertar que se encuentre dentro de la categoría de productos frescos o transformados de origen agropecuario, demandados por el sector comercial, *HORECAS (HOteles, REstaurantes y CAtering)* o agroindustrial.
- Productos procesados deben contar con los requisitos sanitarios de ley (registro, permiso o notificación sanitaria).
- Capacidad productiva definida (periodicidad, volúmenes, características, etc.).
- Costos de producción establecidos.



Aspecto Comercial

- Definición de las características de su producto (ficha técnica o formato de caracterización de oferta).
- Certificación de calidad si es requerida.
- Precio de venta definido.

Otros

- Formato de caracterización de oferta diligenciado (Formato *ADR*).

4. Principios orientadores del servicio

El servicio que se prestará, conforme a los siguientes principios:

- a) Articulación:** el desarrollo de *Ruedas de Negocios* Agroalimentarias debe ser el resultado de la articulación de actores territoriales permitiendo aunar esfuerzos y lograr objetivos comunes con mayor eficiencia y sin saturar a los productores y organizaciones.
- b) Planeación:** el evento debe ser adecuadamente planeado y preparado, definiendo roles y responsabilidades de manera clara, para garantizar la realización de acciones oportunas y con calidad.
- c) Transparencia:** la información compartida por los actores territoriales organizadores, así como la suministrada por

los compradores y productores debe guardar claridad y consistencia, asegurando la adecuada planeación y desarrollo de la rueda, y permitiendo garantizar una efectividad mínima de las citas comerciales.

d) Confidencialidad: el acceso a la información suministrada y generada durante el proceso, será utilizada solo para el adecuado desarrollo del evento. La retroalimentación de los resultados durante el evento y del seguimiento posterior será manejado de manera oficial y para los fines pertinentes según la normatividad aplicable vigente.

e) Formalidad: debe ser claro para los actores territoriales y para los participantes (ofertantes y compradores) que la Rueda de Negocios busca promover la realización de negocios formales en los que se establezcan de manera clara, transparente y justa las condiciones de la relación comercial.

f) Equidad e imparcialidad: las condiciones de participación y negociación entre productores y compradores deben darse con criterios de igualdad. La facilitación deberá llevarse con responsabilidad y equilibrio propiciando la construcción de confianza entre las partes y la realización de negocios que sean beneficiosos para todas las partes.

g) Seguimiento: se debe buscar que además de propiciar los cierres de negocios entre las partes, se acuerden mecanismos de seguimiento que permitan conocer y evaluar la eficacia de la *Rueda de Negocios* en términos de las ventas efectivamente generadas contra las acordadas.

5. Ruta de atención

Con miras a dar inicio al desarrollo de *Ruedas de Negocios* para generar acercamientos comerciales entre oferta y demanda es muy recomendable comenzar con un apropiado nivel de articulación interinstitucional territorial de los actores interesados en adelantar la iniciativa hasta terminar con un adecuado seguimiento de los acuerdos y compromisos pactados entre productores y compradores.

FASE A: Planeación y articulación interinstitucional territorial

FASE B: Socialización y preparación ofertantes y compradores

FASE C: Organización de la *Rueda de Negocios* Agroalimentaria

FASE D: Realización de la *Rueda de Negocios* Agroalimentaria

FASE E: Seguimiento de acuerdos y expectativas de negocio

Gráfica 2. Ruta metodológica del servicio.









