GRUPOS ASOCIATIVOS
SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA
FORTALECMIENTO EMPRESARIAL

FORMACIÓN EN
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PLAN DE NEGOCIOS

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

FNFP

PARA TENER EN CUENTA ...

- ***Capacitación de doble vía***
- ***Apta para la persona que quiere aprender cada día más***
- ***Celulares apagados***
- ***Preguntar todo lo que desee***
- ***MENTE ABIERTA***

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

FNFP

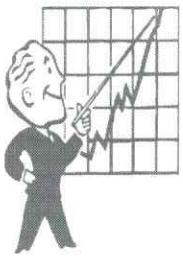
¿QUE ESPERO APRENDER?

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

ETAPA: 3. FORMACIÓN EMPRESARIAL y PLAN DE NEGOCIOS

Las Asociaciones beneficiarias aprenderán las diferentes herramientas que les permitan diseñar el plan de negocio de su proyecto Asociativo.

Formación técnica	Horas de formación
Estrategia de organización y gerencia	4 horas
Estrategias de mercadeo y comercialización: Ventas e ingresos	4 horas
Estrategias de producción y servicios Estrategia Financiera: Plan Financiero	4 horas
Formulación plan de negocio	4 horas
Total proceso de formación	16 horas



CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

LA UTILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIO

- Permite conocer la visión del líder
- Define los productos o servicios que se pretenden comercializar
- Estudia la estrategia de comercialización y los canales de distribución
- Fija precios y definir las políticas de venta
- Analiza el volumen y costo de producción o servucción
- Especifica la infraestructura física y humana requerida
- Considera el financiamiento requerido para todas las fases del proyecto
- Permite buscar una asociación estratégica con otros grupos
- Demostrar que el proyecto es viable para lograr el éxito empresarial.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

PASO A PASO DEL PLAN DE NEGOCIO

¿QUIEN?	ORGANIZACIÓN Y GERENCIA	PLANEACIÓN ESTRATEGICA
¿QUE?	MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO
¿COMO?	PRODUCCIÓN Y SERVICIOS	A TRAVÉS DE
¿CUANTO?	FINANCIERO	CUANTO GANO

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

OBJETIVOS DEL PLAN

- Analizar los factores críticos que conducirán al éxito.
- Identificar los obstáculos que podrían hacer fracasar el plan.
- Enfatizar en las estrategias que diferenciarán el plan.
- Revisar las condiciones y riesgos inherentes al plan.
- Establecer una ventaja competitiva y comparativa.
- Establecer las competencias del equipo de trabajo y sus fortalezas.
- Identificar las metodologías y los procesos apropiados para la prestación del servicio.
- Establecer el modelo de gestión y la infraestructura.
- Evaluar la viabilidad financiera y económica.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	LARGO PLAZO
* Mi actual producto	* Mi actual producto con valor agregado	* Nuevos productos
* Mi precio actual	* Precio Competitivo	* Precio atractivo
* Mi canal actual	* Ampliación de canales	* Nuevos canales
* Mi promoción y publicidad actual	* Más promoción y comunicación renovada	* Nuevos canales de comunicación y promoción

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

GRUPOS ASOCIATIVOS
SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA

FORMACIÓN EN FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PLAN DE NEGOCIOS

TALLER 1
ESTRATEGIA DE ORGANIZACIÓN Y GERENCIA

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad

fedepapa

FNFP

LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA DE MI ASOCIACIÓN

1. Historia de mi Asociación
2. La Planeación y el futuro de mi asociación
3. Rol Organizacional
   - Estructura administrativa de mi Asociación
   - Valores institucionales
   - Misión
   - Visión
4. La situación actual de mi asociación
5. Los Objetivos de mi asociación
6. El Plan de acción de mi asociación

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad

fedepapa

FNFP

PLANIFICACION ESTRATEGICA

La Planeación Estratégica es el Proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación actual presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la compañía hacia el futuro.

Gerencia Estratégica, Humberto Serna Gómez

La Planeación Estratégica de la Calidad Total es el proceso Gerencial dedicado al cumplimiento de la Misión, Visión y la Politica de Calidad total de la organización, concentrando y desplegando los recursos vitales de la empresa para resolver problemas críticos de calidad con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente externo, dentro del portafolio de productos definido.

Planeación Estratégica de la Calidad Total, Hernando Mariño Navarrete

" En conclusión el ejercicio de planeación establece los pasos para construir un futuro mejor"

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

1. Historia de mi Asociación

La Asociatividad trae grandes ventajas para usted como productor agropecuario, dentro de las cuales se encuentran:

- **Desarrollo Comunitario**
- **Mayor Integración**
- **Beneficios económicos y ahorro**
- **Recibir capacitaciones y asesorías**
- **Participar en negocios**
- **Vender**

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

1. Historia de mi Asociación

Relato diferenciador y distintivo *TALLER 1*.

