

Artículo Científico

Análisis de impacto de la rueda de negocios de la Feria Internacional de Cochabamba, desde la perspectiva de los objetivos de las negociaciones y la satisfacción de los participantes

Business round impact analysis of the International Fair of Cochabamba, from the perspective of the negotiations objectives and the participants satisfaction

Rodrigo Ruiz Andía 1.
Hernán Copa Quisbert 2.

1. Doctorante en la Universidad Privada Boliviana-Universidad de Valencia España en Economía y Administración enfocada en estadística aplicada. Máster en Administración de empresas MBA Full Time, énfasis en modelos cuantitativos de la Universidad Privada Boliviana-INCAE. Máster en Educación superior en la Universidad Católica Boliviana. Docente en las áreas de Estadística, Investigación de Operaciones e Investigación de Mercados en universidades públicas y privadas de la ciudad de Cochabamba. ruiziro.rodry@gmail.com

2. Maestrante en la Universidad Mayor de San Simón en Gestión Estratégica de Organizaciones. Especialista en Núcleos Empresariales. Consultor en programas de cooperación internacional en el área de la gestión de pymes. Docente del área de Administración en universidades cochabambinas. Actualmente Docente a tiempo completo de la Universidad del Valle Cochabamba. jc.hernando@gmail.com

RESUMEN

El presente artículo evalúa las expectativas y prioridades en las negociaciones como también el nivel de satisfacción de los participantes en la Rueda de Negocios en la ciudad de Cochabamba, usando técnicas cuantitativas (Encuestas), las cuales han sido procesadas en el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). En los negocios discutidos se han identificado los temas que interesan a los empresarios y les motivan a participar de la rueda de negocios. Los resultados que se lograron fueron la identificación de los temas conversados, que en su mayoría fueron negocios de compra y venta, teniendo una alta participación, principalmente, las empresas cochabambinas que fueron evaluadas a través de técnicas univariadas y bivariadas en el análisis de datos. En cuanto al análisis de satisfacción el impacto generado por parte de las empresas fue positivo debido a los buenos perfiles encontrados para los negocios y nivel de participación en los distintos rubros. En conclusión, el nivel de satisfacción de los representantes fue catalogado como bueno según la técnica multivariada de análisis discriminante.

Palabras claves: Rueda de negocios. Satisfacción. Técnicas cuantitativas.

ABSTRACT

This paper evaluates the expectations and priorities in the negotiations as well as the level of participants' satisfaction in the Business Round in the city of Cochabamba, using quantitative techniques (Surveys) which have been processed in the statistical software SPSS (Statistical Package for the social Sciences). In the businesses discussed, the issues that interest entrepreneurs and motivate them to participate in the business round have been identified. The results that were achieved were the identification of the

topics discussed, which were mostly buying and selling businesses, with a high participation mainly from Cochabamba companies, which were evaluated through univariate and bivariate techniques in data analysis. Regarding the satisfaction analysis, the impact generated by the companies was positive due to the good profiles found for the businesses and the level of participation in the different items. In conclusion, the level of satisfaction of the representatives was classified as good according to the multivariate technique of discriminant analysis.

Keywords: Business round. Quantitative techniques. Satisfaction.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la globalización ha permitido acercar a los países para ampliar los mercados en todos los sectores de la economía (ICEX España Exportación e Inversiones, 2017). Las ferias son eventos donde los empresarios muestran sus productos/servicios a clientes actuales y potenciales, siendo la mayor ventaja, de acuerdo al ICEX, "permitir a una empresa llegar en pocos días a un grupo concentrado de partes interesadas, cuando normalmente haría falta meses para contactarlas de otra manera" (ICEX España Exportación e Inversiones, 2017).

Es en el marco de las ferias donde se programan Ruedas de Negocios, que permiten aprovechar los tiempos reducidos de los empresarios para generar oportunidades de negocio. Las Ruedas de Negocios "son un mecanismo de reuniones planificadas que, de forma directa, reúnen la oferta y la demanda, en un ambiente propicio para realizar negociaciones y establecer contactos comerciales" (Cámara de Comercio de Armenia, 2019).

En Cochabamba, FEICOBOL organiza la Feria Internacional de Cochabamba, considerada como el mayor evento multisectorial de la región. El presente año, FEICOBOL, en su 36ª versión, abrió sus puertas a los visitantes del 25 de abril al 5 de mayo. La feria contó con la participación de 1500 empresas entre nacionales y extranjeras, provenientes de más de 38 países de América Latina, Norteamérica, Europa y Asia; acogió la visita de algo más de 330 mil personas. El evento es importante para la región por su impacto económico en todos los sectores, es una de las mejores plataformas para los negocios y su proyección nacional e internacional.

FEICOBOL tiene el "objetivo de fomentar y facilitar las relaciones comerciales y de inversión entre empresas" (FEICOBOL, 2019). Además, busca desarrollar la capacidad productiva de la región e impulsar la oferta exportable. La segunda semana de la feria FEICOBOL desarrolla un evento denominado como "Feicobol Business", que aglutina actividades que generan expectativa en el mundo empresarial, por los matices e impacto de cada una de ellas, a mencionar: la Rueda Internacional de Negocios, Vitrina Comercial Exportadora, jornada de Negocios Participativos Público- Privado y Conversatorios entre otras.

La Rueda de Negocios, organizada en conjunto con la Cámara de Comercio y Servicios de Cochabamba, es el espacio ideal para ofertar y demandar productos y servicios, así como la posibilidad de establecer diferentes tipos de acuerdos de cooperación y alianzas estratégicas. Durante dos días de reuniones, el evento brinda a la comunidad empresarial la oportunidad de contactarse, en un mismo lugar, con una gran cantidad de pares, en esta oportunidad se tuvo la participación de 257 empresas (VARGAS, 2019). Dada la importancia de la Rueda de Negocios, interesa conocer la situación del evento respecto a la efectividad de las discusiones y la satisfacción que se genera por la participación en la Rueda.