FASE A

PLANEACIÓN Y ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL TERRITORIAL



NOMBRE DE LA FASE: PLANEACIÓN Y ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL TERRITORIAL

 Propósito	<p>Generar el acercamiento interinstitucional necesario para planear, realizar y hacer seguimiento de manera articulada y aunando esfuerzos para el logro de objetivos comunes.</p>
 ¿Cómo inicia?	<p>Con la convocatoria de representantes de las entidades territoriales de interés, a una reunión de trabajo en la que se defina qué entidades se vinculan a la iniciativa y se establezca un <i>Plan de Trabajo</i>.</p>
 ¿Cómo termina?	<p>Con la suscripción de un acta de reunión en la que se describa el Plan de Trabajo (acciones, cronograma y actores responsables), compromisos y condiciones para avanzar en la organización, realización y seguimiento de un encuentro comercial territorial tipo <i>Rueda de Negocios Agroalimentarias</i>.</p>
 Insumos requeridos	<p>Listado de actores territoriales de interés e información de contacto, para realizar la convocatoria a la reunión inicial.</p>
 Resultados esperados	<p>Actores territoriales convocados acuerdan trabajar de manera articulada y aunar esfuerzos para realizar una <i>Rueda de Negocios Agroalimentarias</i>. Plan de Trabajo definido para el desarrollo de la <i>Rueda de Negocios</i>.</p>
 Descripción Principales Actividades y Productos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir la agenda de la reunión. 2. Preparar la presentación a partir del modelo propuesto y de los temas a tratar en la reunión. 3. Verificar y garantizar los recursos logísticos (sitio) audiovisuales (computador, <i>video-beam</i>) para el desarrollo de la reunión. 4. Convocar vía correo electrónico o telefónico a los actores territoriales de interés (Alcaldía, Gobernación, Cámara de Comercio, Organismos de Cooperación, Unidad Técnica Territorial UTT de la ADR, o cualquier otro actor que intervenga en el desarrollo agropecuario y rural de la región). Esta convocatoria inicial la puede hacer cualquiera de los actores mencionados. 5. Adelantar la reunión en el lugar y fecha programada, previa confirmación de la asistencia de la mayoría de los actores convocados.

NOMBRE DE LA FASE: PLANEACIÓN Y ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL TERRITORIAL



Descripción Principales Actividades y Productos




6. Presentar el alcance de la iniciativa *Rueda de Negocios Agroalimentaria* de acuerdo con el tipo de rueda (*Compras Públicas*, con sector privado o de *Mercado Campesino*) y su tamaño, ya que de esto dependerán los compradores y el esquema de realización.
7. Validar el interés de los actores territoriales de vincularse a la iniciativa.
8. Conformar el *Comité Organizador de la Rueda de Negocios Agroalimentaria* y definir qué entidad ejerce la *Secretaría Técnica*.
9. Definir el *Plan de Trabajo* para la realización del evento en el que se consignen las acciones, cronograma, actores responsables y recursos logísticos y financieros necesarios para adelantar la realización del evento, así como las condiciones de convocatoria y selección de ofertantes y compradores, conforme a las fases establecidas en la presente metodología.
10. Redactar y suscribir el acta de la reunión en la que se consignen los actores que manifestaron su interés de vincularse a la iniciativa, el *Plan de Trabajo* y los demás acuerdos y compromisos de cada actor para adelantar la realización y posterior seguimiento de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*. En el acta también quedará establecido si se requieren de más reuniones del *Comité Organizador* para adelantar la planeación de la *Rueda de Negocios*.
11. Definir un mecanismo de comunicación eficiente con todos los interesados para tratar temas relacionados con la planeación, realización y seguimiento de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, se sugiere crear un grupo de *chat* mediante la aplicación *WhatsApp* o similar.



Instrumentos

1. Formato de *Acta de Reunión*.
2. Formato de *Listado de Asistencia* (este podrá ser el formato de la entidad anfitriona que organiza la reunión).
3. Modelo de presentación de *Rueda de Negocios*.

NOMBRE DE LA FASE: PLANEACIÓN Y ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL TERRITORIAL






Actores de interés	ROLES
 <p>ADR o la entidad que lidere la metodología</p> <p>La entidad deberá delegar una persona o equipo que lidere todo el proceso</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la convocatoria a la reunión de trabajo inicial. 2. En caso de ser elegida por el <i>Comité Organizador</i>, ejercer la <i>Secretaria Técnica</i> del mismo.
 <p>Actores territoriales institucionales</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participar en las reuniones que se desarrollen para la planeación de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>. 2. Manifiestar su intención de vincularse al desarrollo de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>, suscribiendo el acta de reunión inicial. 3. Hacer parte del <i>Comité Organizador</i> mediante un delegado o representante. 4. Aportar la información necesaria que esté a su alcance, para la adecuada planeación de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>. 5. Aprobar el <i>Plan de Trabajo</i> definido por el <i>Comité Organizador</i>. 