- Iniciativa de creación
- Desarrollo y experiencias
- Los personajes y Asociados
- Evolución del portafolio de productos
- Fracasos y aprendizajes

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad

2. La Planeación y el futuro de mi asociación

TALLER 2

- ¿A dónde queremos llegar?
- ¿Dónde Estamos?
- ¿Cómo evaluaremos los resultados de lo propuesto?
- ¿Cómo llegaremos?
- ¿Qué queremos lograr?

Mi Asociación

Si piensas que estás vencido, lo estás;
Si piensas que no te atreves, no lo harás;
Si piensas que te gustaría ganar, pero no puedes, no lo lograrás;
Si piensas que perderás, ya has perdido;
Porque en el mundo encontrarás que el éxito empieza con la voluntad del hombre:
Fernando Vigorena Pérez

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad

3. El Rol Organizacional

El rol organizacional define cómo está estructurada la asociación y cuáles son sus convicciones expresada a través de la Misión, la Visión y sus Valores

TALLER 3

Estructura Organizacional

Misión

Visión

Valores Institucionales

Rol Organizacional

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Rentabilidad

Estructura Administrativa

Permite definir quienes asumen las funciones y responsabilidad de la asociación generando claridad en los procesos.

Es la Forma como está constituida su asociación para contar con un adecuado funcionamiento, donde cado una de sus partes está encargada de funciones específicas

Dentro del esquema organizativo usted hace parte de la asamblea general de asociados, por eso debe ser un miembro activo, que ayude a garantizar la calidad de los productos y de servicios que se ofrecen a los clientes.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Rentabilidad

Valores Institucionales

Acuerdos que inspiran y rigen la vida de la Asociación, orientados a asegurar la eficiencia, integridad, transparencia y el logro de sus objetivos estratégicos. Tienen carácter obligatorio por ser acuerdos de comportamiento, razón por la cual deben ser compartidos por todos los funcionarios.

Permiten Fortalecer el rol de mi asociación, ya que caracterizan a todos sus miembros.

Los Valores deben ser cultivados a nivel personal y organizacional.

Solidaridad **Participación**

Calidad

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

Misión

Expresa la razón de ser de una empresa. Es la definición del negocio en todas sus dimensiones. Involucra al cliente como parte fundamental del deber ser del negocio.

Formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos.

¿Para qué existe la organización?
¿Cuál es su negocio?
¿Cuáles son sus objetivos organizacionales?
¿Cuáles son sus clientes?
¿Cuáles son sus productos y mercados?
¿Cuáles son sus prioridades?
¿Cuál es su responsabilidad social?

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

Visión

La VISIÓN de la Asociación se construye basado en lo que quiere llegar a ser en el futuro como asociación de productores comprometidos con su producto y con su región.

La visión señala el rumbo, da dirección; es la cadena o lazo que une el presente con el futuro.

Es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que su empresa esté dentro de 3 o 5 años.

Sirve de guía en la formulación de las estrategias a la vez que proporciona un propósito a la organización. Esta visión debe reflejarse en la misión, los objetivos y las estrategias de la institución, y se hace tangible cuando se materializa en proyectos y metas específicos, cuyos resultados deben ser medibles.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Rentabilidad

VISION

- Dimensión de tiempo. Definir un horizonte de tiempo.
- Integradora. Una visión sin acción es una utopía y una acción sin visión es un esfuerzo inútil.
- Consistente con los principios.
- Amplia y detallada. Logros que se espera alcanzar , términos que signifiquen acción, donde nos imaginamos que la empresa está en el horizonte de tiempo.
- Positiva y alentadora. Compromiso de pertenencia, generar sentido de dirección, y camino para llegar al punto deseado.
- Debe ser realista – posible.
- Debe ser difundida interna y externamente.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Rentabilidad

4. La situación actual de mi asociación

El *Diagnóstico*, permite conocer los puntos fuertes y débiles de la asociación e identificando los principales problemas que afectan el funcionamiento así como identificando opciones de mejoramiento.

El diagnóstico permite conocer cuál es el estado de la asociación, recogiendo información importante que permitirá proponer acciones para superar las dificultades.

Además se pueden conocer las debilidades y fortalezas de la asociación, al igual que las amenazas y oportunidades del entorno.

Para llevar a cabo el diagnóstico se deben tener en cuenta aspectos positivos y negativos a nivel interno y externo, con el fin de tener una visión integral del medio en el que se trabaja.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

Elementos del diagnóstico DOFA

TALLER 4

	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
Internas	***Fortalezas*** Son los puntos fuertes de la asociación que permiten saber qué se tiene para poder seguir adelante	***Debilidades*** Son los puntos débiles de la asociación, los cuales si no se resuelven pueden afectarla
Externas	***Oportunidades*** Son las ventajas que ofrece el entorno de la empresa agropecuaria, las cuales si se aprovechan permiten crecer y resolver problemas internos	***Amenazas*** Son aspectos externos que pueden afectar el desarrollo normal de la asociación