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología usada en la investigación es de tipo deductivo, el tipo de investigación es descriptivo ya que se describieron las distintas variables de análisis. El enfoque de la investigación es cuantitativo puesto que se buscó cuantificar los tipos de negocios discutidos y medir la satisfacción de los asistentes con relación al evento, se utilizó la encuesta como herramienta principal para obtener datos primarios de la actividad empresarial.

Población y muestra

En este estudio participaron los empresarios inscritos a la Rueda de Negocios, donde se realizaron un total de 703 encuestas en citas y 83 encuestas en satisfacción. Los encuestados eran representantes de las empresas inscritas, en su mayoría dos personas, que tuvieron a su cargo las negociaciones en las mesas de reuniones habilitadas. En primer lugar, se tomaron todas las reuniones programadas para los dos días de negociación, se tenía que encuestar cada reunión efectiva. El segundo lugar, se tomaron a cada empresa para que evaluaran el evento.

En el primer caso, se eligieron a los encuestados en base a su predisposición a colaborar con el llenado de las encuestas, al ser constantes los requerimientos muchos empresarios mostraban cansancio y molestia con las solicitudes, lo que hizo que algunos dejaran de colaborar. En el segundo caso, la evaluación era una sola por empresa.

Métodos de Obtención de información

En el desarrollo de la investigación se emplearon dos encuestas como herramientas para obtener información, la primera buscaba determinar las intenciones de negocio en cada cita, quiere decir que se cubrió la programación total de citas de negocio de los dos días del evento. La segunda buscaba conocer el grado de satisfacción de los empresarios participantes con la organización y la realización del evento. En la primera encuesta, intenciones de negocios, se realizaron cinco interrogantes, todas cualitativas del tipo ordinal y nominal, donde todas las preguntas fueron cerradas. En la segunda encuesta respecto al tema de satisfacción, se realizaron 13 preguntas tanto cerradas como abiertas, para saber la percepción en función a varios atributos de la rueda de negocios.

El software estadístico aplicado para el diseño, codificación y análisis de datos fue el SPSS (Statistical Package for the social Sciences). Para el estudio se aplicó en análisis de datos univariado, específicamente gráficos de sectores. Además, un análisis bivariado, cruce de variables utilizando gráficas de barras, aplicando la prueba de validez estadística Chi-cuadrado. Por último, un estudio multivariado utilizando la técnica de análisis discriminante con sus pruebas estadísticas respectivas.

Procedimiento

El levantamiento de información se llevó adelante en el Centro Internacional de Negocios (CIC) auditorio principal de FEICOBOL. Los días del evento fueron el 29 y 30 de mayo de 2019, en la zona de la Laguna Alalay. Iniciado el evento, el lunes 29 de mayo a las 09:00, se ubicó al personal de apoyo en los tres ambientes que fijó el organizador, 4 personas asignadas por cada ambiente. Las reuniones fueron programadas en horario continuado hasta las 18:30.

Las reuniones se desarrollaron en tiempo de 30 minutos por cita. A la finalización de cada reunión los encuestadores se acercaban a los empresarios, se les explicaba el objetivo de la encuesta y se

procedía a entregar la encuesta a una de las partes reunidas para recabar los datos de la negociación desarrollada. El total de encuestas que se realizaron fue de 703, alcanzando al 55% del total de citas de negocio programadas para los dos días de reuniones.

Casi al finalizar el primer día de reuniones se procedió a entregar a los empresarios, que estaban presentes en la sala, las encuestas de satisfacción para conocer su opinión sobre el evento y los resultados que estaban consiguiendo. Al día siguiente, se identificó a aquellos empresarios que aún no habían sido encuestados para completar la investigación. En este trabajo se logró la colaboración de 83 empresas, lo que representa el 32% de los inscritos al evento.

Análisis de datos

Para esta investigación se definieron los datos de interés que permitieran conocer los temas discutidos en el evento y sacar conclusiones relevantes:

- Tipo de negocio discutido: Transacciones de productos/servicios
- Resultado de las reuniones: Cierre de negocios
- Monto negociado: Cifras en intenciones de negocio

Por otra parte, interesaba conocer la apreciación que tenían los empresarios sobre la realización de la Rueda de Negocios.

- Sector: Presencia empresarial por rubro
- Casa matriz: Procedencia de las empresas
- Contactos: Perfil de los empresarios contactados
- Programación: Cumplimiento de las citas
- Resultado de las reuniones: Cierre de negocios
- Evaluación: Grado de satisfacción

La medición de estos temas fue cuantitativa, expectativa de la Rueda de Negocios y percepción sobre los resultados alcanzados en las citas.