A man in a blue suit and glasses is leaning over a table, showing a product in a clear plastic bag to two other men. The man on the left is wearing a white shirt, and the man on the right is wearing an orange shirt. On the table, there are several green bananas, a cardboard box, and some papers. The background shows other people and white plastic chairs, suggesting an outdoor or semi-outdoor event.

FASE B

**SOCIALIZACIÓN
Y PREPARACIÓN
DE OFERTANTES
Y COMPRADORES**

NOMBRE DE LA FASE: SOCIALIZACIÓN Y PREPARACIÓN DE OFERTANTES Y COMPRADORES

 Propósito	<p>Realizar la socialización de la iniciativa a ofertantes y compradores potenciales, y adelantar la jornada de preparación previa.</p>
 ¿Cómo inicia?	<p>Con la convocatoria de ofertantes y compradores a una reunión donde se socialice el objetivo, alcance, condiciones de participación y calendario de la iniciativa de <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>, en sus diferentes fases, conforme al tipo de rueda.</p>
 ¿Cómo termina?	<p>Con la realización de la jornada de preparación dirigida a ofertantes y compradores en temas como normatividad y calidad de alimentos, negociación, presentación adecuada de productos, oferta institucional para apoyar la comercialización agropecuaria, normatividad relacionada con el tema de <i>Compras Públicas Locales</i>, entre otros.</p>
 Insumos requeridos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de Trabajo aprobado mediante acta en la fase anterior. 2. Presentaciones institucionales de cada entidad que participe en la agenda de la jornada de socialización y preparación.
 Resultados esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia de un número mayoritario de los compradores y productores y organizaciones ofertantes convocados a la jornada de socialización y preparación. <p>Nota: Es potestad del <i>Comité Organizador</i> definir si esta fase se realiza en dos o una única jornada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productores y compradores informados sobre el objetivo, alcance y condiciones de participación del evento. • Productores y compradores motivados para inscribirse y participar en la <i>Rueda de Negocios Agroalimentarias</i>. • Productores y compradores potenciales preparados según el tipo de rueda, en temas como normatividad en calidad e inocuidad de alimentos, negociación, presentación adecuada de productos, oferta institucional para apoyar la comercialización agropecuaria, normatividad relacionada con el tema de <i>Compras Públicas Locales</i>, entre otros temas que el <i>Comité Organizador</i> tenga a bien incluir para la jornada de preparación.

NOMBRE DE LA FASE: SOCIALIZACIÓN Y PREPARACIÓN DE OFERTANTES Y COMPRADORES



Descripción Principales Actividades y Productos

1. Gestionar por parte del *Comité Organizador* el lugar de realización de la jornada, conforme a lo definido en el *Plan de Trabajo* y compromisos establecidos en la FASE A.
2. Generar un boletín único o invitación con el cual se pueda realizar la convocatoria vía correo electrónico por parte de la entidad que ejerza la *Secretaría Técnica* del comité, el cual será usado por las demás entidades. Este boletín debe incluir el objeto de la reunión, el lugar y la hora de realización, y la agenda de la jornada de socialización y preparación.
3. Divulgar el boletín o invitación entre los productores u organizaciones y los potenciales compradores por parte de cada actor territorial integrante del *Comité Organizador* utilizando sus bases de datos y teniendo en cuenta la pertinencia para asistir a la jornada.
4. Informar a la entidad que ejerza la *Secretaría Técnica* el consolidado de productores, organizaciones o compradores convocados y el balance de confirmaciones de asistencia. Nota: p.e. si es una *Rueda de Negocios de Compras Públicas Locales* el PAE y el ICBF a través de sus *Entidades Técnicas Certificadas ETC (Alcaldías y Gobernaciones)* y regionales respectivamente, deben convocar operadores (demanda) de sus programas. Mientras que entidades como la *ADR, Organizaciones Solidarias (UAEOS)* o las *UMATAS*, deberán convocar principalmente productores y organizaciones (oferta). Las Cámaras de Comercio tendrían la capacidad de convocar tanto la oferta como demanda.
5. Preparar la presentación o insumos necesarios para la intervención por parte de cada entidad que participe dentro de la agenda de la jornada de socialización y preparación. Nota: p.e. *INVIMA* debe preparar su presentación sobre normatividad en alimentos.
6. Realizar las coordinaciones, validaciones y reportes necesarios a través del mecanismo de comunicación acordado.