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO
ANÁLISIS EXTERNO
¿Dónde Estamos?
MACROAMBIENTE
Grandes Tendencias
MICROAMBIENTE
Análisis Competitivo
Político, legal y reglamentario
Económico
Social
Tecnológico
Geográfico
Clientes
Proveedores
Competencia
Nuevos Competidores
Productos Sustitutos
ANÁLISIS INTERNO
¿Cuáles son Nuestros recursos?
Directiva
Mercadeo, ventas, distribución
Producción y logística
Técnica o tecnológica
Financiera
Talento humano
Análisis DOFA
Oportunidades
Amenazas
Fortalezas
Debilidades
Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
FNFP

Pasos para la elaboración del plan de acción de mi asociación
TALLER 5
1. Diagnóstico
2. Objetivos estratégicos
3. Estrategias
4. Actividades y responsables
5. Indicadores
PLAN DE ACCIÓN de mi ASOCIACIÓN
Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
FNFP

5. Los objetivos de mi asociación

Representan el norte y un meta para los miembros de la Asociación.

El cumplimiento de estos objetivos permite que una asociación sea fiel a su ***Misión***, a la vez que se trabaja por alcanzar una *Visión* propuesta aprovechando ***Fortalezas*** y ***Oportunidades***.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

5. Los objetivos de mi asociación

Objetivo: Algo pretendido o ambicionado con respecto a un requisito en particular (Financiero, cliente, procesos y aprendizaje y crecimiento).

RETO	VARIABLE O CARACTERÍSTICA	CUÁNTO	CUANDO	CÓMO
Es el logro esperado con la variable se expresa mediante un verbo en infinitivo Ej: Incrementar, reducir, mejorar, optimizar	Magnitud de la directriz objeto de análisis Ej: Satisfacción, costo calidad	Cuantificación de la variable o frecuencia de la característica Se expresa en unidad, por lo general en porcentaje	Período de logro del objetivo o de conseguir el reto de la variable o característica	Iniciativa estratégica que indica el método o forma de logro del reto, la variable, la cuantificación y el periodo planificado
Disminuir	Los costos de operación	En un 12%	En el segundo semestre del 2016	Mediante el entrenamiento del personal nuevo en el pulido de superficies
Incrementar	La producción diaria	A 250 unidades	Durante el último trimestre del año	Mediante un turno adicional de 8 horas

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

6. El Plan de Acción de mi Asociación

Es el producto final de la planeación, en él se describe que es lo que debe ocurrir, quién lo debe hacer y cuando se debe finalizar. Está conformado por.

Las Estrategias, que permiten elegir las acciones adecuadas para alcanzar los objetivos. Pueden ser directrices, reglas o procedimientos.

Las acciones, que son el conjunto de tareas detalladas que permiten la operatividad de la asociación ayudando a mejorar las debilidades que se tengan.

Los indicadores, que permitirán medir el cumplimiento de lo planteado, son expresiones matemáticas de lo que se quiere medir y evaluar.

Los responsables, que representan el talento humano de la asociación que estrá a cargo de llevar a cabo las actividades, favoreciendo el alcance de los objetivos y metas propuestos.

Tiempo, el cual permite definir la duración para el cumplimietno de cada actividad que se proponga.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

6. El Plan de Acción de mi Asociación

Componente	Objetivo Estratégico	Estrategias	Acciones	Indicador	Responsable	Tiempo

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

MIL GRACIAS… !

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

fedepapa

FNFP

GRUPOS ASOCIATIVOS
SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA

FORMACIÓN EN FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

PLAN DE NEGOCIOS

TALLER 2
ESTRATEGIA DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN
Ventas e Ingresos

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

fedepapa

FNFP

DEFINICIONES CLAVES

MERCADO

Grupo de consumidores potenciales con necesidades similares que están dispuestos a intercambiar algo de valor con los vendedores que ofrecen algo de valor

CLIENTE

Un cliente, desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa.

NECESIDAD

La necesidad es un componente básico del ser humano que afecta su comportamiento, porque siente la falta de algo para poder sobrevivir o sencillamente para estar mejor.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

DEFINICIONES CLAVES

DESEOS

Los deseos se describen en términos de los objetos que han de satisfacer las necesidades. A medida que una sociedad evoluciona, aumentan los deseos de sus miembros. Como las personas se ven expuestas a más objetos que despiertan su interés o deseo, los productos tratan de proporcionar más productos o servicios que los satisfagan.

INTERCAMBIO

El intercambio es el acto de obtener de alguien un objeto deseado ofreciendo algo a cambio. Esta es una de tantas maneras de obtener un objeto deseado. Para que se dé un intercambio, deben satisfacerse varias condiciones. Debe haber, por supuesto, al menos dos partes, cada una de las cuales con algo de valor para la otra. Asimismo, las dos deben estar dispuestas a negociar con la otra; y ser libres de aceptar o rechazar su oferta. Finalmente, las dos partes deben ser capaces de comunicarse y de entregar objetos.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

TEST 1

¿PARA USTED QUE ES MERCADEO?