RESULTADOS

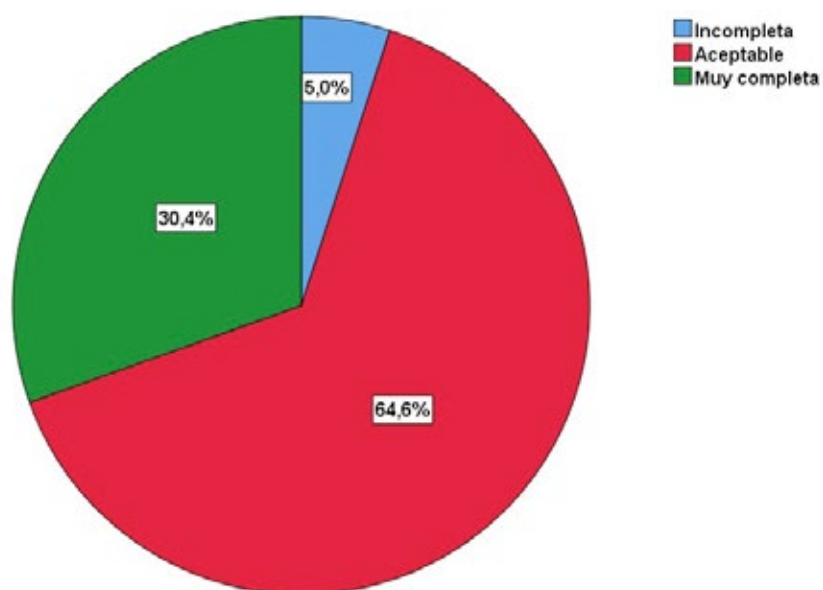
A continuación, se presentan los gráficos y tablas estadísticas dentro del análisis de tipos de negocios que se han discutido y el nivel de satisfacción en la rueda de negocios,

Análisis de negocios discutidos

Para evaluar los temas comerciales negociados en la rueda de negocio se elaboró un análisis estadístico univariado, bivariado (QUEZADA, 2014), los cuales se presentan a continuación:

a) Análisis univariado

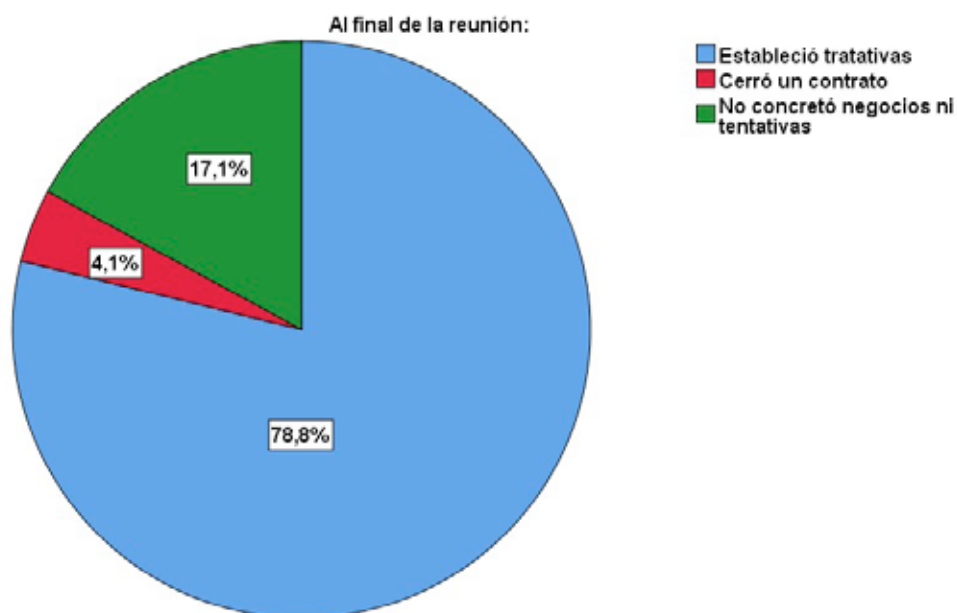
Gráfico N°1. Información relevante de la contraparte



Fuente: Elaboración propia. 2019.

En el gráfico de sectores se puede apreciar que la contraparte contaba con información muy completa con un 64,6%, seguido de que la información era muy aceptable con 30,4% y por último que la información era incompleta con un 5%.

Gráfico N°2. Conclusión de la reunión

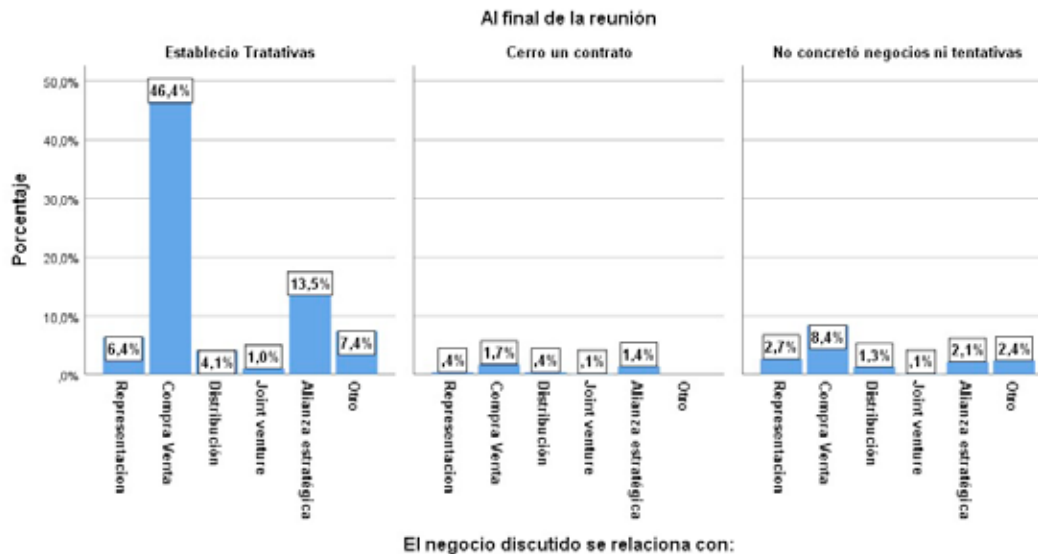


Fuente: Elaboración propia. 2019.