NOMBRE DE LA FASE: SOCIALIZACIÓN Y PREPARACIÓN DE OFERTANTES Y COMPRADORES



Descripción Principales Actividades y Productos

7. Coordinar la jornada de preparación y asegurar que los temas propuestos en la agenda sean presentados por las entidades responsables, por parte del *Comité Organizador* teniendo en cuenta que esta jornada debe tener una duración máxima de 4 horas.
8. Desarrollar de manera conjunta la jornada de socialización y preparación, de acuerdo a la agenda establecida.
9. Realizar el registro de asistentes a la jornada.
10. Levantar y suscribir por parte del *Comité Organizador*, un acta de la jornada.



Instrumentos

1. Modelo de presentación explicativa de la iniciativa *Rueda de Negocios Agroalimentarias*.
2. Formato interinstitucional de *Lista de Asistencia*.
3. Formato de *Acta de Reunión*.

Actores de interés

ROLES



ADR o la entidad que lidere la metodología

La entidad deberá delegar una persona o equipo que lidere todo el proceso

1. Gestionar la participación de entidades como el INVIMA en caso de que no hagan parte del Comité Organizador.
2. Apoyar la convocatoria de productores y compradores para que participen de la jornada de socialización y preparación, conforme a lo determinado por parte del Comité Organizador en el Plan de Trabajo y lo establecido en la presente metodología.
3. Apoyar logística, técnica y financieramente la realización de la jornada de socialización y preparación en cumplimiento de los compromisos adquiridos.
4. Garantizar que se haga el registro de asistentes de la jornada.
5. Garantizar la proyección y suscripción del acta por parte de los actores territoriales institucionales participantes en la jornada.

NOMBRE DE LA FASE: SOCIALIZACIÓN Y PREPARACIÓN DE OFERTANTES Y COMPRADORES



**Actores
territoriales
institucionales**

1. Apoyar la gestión de la participación de otras entidades, que no hagan parte del *Comité Organizador*, requeridas para el desarrollo de la agenda propuesta.
2. Apoyar la convocatoria de productores y compradores para que participen de la jornada de socialización y preparación, conforme a lo determinado por parte del *Comité Organizador* en el *Plan de Trabajo* y lo establecido en la presente metodología.
3. Apoyar logística, técnica y financieramente la realización de la jornada de socialización y preparación en cumplimiento de los compromisos adquiridos.



**Productores y
organizaciones
(oferta) y
Compradores
(demanda)**

1. Confirmar asistencia a la jornada en aras de facilitar la coordinación logística por parte de las entidades organizadoras.
2. Asistir a la jornada, prestar atención y participar en los momentos que así lo ameriten, a través de aportes temáticos o conceptuales o de la generación de preguntas y solicitudes relacionadas.
3. Registrarse en el listado de asistencia de la jornada.