A. Es la actitud tra[illegible]da en un comportamiento frente a un cliente y [illegible] en acciones que nos ayuda a satisfacer sus necesid[illegible] y expectativas para lograr la fidelidad hacia nosotros.

SERVCIO

B. Es la característica extra[illegible]ducto o servicio ofrece con el propósito de ge[illegible] valor dentro de la percepción del consumidor.

VALOR AGREGADO

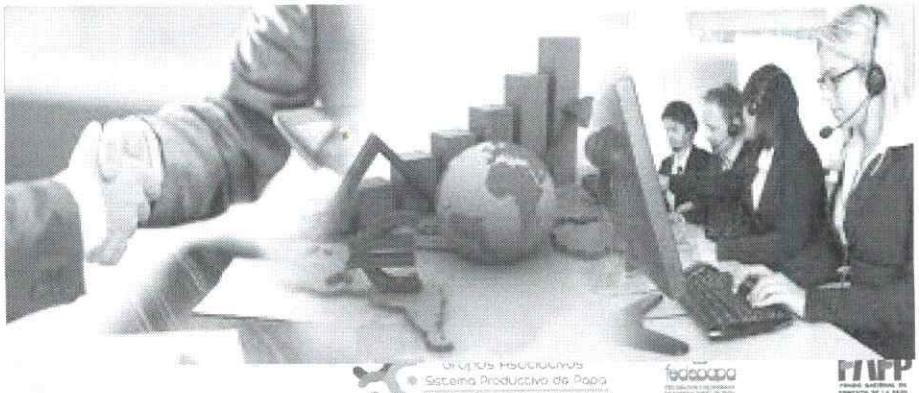
C. Es todo lo que se haga para promover [illegible]ividad, desde el momento que se concibe la [illegible] el momento que los clientes comienzan a a[illegible] el producto o servicio en una base regular.

MERCADEO

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

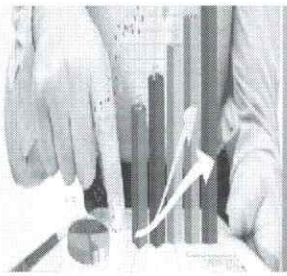
EL MERCADEO

Es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular.



Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

LA FUNCIÓN DEL MERCADEO



Es la de identificar a los clientes meta y la satisfacción de sus necesidades y deseos de una manera competitiva y rentable para la empresa u organización; todo ello, mediante el análisis del mercado, la planificación de las diferentes actividades de mercadeo, la ejecución de las actividades planificadas y el control del avance y de los logros obtenidos.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

OBJETIVOS DEL MERCADEO

- IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DEL MERCADO
- IDENTIFICAR MERCADOS RENTABLES
- LOGRAR UNA BUENA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

SATISFACER, CAPTAR, FIDELIZAR A LOS CLIENTES
ENTREGANDO VALOR A LOS CLIENTES
GENERANDO RECONOCIMIENTO DE SUS MARCAS Y/O PRODUCTOS

- LOGRAR UN CRECIMIENTO ACORDE A LA REALIDAD DEL MERCADO
- LOGRAR UTILIDADES Y/O BENEFICIOS PARA LA EMPRESA

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

TEST 2

CON ESTA PRIMERA PARTE

¿MI ASOCIACIÓN HOY QUE OBJETIVOS DE MERCADEO APLICAMOS?

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad

TEST 3: MI ASOCIACIÓN HOY

CALIFICAR

1: NUNCA
2: POCAS VECES
3: SIEMPRE

LOGRO QUE MIS ASOCIADOS CAPTEN Y DESARROLLEN IDEAS ____

MIS ASOCIADOS CONOCEN LOS PRODUCTOS QUE TENEMOS ___

CONOZCO EL MERCADO EN DONDE ESTOY____

IDENTIFICO OPORTUNIDADES _____

TENGO PRODUCTOS ACORDES AL MERCADO_____

CONOZCO MIS CLIENTES____

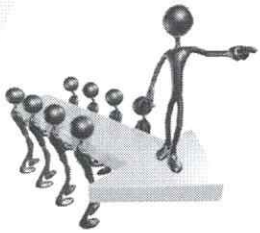
ACTUALMENTE REALIZO UN PLAN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS___

CAPTO NUEVOS CLIENTES___

DESARROLLO PROMOCIÓN Y/O PUBLICIDAD____

TENGO CLARO LOS PRECIOS DE MIS PRODUCTOS___

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad



RESULTADOS

10 **DESARROLLO DE PLAN DE MERCADEO**

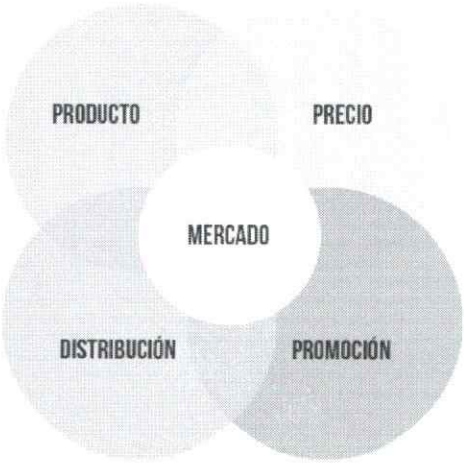
- ✓ ENTENDIENDO
- ✓ CONOCIENDO
- ✓ MEJORANDO
- ✓ PLANIFICANDO
- ✓ FORMULANDO
- ✓ IMPULSANDO