En el gráfico de sectores se puede apreciar que un 78,8% establecieron tratativas de negocio, seguido de un 17,1% que no concreto negocios ni tratativas.

b) Análisis bivariado

Gráfico N°3. Resultado de la cita - Objetivo de la negociación



Fuente: Elaboración propia. 2019.

Tabla N°1. Prueba de hipótesis. Resultado de la cita-Objetivo de la negociación

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,094 ^a	10	,007
Razón de verosimilitud	24,471	10	,006
Asociación lineal por lineal	,003	1	,958
N de casos válidos	703		

a. 6 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,37.

Fuente: Elaboración propia. 2019.

Realizando el cruce de temas discutidos y resultados de la reunión, se puede observar que el negocio de compra-venta tiene la más alta participación con 46,4% estableciendo tratativas. Por otra parte, utilizando un nivel de significancia del 5%, observamos que el cruce de variables es significativo ya que la significación asintótica es de 0,007, por lo que no se rechaza la hipótesis nula que indica que existe relación entre las variables analizadas.

Para determinar los tipos de negocios discutidos se plantea la hipótesis de que si entre las empresas que participaron en la rueda de negocios llegaron como máximo a un 80% entre tratativas y cerrar contratos de negocios. Para obtener ese resultado se recodificó la variable “Conclusión de la reunión” y se aplicó una prueba de hipótesis unilateral para proporciones (HO, 2018). Los resultados fueron los siguientes:

Tabla N°2. Prueba de hipótesis unilateral

	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Final de la reunion	2,064	702	,039	,029	,00	,06

Fuente: Elaboración propia. 2019.

Como se trata de una prueba unilateral, la significación bilateral tiene que ser dividida entre 2 para tener el verdadero valor de significancia (CABALLERO, RAMÓN, VARGAS, 2016):

Sig. (Unilateral)=0,039/2= 0,0195

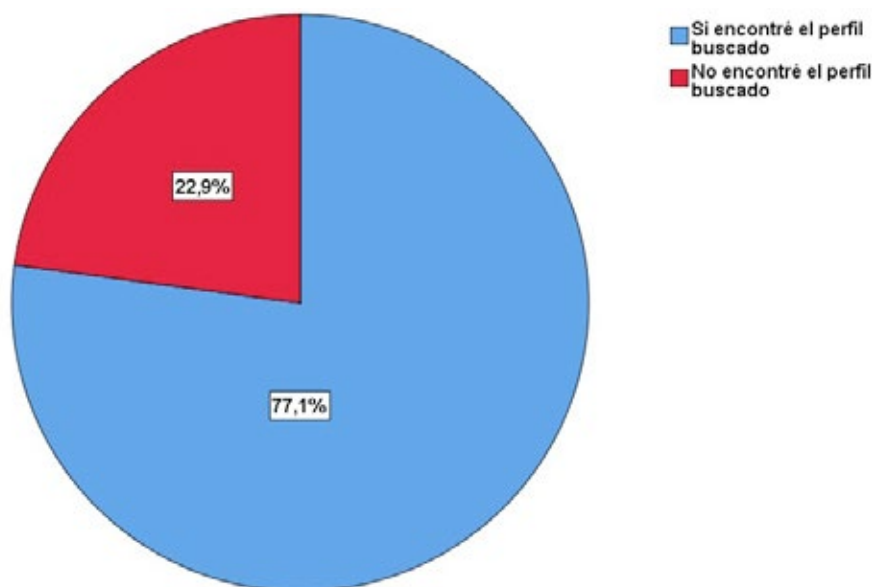
Como el valor de 0,0195 es menor que el nivel de significancia de 0,05. Se rechaza la hipótesis nula. Llegando a la conclusión que los negocios discutidos (tratativas, cierre de contrato de negocios), superan el 80%, lo cual indica el éxito de los resultados discutidos.

Análisis de nivel de satisfacción

Para evaluar el nivel de satisfacción por parte de los empresarios participantes en la rueda de negocios se elaboró un análisis estadístico univariado, bivariado y multivariado los cuales se detallan a continuación:

a) Análisis Univariado

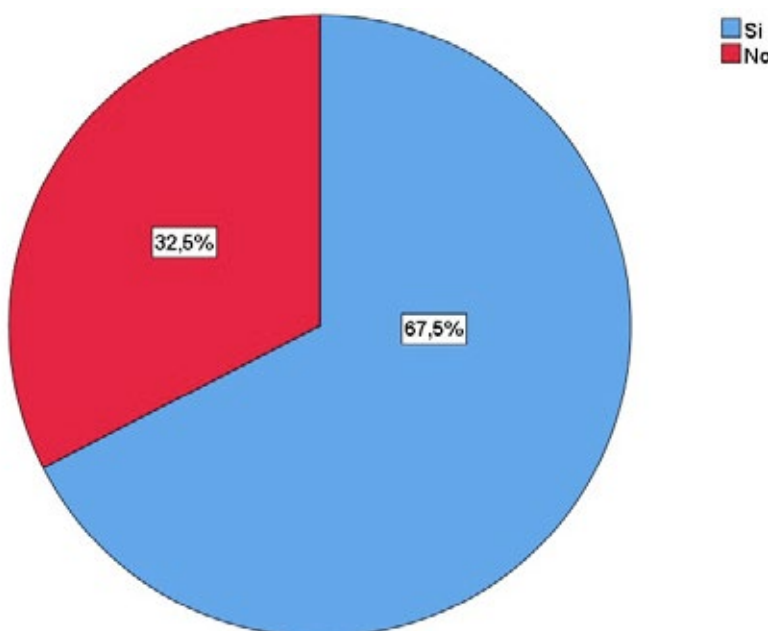
Gráfico N°4. Perfil de contactos



Fuente; Elaboración propia

En el gráfico de sectores se puede apreciar que un 77,1% de las empresas encontró contactos con perfiles acordes a lo que buscaban para poder generar tratativas comerciales.