FASE C

ORGANIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA

NOMBRE DE LA FASE: ORGANIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA

 <p>Propósito</p>	<p>Adelantar la organización de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i> conforme lo establecido en las fases anteriores a través del <i>Plan de Trabajo</i> y las condiciones definidas por el <i>Comité Organizador</i>.</p>
 <p>¿Cómo inicia?</p>	<p>Con la inscripción y selección de ofertantes y la inscripción, vinculación o invitación de compradores, según el tipo de rueda como se describe en el alcance de la metodología.</p>
 <p>¿Cómo termina?</p>	<p>Con el montaje y adecuación logística del lugar establecido para la realización de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>.</p>
 <p>Insumos requeridos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de Trabajo aprobado mediante acta en la Fase A. 2. Bases de datos de las diferentes instituciones que conforman el Comité Organizador con la información de los actores de oferta y demanda que se tiene previsto participen en la Rueda de Negocios.
 <p>Resultados esperados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Montaje y adecuación del lugar de realización de la rueda realizado. 2. Agendas y citas entre compradores y proveedores programadas. 3. Programación logística necesaria para el día de la <i>Rueda de Negocios</i>. Por ejemplo, entrega de refrigerios y almuerzos coordinada (hora, cantidad, etc.) con el proveedor.
 <p>Descripción Principales Actividades y Productos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar y definir el sitio de realización y los requerimientos logísticos de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>. 2. Generar la ficha técnica de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>, como instrumento de convocatoria de ofertantes y compradores. 3. Según el tipo de Rueda de Negocios: <ol style="list-style-type: none"> a. Compras Públicas: generar formularios virtuales de inscripción para compradores y ofertantes. <p>Nota: Los enlaces o links a los formularios virtuales creados deben ser incluidos en la ficha técnica de la rueda.</p>

NOMBRE DE LA FASE: ORGANIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA



Descripción Principales Actividades y Productos

- b. Ruedas con sector privado: remitir formato de caracterización de demanda (compradores) y oferta (para productores) según corresponda.
 - c. *Ruedas en Mercados Campesinos*: proyectar y remitir invitación a hoteles, restaurantes, casinos y demás comercios de la zona, para que visiten el mercado y adelanten conversaciones con los productores participantes, por lo que no necesariamente se adelantaría bajo el modelo de agendas por comprador, sino de visita a los puestos del mercado. Se podrían aplicar los instrumentos utilizados para la organización de ruedas con el sector privado, como el formato de caracterización de demanda, con el fin de identificar los requerimientos de estos comercios invitados.
- 4. Definir la agenda general de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*.
- 5. Para el caso de *Ruedas de Negocios Agroalimentarias* con sector empresarial privado:
 - a. Generar agendas por comprador a partir del cruce de formatos de caracterización de oferta y demanda, y la validación de la potencialidad de generar el encuentro comercial.
 - b. Verificar que cada ofertante participante tenga al menos una cita de negocio.
 - c. Remitir las agendas a los compradores y confirmar su participación. Nota: informar a aquellos compradores para los que no hay oferta identificada.
 - d. Informar a los ofertantes seleccionados a partir del cruce de formatos de caracterización de oferta contra los de demanda de los compradores, y confirmar su participación.
- 6. Para el caso de *Ruedas de Negocios Agroalimentarias* de Compras Públicas Locales:
 - a. Realizar el envío de la ficha técnica del evento tanto a operadores como a organizaciones.
 - b. Apoyar a los productores u organizaciones (oferta) y operadores (demanda) para la inscripción a través del *link*, o enlace virtual, del formulario creado.
 - c. Hacer seguimiento a la inscripción de ofertantes y operadores.
 - d. Informar a los oferentes y/u operadores que no cumplan con las condiciones o requisitos definidos que no podrían participar.

NOMBRE DE LA FASE: ORGANIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA



Descripción Principales Actividades y Productos

7. Realizar las coordinaciones, validaciones y reportes necesarios a través del canal de comunicación establecido o grupo de *WhatsApp* creado.
8. Realizar o gestionar elementos necesarios como: escarapelas, habladores, formatos de acuerdos comerciales, formatos de evaluación, y demás necesarios para el desarrollo de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*.
9. Realizar el montaje y adecuación logística (mobiliario, sonido, decoración, elementos de promoción e imagen institucional, instalación del punto de registro) necesarios, en el sitio donde se llevará a cabo el evento.

Nota: se recomienda hacer este montaje con por lo menos un día de anterioridad.



Instrumentos

1. Formato de *Listado de Asistencia*.
2. Formato de *Caracterización de Oferta para Eventos Comerciales*.
3. Formato de *Caracterización de Demanda para Eventos Comerciales*.
4. Modelo de ficha técnica o boletín de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*.
5. Lista de chequeo para la organización de eventos comerciales.