20 **DESARROLLO DE PLAN ESTRATEGICO** 30

- ✓ EXPLORANDO
- ✓ INNOVANDO
- ✓ DIFERENCIANDO
- ✓ CRECIENDO
- ✓ POSICIONANDO

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Rentabilidad

LAS VARIABLES DEL MERCADEO



Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Rentabilidad

4 P

Producto

Esta variable engloba tanto el producto en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.

Precio

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la asociación lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

Plaza (Distribución)

En esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.

Promoción

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones publicas, la localización del producto, etc.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

LAS VARIABLES DEL MERCADEO

PRODUCTO	PLAZA	PROMOCION	PRECIO
✓Bien físico ✓Servicio ✓Características ✓Nivel de Calidad ✓Accesorios ✓Instalación ✓Instrucciones ✓Garantía ✓Líneas Producto ✓Empaque ✓Marca	✓Tipo de canal de Distribución ✓Tipos de intermediarios ✓Tipos y ubicación de las tiendas ✓Administración de trasporte y almacenamiento ✓Nivel de servicio ✓Reclutamiento de intermediarios ✓Administración canales de distribución	✓Objetivos ✓Mezcla promocional ✓Vendedores ✓Tipo ✓Número ✓Selección ✓Capacitación ✓Motivación ✓Publicidad ✓Destinatarios ✓Tipos de anuncios ✓Tipos de medios ✓Contenido mensaje ✓Quien prepara ✓Promoción de ventas ✓Publicidad no pagada	✓Objetivo ✓Nivel de precios ✓Ciclo de vida ✓Consideraciones geográficas ✓Descuentos ✓Bonificaciones

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

ELEMENTOS QUE DETERMINAN UN PRODUCTO

Las Características

Describe lo que el producto o servicio es. Las características están relacionadas con los elementos físicos de un producto o servicio. Son observables, fáciles de medir, generales y relacionadas con la naturaleza del producto o servicio.

Ventaja

Son características de un producto o servicio que lo hacen mejor si se le compara con sus competidores directos.

Beneficios

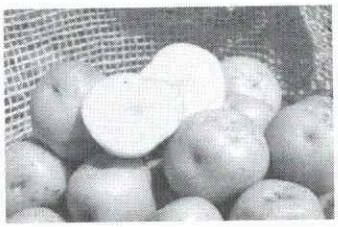
Un beneficio es el uso positivo que un cliente hace de una característica del producto o servicio, y que le ayuda a cubrir una necesidad o deseo específico. A diferencia de las características los beneficios viven en la percepción del cliente.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

CARACTERÍSTICA	• SUELA DE GOMA
VENTAJA	• BUENA AMORTIGUACIÓN
BENEFICIO	• EVITA LESIONES

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad

PRODUCTO: PAPA CRIOLLA LAVADA



CARACTERÍSTICAS: REDONDA, AMARILLA, TAMAÑO (3 A 5 CM), BAJA POS COSECHA, SABOR ARENOSO, ETC...

VENTAJAS: FÁCIL DE EMPACAR, MENOR TIEMPO DE COCCIÓN.

BENEFICIOS: VARIEDAD PARA PURÉS

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

TEST 4: IDENTIFICANDO MI PRODUCTO

PRODUCTO:_____

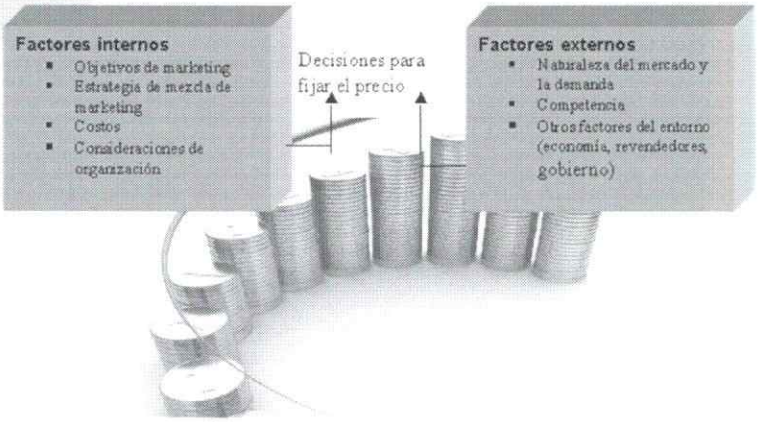
CARACTERISTICAS:_____
_____
_____
_____
_____
_____