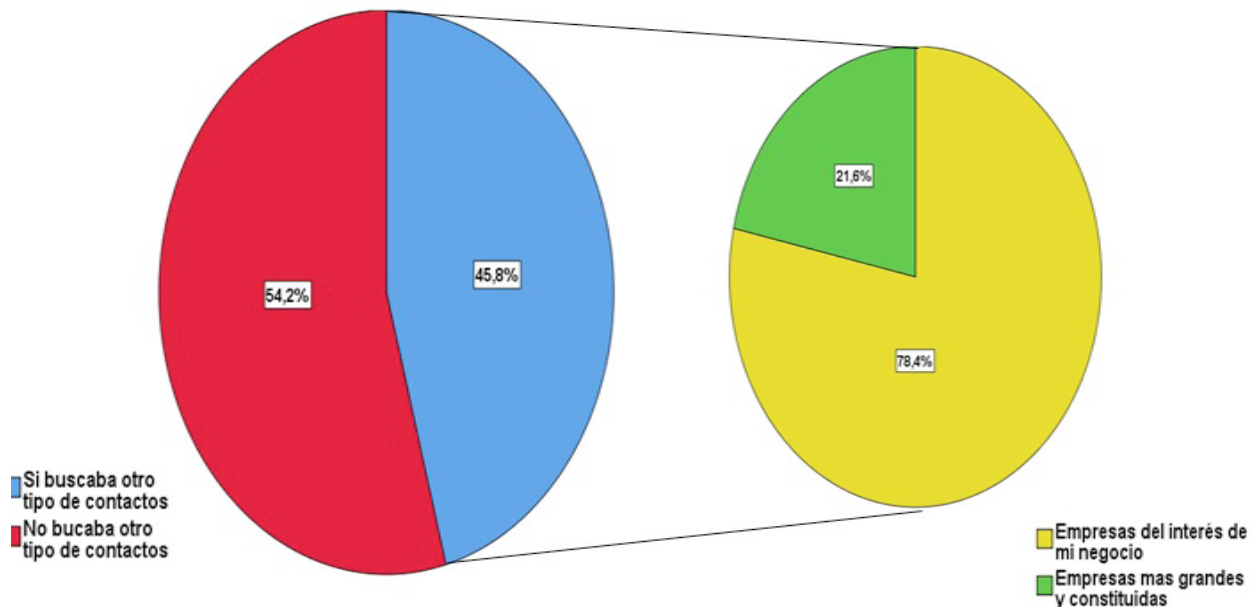
Gráfico N°5. Cumplimiento de citas



Fuente: Elaboración propia. 2019

En el gráfico de sectores se puede apreciar que el 67,5% de las empresas mencionaron que las citas establecidas se cumplieron en función a los cronogramas.

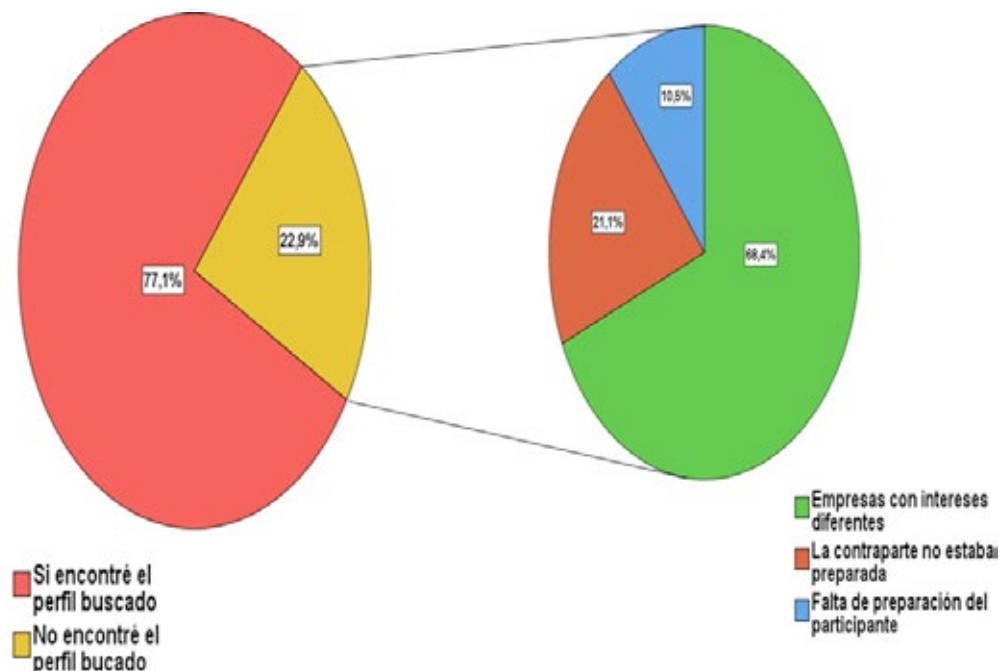
Gráfico N°6. Tipo de contacto buscado



Fuente: Elaboración propia. 2019.

La investigación aplicada al grupo de empresarios participantes en la Rueda de Negocios denotó el hecho de que el 45,8% buscaba otro tipo de contacto, y el 54,2% está conforme con los contactos que había logrado. En el grupo de empresarios que buscaba otro tipo de contactos se pudo rescatar que el 78,4% necesitaba entrevistarse con empresas que respondan a sus intereses y el 21,6% afirma que le hubiera agradado entrevistarse con empresas más grandes.