Actores de interés

ROLES



ADR o la entidad que lidere la metodología

La entidad deberá delegar una persona o equipo que lidere todo el proceso

1. Apoyar la convocatoria de productores y compradores para que participen de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, conforme a lo determinado por parte del Comité Organizador en el Plan de Trabajo y lo establecido en la presente metodología.
2. Coordinar las agendas y reuniones entre compradores y proveedores.
3. Coordinar y apoyar el montaje y adecuación logística.



Actores territoriales institucionales

1. Apoyar la convocatoria de productores y compradores para que participen de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, conforme a lo determinado por parte del Comité Organizador en el Plan de Trabajo y lo establecido en la presente metodología.
2. Apoyar el montaje logístico, del sitio donde se desarrollará la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*.



Productores y organizaciones (oferta) y Compradores (demanda)







1. Realizar su inscripción por los medios definidos para tal fin.
2. Confirmar su asistencia o informar de manera oportuna, de su imposibilidad de asistir.



FASE D

REALIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA

NOMBRE DE LA FASE: REALIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA

 Propósito	<p>Realizar la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i> conforme lo determinado en las fases anteriores a través del <i>Plan de Trabajo</i> y las condiciones definidas por el <i>Comité Organizador</i>.</p>
 ¿Cómo inicia?	<p>Con el registro de cada participante el día del evento.</p>
 ¿Cómo termina?	<p>Con el cierre del evento en el que se hace la socialización de resultados consolidados de la jornada como: total de participantes, número de citas de negocio, acuerdos comerciales suscritos, valor en pesos de expectativa de negocio y productos negociados, entre ofertantes y compradores.</p>
 Insumos requeridos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de inscripciones (en el caso de Ruedas de Negocios de Compras Públicas). 2. Agendas definidas por comprador (caso ruedas con sector privado)
 Resultados esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i> cumpliendo con la planificación realizada. 2. Realización de acuerdos comerciales entre ofertantes y compradores.
 Descripción Principales Actividades y Productos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adelantar el registro de los asistentes al evento, en lo posible establecer un listado y punto para compradores, uno para ofertantes, y uno para instituciones. 2. Realizar la apertura oficial del evento. Puede ser mediante un acto protocolario de las entidades integrantes del <i>Comité Organizador</i>. 3. Coordinar el desarrollo de las citas de negocio conforme a las agendas o programación definidas. Mediante el formato de acuerdo comercial los compradores y ofertantes podrán documentar la negociación lograda. El tiempo de duración de cada cita dependerá de la cantidad de ofertantes y compradores, siendo un tiempo adecuado entre 10 y 20 minutos. 4. Realizar los ajustes (adelantar citas, adicionar citas, etc.) de agenda que sean necesarios durante la actividad. 5. Adelantar la consolidación de resultados a medida que avanza el evento. Se recomienda utilizar la matriz de consolidación en <i>Excel</i> para ello.

NOMBRE DE LA FASE: REALIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA**Descripción
Principales
Actividades
y Productos**

6. Cumplir con los puntos logísticos de la agenda como suministro de refrigerios y almuerzos.
7. Socializar a los asistentes y participantes los principales resultados en materia de número de participantes, número de citas de negocio realizadas, número acuerdos comerciales suscritos y valor en pesos de la expectativa de negocio consolidada.
8. Realizar el agradecimiento final y cierre de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*.
9. Levantar y suscribir el acta de la jornada.

**Instrumentos**

1. Formato de *Listado de Asistencia*
2. Formato de *Acta de Reunión*
3. Formato de *Caracterización de Oferta para Eventos Comerciales*
4. Formato de *Caracterización de Demanda para Eventos Comerciales*
5. Modelo de ficha técnica o boletín de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*
6. Formato de *Acuerdo Comercial*
7. Formato de Agendas (para el caso de ruedas con sector empresarial privado)
8. Lista de *Chequeo para la Organización de Eventos Comerciales*
9. Formato de *Evaluación y Seguimiento de Rueda de Negocios*

Actores de interés**ROLES****ADR o la
entidad que
lidere la
metodología**

La entidad deberá delegar una persona o equipo que lidere todo el proceso

1. Coordinar y apoyar logística, técnica y financieramente la realización de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, en cumplimiento de los compromisos adquiridos.
2. Consolidar y reportar los resultados de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, a los demás integrantes del Comité Organizador, mediante el Acta de Reunión.
3. Coordinar el adecuado desarrollo de las agendas o programaciones comerciales entre compradores y proveedores.