BENEFICIOS: _____
_____
_____
_____
_____
_____

VENTAJAS: _____
_____
_____
_____
_____
_____

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

ELEMENTOS QUE DETERMINAN UN PRECIO



Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

PARA DETERMINAR EL PRECIO SE NECESITA

COSTOS TOTALES → **FIJOS**

COSTOS TOTALES → **VARIABLES**

MARGEN DE UTILIDAD → **MI OBJETIVO DE GANACIA**

COSTOS + %MARGEN UTILIDAD= PRECIO DE VENTA FINAL

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

TEST 5: CALCULANDO EL PRECIO

COSTO VARIABLE POR UNIDAD $_____

COSTO FIJO POR UNIDAD $_____

TOTAL COSTO $_____

MARGEN _____%

PRECIO FINAL _____

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

ELEMENTOS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Son las vías elegidas por una empresa que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor final.

Productores

Es la empresa que crea o elabora el producto que se va a comercializar.

Mayorista

Empresas con gran capacidad de almacenamiento que compran al productor para revender el artículo. Esta reventa no suele destinarse al consumidor final.

Minorista

También conocido como detallista, son empresas pequeñas que compran el producto o al productor o al mayorista para venderlo al consumidor final. Es el último eslabón del canal de distribución.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

ELEMENTOS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

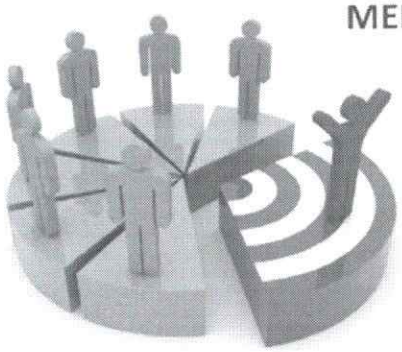
Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

ELEMENTOS QUE DETERMINAN LA PROMOCIÓN

La promoción consiste en una combinación de varias herramientas, estas se complementan y retroalimentan entre si, formando un todo que conocemos como: mezcla promocional. Así como un pastel esta constituido por varios ingredientes: harina, leche, huevos, etc., la promoción esta constituida por estas herramientas que son:

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.
- **Relaciones públicas:** La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- **Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.
- **Promoción de ventas:** Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad



MERCADO META

Un mercado meta es el grupo de clientes al que captará, servirá y se dirigirá los esfuerzos de mercadeo.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

¿Qué es la segmentación de mercado?

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos:

CLASIFICACIÓN:

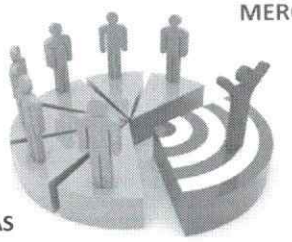
•Segmentación Demográfica: se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están : la edad, el genero, el ingreso y la escolaridad.

•Segmentación Psicográfica: Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, caracteristicas del estilo de vida y valores.

•Segmentación por comportamiento: se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

MERCADO META



MERCADO DE BICICLETAS

Submercado 1 Amantes del ejercicio	Submercado 3 (Los que se transportan en bicicleta)	Submercado 4 (Sociables)
Submercado 2 (Aventureros a campo traviesa)	Submercado 5 (Ambientalistas)	

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Rentabilidad

fedepapa

FNFP

PAPA LAVADA

DEFINICION DEL NEGOCIO
DESCRIPCION Y SELECCIÓN DE SEGMENTOS

MERCADO DEFINIDO

Submercado 1 XXXXXXX	Submercado 3 XXXXXXXXX	Submercado 4 XXXXXXXX
Submercado 2 XXXXXXXXX	Submercado 5 XXXXXXX	

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Rentabilidad

fedepapa

FNFP

TALLER "DEFINIENDO MI PLAN DE NEGOCIOS"

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

Un **plan de negocio** es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

ESQUEMA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA ASOCIACIONES

PLANTEAMIENTO DEL PLAN	ACTIVIDADES	DEFINICIÓN DE MI PLAN DE NEGOCIOS
GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIOS	Cuál es el planteamiento estratégico de crecimiento	
	Cuál es la solución estratégica	
	Quien es el cliente.	
	Porque compra el cliente	
	Cuáles son los beneficios para el cliente	
	Cuáles son las ventajas competitivas	
	De qué forma le llega el producto al cliente	
	Cuál es el mercado: Descripción de la cadena, tamaño, segmentos	
	Como se ganara dinero: Mecanismo de generación de ingresos.	
	Esquema del modelo de negocio	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIOS	Que necesidades del cliente satisface	
	Descripción del producto y/o servicios	
EQUIPO DE TRABAJO	Equipo de trabajo planteado	
	Experiencias y habilidades	
MERCADEO	**Mercado y competencia**	
	Tamaño y crecimiento del mercado	
	Mercado Meta	
	Estrategia de mercado: Como llegar al cliente	
	Características del producto y/o servicio	
	Posición: Como se llega al cliente	
	Promoción: Canales. Como se llega al cliente	
SISTEMA DE NEGOCIO Y ORGANIZACIÓN DE LA	Detalle Cadena de valor	
	Estructura Organizacional	
CRONOGRAMA DE REALIZACIÓN	Actividades	
	Puntos criticos	
EVALUACIÓN DE RIESGOS	De la asociación	
	Del entorno	
ESQUEMA FINANCIERO	Presupuesto	
	Flujo de caja	
	Proyección de P&G	