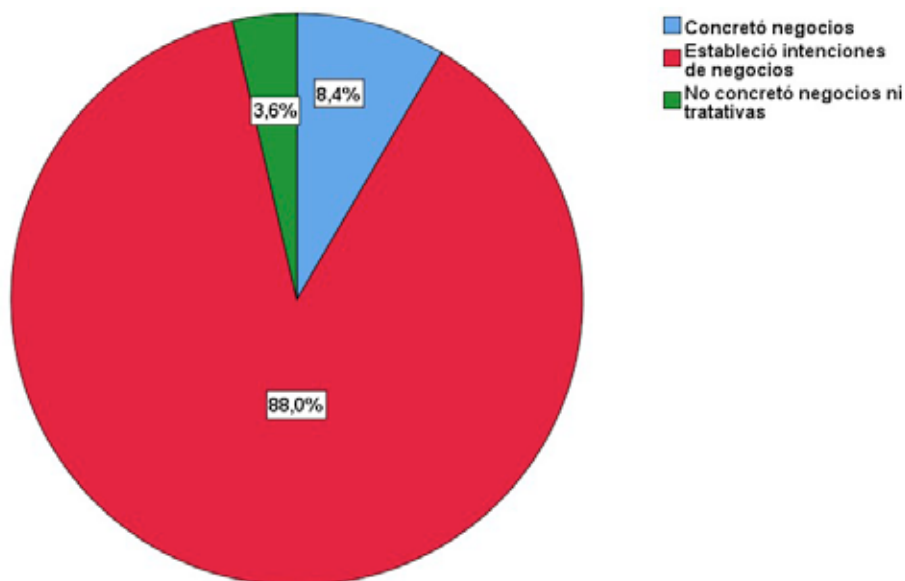
Gráfico N°7. Citas programadas para encontrar el perfil buscado



Fuente: Elaboración propia. 2019.

Se preguntó a los representantes de las empresas si encontraron en su agenda de citas programadas, el perfil de contactos que estaban buscando, el 77,1% dieron una respuesta afirmativa, sin embargo, el 22,9% manifestaron que no encontraron el perfil de contacto buscado. De este último grupo mencionado el 68,4% asevera haberse entrevistado con empresas con intereses diferentes, el 21,1% dice que la contraparte con la que se entrevistó no estaba preparada y el 10,5% afirma que no se encontraba preparado para el perfil de empresa con la que se reunió.

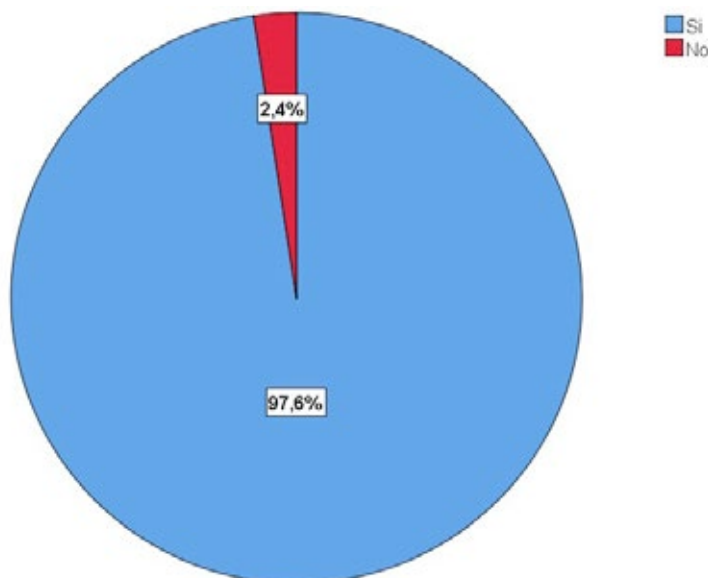
Gráfico N°8. Resultado de la cita de negocios



Fuente: Elaboración propia. 2019.

En el gráfico de sectores se puede apreciar que un 88% de los resultados de las citas establecieron intenciones de negocio, un 8,4% concretaron negocios y un 3,6% no concretaron tratativas.

Gráfico N°9. Volver a participar en la rueda de negocios

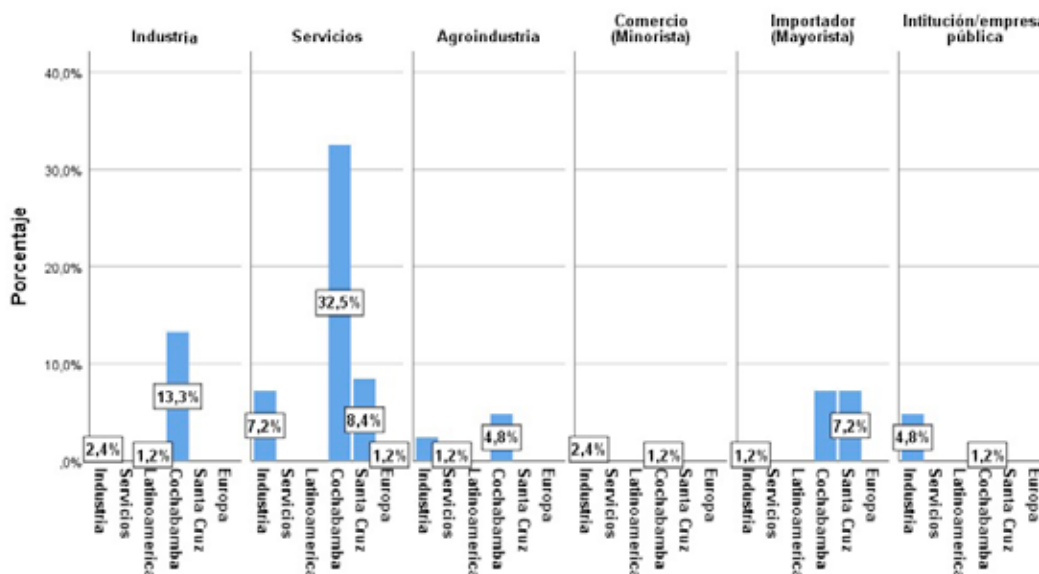


Fuente: Elaboración propia. 2019.