NOMBRE DE LA FASE: REALIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS AGROALIMENTARIA



**Actores
territoriales
institucionales**

1. Apoyar la convocatoria de productores y compradores para que participen de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, conforme a lo determinado por parte del *Comité Organizador* en el *Plan de Trabajo* y lo establecido en la presente metodología.
2. Apoyar logística, técnica y financieramente la realización de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria* en cumplimiento de los compromisos adquiridos.



**Productores y
organizaciones
(oferta) y
Compradores
(demanda)**

1. Realizar su registro al evento en los puntos o listados correspondientes.
2. Participar en la *Rueda de Negocios Agroalimentaria* cumpliendo con las condiciones establecidas por el *Comité Organizador*.
3. Diligenciar los formatos de evaluación o acuerdos comerciales de manera completa y correcta.











FASE E

**SEGUIMIENTO
DE ACUERDOS
Y EXPECTATIVAS
DE NEGOCIO**

NOMBRE DE LA FASE: SEGUIMIENTO DE ACUERDOS Y EXPECTATIVAS DE NEGOCIO

 Propósito	<p>Realizar el seguimiento de los acuerdos comerciales suscritos o de las expectativas de negocio reportadas por ofertantes y compradores, y consolidar cuántos fueron materializados y por qué valor. También identificar causas de la no materialización de los mismos.</p>
 ¿Cómo inicia?	<p>La fase de seguimiento inicia entre los 2 y 5 meses siguientes a la realización de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i> con el contacto telefónico, virtual o presencial de los ofertantes y compradores que participaron en la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>, para determinar qué acuerdos comerciales y/o expectativas de negocio se materializaron.</p>
 ¿Cómo termina?	<p>Con los datos consolidados de acuerdos comerciales y expectativas de negocio efectivamente materializadas, así como también con la información consolidada de causas de la no materialización.</p>
 Insumos requeridos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acuerdos comerciales suscritos entre ofertantes y compradores. 2. Base de datos de productores y organizaciones (oferta) y compradores (demanda). 3. Formatos de caracterización de oferta y demanda. 4. Listados de asistencia de la jornada de realización de la <i>Rueda de Negocios Agroalimentaria</i>. 5. Matriz de Excel con consolidación de resultados y o formato de evaluación.
 Resultados esperados	<p>Realización y consolidación de resultados de seguimiento de todos los acuerdos comerciales suscritos y expectativas de negocio reportadas, entre ofertantes y compradores.</p>
 Descripción Principales Actividades y Productos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar entre los actores territoriales integrantes del Comité Organizador la manera como se va a llevar a cabo el seguimiento y la revisión de sus resultados. 2. Realizar contacto telefónico, virtual o presencial con ofertantes y compradores que suscribieron acuerdos o reportaron expectativas de negocio, para verificar o descartar la materialización de estos. Es posible convocar en conjunto a una reunión, a los compradores y ofertantes para adelantar esta fase.

NOMBRE DE LA FASE: SEGUIMIENTO DE ACUERDOS Y EXPECTATIVAS DE NEGOCIO

**Descripción
Principales
Actividades
y Productos**

3. Realizar informe de seguimiento, en el que se incluyan recomendaciones para la mejora identificadas.



Instrumentos

- Formato de evaluación y seguimiento de ruedas de negocio

Actores de interés

ROLES



**ADR o la
entidad que
lidere la
metodología**

La entidad deberá delegar una persona o equipo que lidere todo el proceso

1. Apoyar logística, técnica y financieramente el seguimiento de los acuerdos comerciales y expectativas de negocio la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, en cumplimiento de los compromisos adquiridos.



**Actores
territoriales
institucionales**

1. Apoyar logística, técnica y financieramente el seguimiento de los acuerdos comerciales y expectativas de negocio la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, en cumplimiento de los compromisos adquiridos.