ESQUEMA DE PLAN DE NEGOCIOS (PAPA EMPACADA TAMAÑOS MASIVOS)

PLANTEAMIENTO DEL PLAN	ACTIVIDADES	DEFINICIÓN DE MI PLAN DE NEGOCIOS
GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIOS	Cuál es el planteamiento estratégico de crecimiento	Desarrollar nuevos productos
	Cuál es la solución estratégica	Atender a canales de comercialización
	Quien es el cliente.	Fruvers de mediano y grandes superficies
	Porque compra el cliente	Por que genero confianza, cumplimiento y Calidad
	Cuáles son los beneficios para el cliente	Producto fresco al instante
	Cuáles son las ventajas competitivas	Cantidades a la medida del consumidor
	De qué forma le llega el producto al cliente	A través de vehículos propios
	Cuál es el mercado: Descripción de la cadena, tamaño, segmentos	145 Fruvers en la zona norte
	Como se ganara dinero: Mecanismo de generación de ingresos.	Venta semanal por rutas
	Esquema del modelo de negocio	Distribucion por punto de venta
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIOS	Que necesidades del cliente satisface	Papa freca, limpia y uniforme
	Descripción del producto y/o servicios	Paquetes de 2, 3, 5 y 10 Kilos en bolsa biodegradable
EQUIPO DE TRABAJO	Equipo de trabajo planteado	Gerencia, jefe de producción y jefe de logistica
	Experiencias y habilidades	Servicio de Cepillado, lavado y clasificado
MERCADEO	Mercado y competencia	Papas YA, asopapitas, Produpapas
	Tamaño y crecimiento del mercado	Población consumidora 3.394.000 de Ha
	Mercado Meta	el 20%
	Estrategia de mercado: Como llegar al cliente	Camiones contramarcados y equipo de ventas
	Características del producto y/o servicio	Empaque, con marca propia y denominación de origen
	Posición: Como se llega al cliente	Estantes en los fruvers
	Promoción: Canales. Como se llega al cliente	Publicidad en radio y diario de la Zona
SISTEMA DE NEGOCIO Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	Detalle Cadena de valor	Productor – Asociación- Fruvers- Consumidor
	Estructura Organizacional	Organigrama
CRONOGRAMA DE REALIZACIÓN	Actividades	Plan de compradores, Desarrollo de producto, esquema de precios, definición de marca, imagen, proveedores de empaques, compra de vehículos, ruta de comercialización, plan comercial y de ventas
	Puntos criticos	Préstamo Bancario, apertura de clientes, créditos
EVALUACIÓN DE RIESGOS	De la asociación	Cartera a largo plazo, producto perecedero, perdidas
	Del entorno	Paros, ciclo de siembras, inestabilidad de precios
ESQUEMA FINANCIERO	Presupuesto	
	Flujo de caja	
	Proyección de P&G	

MIL GRACIAS… !

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

GRUPOS ASOCIATIVOS
SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA

FORMACIÓN EN FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

PLAN DE NEGOCIOS

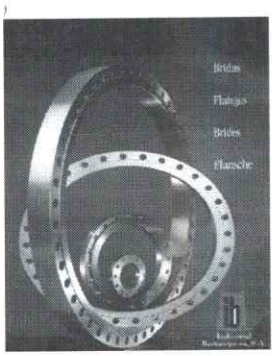
TALLER 3
ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN Y SERVICIOS

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

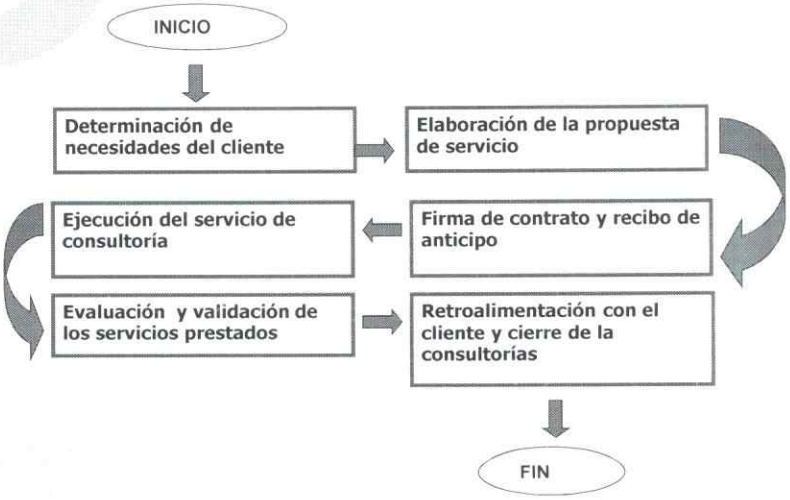
INFRAESTRUCTURA Y SERVUCCIÓN

- Infraestructura física
- Proceso para la prestación del servicio
- Aprovisionamientos y logística