En el gráfico de sectores se puede observar que del 100% de asistentes, un 97,6% volverían a participar de la rueda de negocios.

b) Análisis bivariado

Gráfico N°10. Actividades Económicas – Ciudad ubicación casa matriz



Fuente: Elaboración propia. 2019.

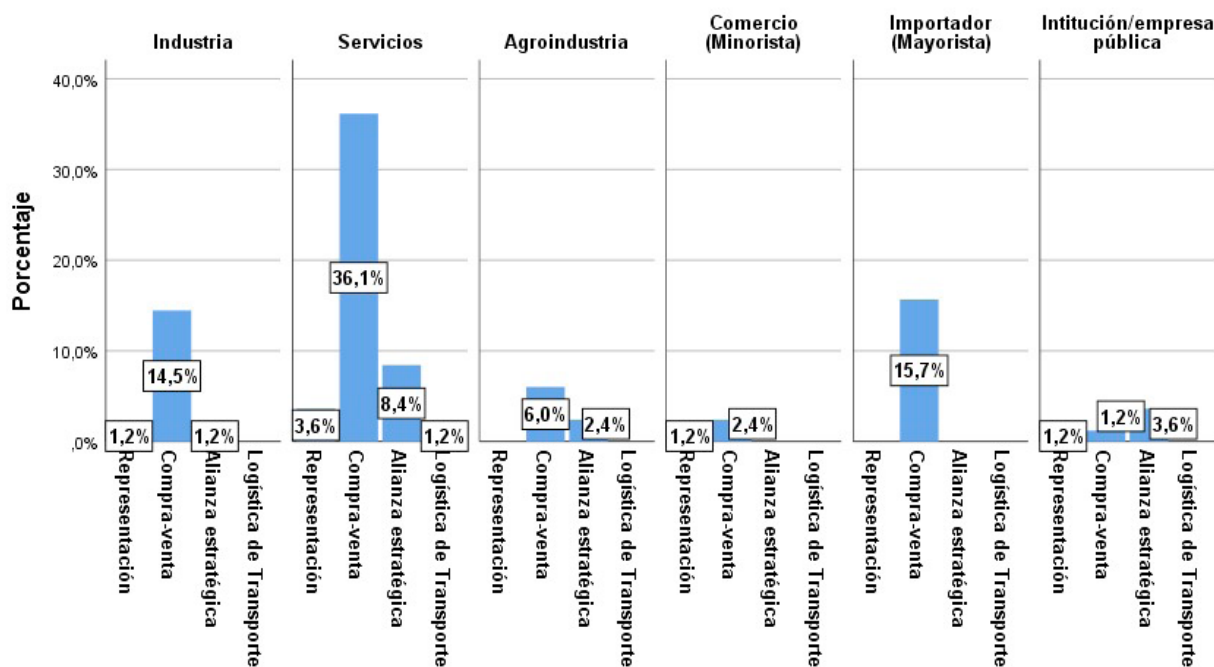
Tabla N°3. Prueba de hipótesis Sector-Casa matriz

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	46,241 ^a	25	,006
Razón de verosimilitud	37,257	25	,055
Asociación lineal por lineal	,134	1	,714
N de casos válidos	83		

Fuente: Elaboración propia. 2019.

Realizando el cruce de sector y casa matriz, se puede observar que el sector de servicios tiene la más alta participación con un 32,5% seguido del sector industrial con un 13,3%, viendo claramente la alta participación de la ciudad de Cochabamba. Por otra parte, utilizando un nivel de significancia del 5%, observamos que el cruce de variables es significativo ya que la significación asintótica es de 0,006, por lo que no se rechaza la hipótesis nula que indica que existe una relación entre las variables analizadas.

Gráfico N°11. Sector-Resultado de la cita



Fuente: Elaboración propia. 2019.

Tabla N°4. Prueba de hipótesis Sector-Resultado de la cita

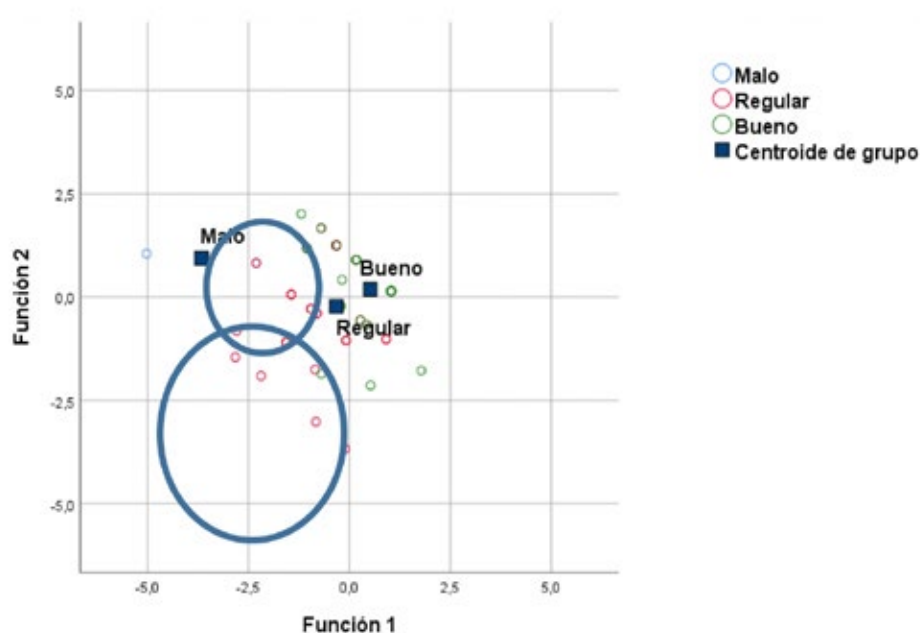
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,977 ^a	15	,002
Razón de verosimilitud	20,743	15	,145
Asociación lineal por lineal	,234	1	,628
N de casos válidos	83		