**Productores y
organizaciones
(oferta) y
Compradores
(demanda)**

1. Reportar a las entidades organizadoras de la rueda, la información veraz acerca del resultado final o avance de los acuerdos comerciales firmados o las expectativas de negocio reportadas.
2. Informar al Comité Organizador, en los casos en que no se llegaron a materializar los acuerdos comerciales o expectativas de negocios, las razones por las cuales no se obtuvo un resultado positivo.

6. Instrumentos

Todos los instrumentos reseñados a continuación, fundamentales para el desarrollo de la metodología, se encuentran disponibles en línea en el siguiente vínculo:

www.adr.gov.co/MetodologiasDeComercializacion



1. **Formato de Acta de Reunión:** modelo de acta, sin importar la forma las actas deben contener como mínimo: la información que identifique la reunión (lugar, fecha, hora, duración, objeto), personas e instituciones asistentes, asuntos tratados, conclusiones y compromisos con responsables y fechas de entrega.



2. **Formato Listado de Asistencia:** debe incluir el nombre de la *Rueda de Negocios Agroalimentaria*, el logo de todas las entidades que conforman el *Comité Organizador*. O si el comité así lo decide se puede utilizar solo uno de los formatos de listado de asistencia de alguna de las entidades. No se recomienda pasar varios listados de cada una de las entidades pues se dificulta la recolección de la firmas por parte de los asistentes generando duplicidad u omisión de firmas.



3. **Presentación explicativa de la iniciativa Rueda de Negocios Agroalimentaria:** modelo de presentación que debe ser ajustado según las características y condiciones específicas definidas por el *Comité Organizador* para la realización del evento.



4. **Formato de Caracterización de Oferta para Eventos Comerciales:** es una ficha básica que contiene la información de contacto de cada productor u organización, la oferta productiva (variedad, características, volúmenes, frecuencias) y condiciones de pago con las que pretende negociar durante la rueda.



5. **Formato de Caracterización de Demanda para Eventos Comerciales:** Contiene la información de contacto y los requerimientos de producto y condiciones de compra de la empresa, con las cuales pretende negociar durante la rueda.
-



6. **Modelo de ficha técnica o boletín de la Rueda de Negocios Agroalimentaria:** utilizada en el caso de Ruedas de Negocios de Compras Públicas, y contiene la información fecha, lugar y horario de realización de la Rueda de Negocios, tipo de productores, compradores, productos, condiciones, *links* de inscripción y demás condiciones de participación. También referencia las entidades miembros del Comité Organizador.
-



7. **Modelo de Acuerdo Comercial (para el caso Ruedas de Negocios de Compras Públicas Locales):** modelo de formato en el que se establecen los productos, cantidades y frecuencias de entrega negociados y se suscribe por parte de operador y organización o productor.
-



8. **Formato de Agendas (para el caso de ruedas con sector empresarial privado):** en este se registran las citas comerciales que tendría cada comprador durante la jornada de realización. Incluye las organizaciones con las que tendría cita, el nombre del representante, la información de contacto y el producto ofertado.



9. **Lista de Chequeo para la Organización de Eventos Comerciales:** formato en el que se relaciona y define la cantidad de recursos logísticos, audiovisuales, alimenticios y otros requeridos para la realización del evento.
-



10. **Matriz en Excel para la consolidación de resultados:** hoja de calculo en *Excel* en la que se registran los resultados de acuerdo, productos, volúmenes, precios acordados y frecuencias, para realizar la consolidación. Debe ser diseñado por el Comité Organizador según sus necesidades.
-



11. **Formato de Evaluación y Seguimiento de Rueda de Negocios (para el caso de ruedas con sector empresarial privado y ruedas de Mercados Campesinos):** formato en el que se registra la calificación de aspectos relacionados con la realización de eventos en general. Así como los acuerdos de cada cita de negocios para posteriormente realizar el seguimiento de los mismos.



Notas



Metodología

Generación de Encuentros Comerciales
Territoriales a través de Ruedas de
Negocios Agroalimentarias



· Calle 43 # 57 - 41 CAN · (57-1) 383 0444 · www.adr.gov.co