Fuente: Elaboración propia. 2019.

Realizando el cruce de rubro y el resultado de la cita, se observa que en el sector de servicios negociaron temas de compra y venta en un 36,1% seguido del sector importador con un 15,7% y por último el sector industria con un 14,5% en la misma categoría. Por otra parte, utilizando un nivel de significancia del 5%, observamos que el cruce de variables es significativo ya que la significación asintótica es de 0,02, por lo que no se rechaza la hipótesis nula que indica que existe relación entre las variables analizadas.

c) Análisis multivariado

Gráfico N°12. Satisfacción Rueda de Negocios



Fuente: Elaboración propia. 2019.

En el gráfico se puede apreciar que existe una valoración por los participantes de la rueda de negocios como regular y buena, como se observa los puntos no están muy concentrados sobre los centroides (Malo, regular, bueno), por lo que no existe una calificación sesgada o concentrada respecto a los atributos de calificación de la actividad comercial.

Tabla N°5. Prueba de hipótesis Satisfacción rueda de negocios

Lambda de Wilks				
Prueba de funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1 a 2	,616	37,809	10	,000
2	,938	4,983	4	,289

Resultados de prueba

M de Box	71,721
F	Aprox. 4,456
	gl1 15
	gl2 25093,804
	Sig. ,000

Fuente: Elaboración propia. 2019.

Para evaluar las pruebas estadísticas de M de box y Lambda de Wilks (HAIR, ANDERSON, TATHAM, & BLACK, 1999) según la técnica de análisis discriminante resulta que son significativas al 5%, dando como resultado que el nivel de satisfacción fue evaluado entre regular y bueno principalmente.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Dentro del análisis de negocios discutidos en la rueda se pudo observar la mayoría de las empresas expositoras contaban con información importante lo cual en su mayoría se generaron tratativas para futuras negociaciones, cabe destacar que la mayoría de estas tratativas estaban concentradas en el rubro de compra y venta principalmente.

En cuanto al tema de satisfacción referente al evento la mayoría de las empresas encontraron sus perfiles en el desarrollo y cumplimiento de las citas de negocios, las empresas que no encontraron sus perfiles era principalmente por que las empresas de la contraparte buscaban intereses diferentes, la contraparte no estaba preparada o falta de preparación de la empresa en la negociación. En contraparte, en la mayoría se realizaron buenas intenciones de negocio principalmente en el área de servicios en cuanto al tema de compra y venta.

En conclusión, los resultados obtenidos es que la mayoría de las empresas volverían a participar en el evento, catalogando como satisfactorio el desarrollo de la rueda de negocios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cámara de Comercio de Armenia. (13 de 06 de 2019). Manual para participar en la Rueda Nacional de Negocios "Turismo Negocia". Recuperado el 13 de 06 de 2019, de [www.camaraarmenia.org.co](http://www.camaraarmenia.org.co/files/MANUAL%20PARA%20PARTICIPAR%20EN%20LA%20RUEDA%20NACIONAL%20DE%20NEGOCIOS.pdf): <https://www.camaraarmenia.org.co/files/MANUAL%20PARA%20PARTICIPAR%20EN%20LA%20RUEDA%20NACIONAL%20DE%20NEGOCIOS.pdf>
- Cámara de Comercio y Servicios de Cochabamba. (14 de 06 de 2019). XXV Rueda Internacional de Negocios. Recuperado el 14 de 06 de 2019, de www.cadeco.org: <http://www.cadeco.org/cam/maestro.php?tmenu=2&tcodigo=60>
- CABALLERO, L., RAMON, P., & VARGAS, J. (2016). Manual de estadística aplicada a la investigación con SPSS. Lima, Perú: Imán Gráficas.
- FEICOBOL. (14 de 06 de 2019). 36va Feria Internacional de Cochabamba. Recuperado el 14 de 06 de 2019, de www.feicobol.com.bo: https://www.feicobol.com.bo/es/ferias/fic#ext_easyresponsivetabs_94803
- HAIR, J., ANDERSON, R., TATHAM, R., & BLACK, W. (1999). Análisis Multivariante. Madrid, España: Prince Hall Iberia.
- HO, R. (2018). Understanding statistics for the social sciences with IBM SPSS. USA: CRC Press.
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2017). Manual de internacionalización: Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización. (Vol. 2). Madrid, España: ICEX.
- QUEZADA, N. (2014). Estadística con SPSS 22. Lima, Perú: Macro E. I. R. L.
- VARGAS, J. (29 de 04 de 2019). La XXVI Rueda de Negocios arranca con alta expectativa. Los Tiempos.

Derechos de Autor (c) 2019 Rodrigo Ruiz Andía. Hernán Copa Quisbert.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)