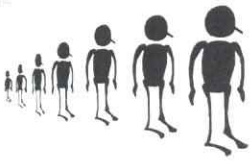
Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Rentabilidad

ESTANDARIZACIÓN Y ASEGURAMIENTO DE PROCESOS



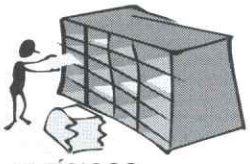
Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Rentabilidad

RECURSOS EMPRESARIALES

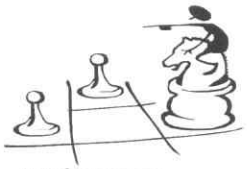


☑HUMANOS.

☑FINANCIEROS.



☑ FÍSICOS.



☑TÉCNICOS.

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

PLANIFICACION DE LA OPERACIÓN

Grupos Asociativos Sistema Productivo de Papa

NECESIDADES DE PERSONAL Y EQUIPOS

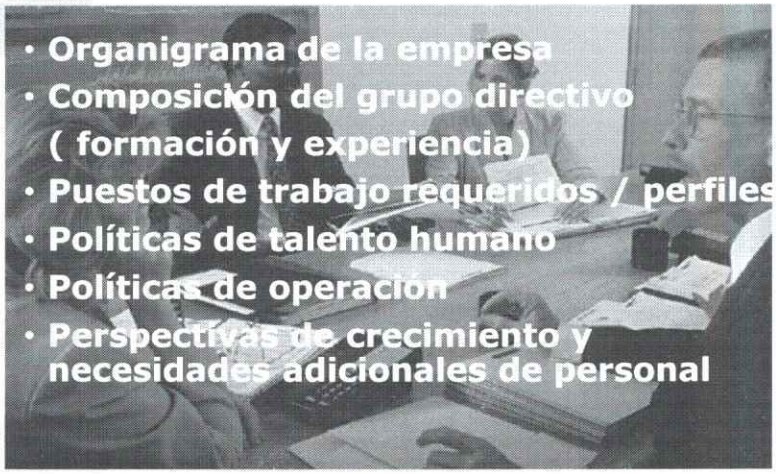
Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

UNIDADES OPERACIONALES

- ADMINISTRACIÓN.
- MERCADEO.
- FINANZAS.
- SERVUCCIÓN.

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento · Productividad · Asociatividad

7. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL



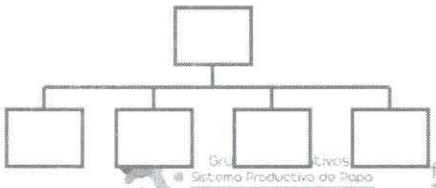
- Organigrama de la empresa
- Composición del grupo directivo (formación y experiencia)
- Puestos de trabajo requeridos / perfiles
- Políticas de talento humano
- Políticas de operación
- Perspectivas de crecimiento y necesidades adicionales de personal

PROCESO DE PLANEACION ESTRATEGICA

ESTRUCTURA ORGANICA

El organigrama de la empresa establece:

- ☑ Responsabilidades.
- ☑ Niveles Jerárquicos.
- ☑ Alcance y dimensión.

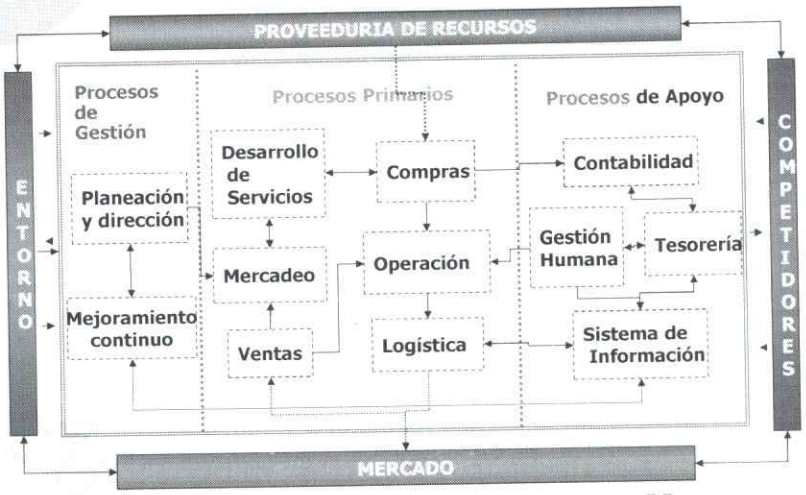


MODELO ESTRUCTURAL ADMINISTRATIVO

Recursos	Actividades	Metas
FINANCIEROS. HUMANOS. TECNOLOGICOS. FISICOS.	LOGISTICA ADTIVA. MERCADEO SERVUCCION R. HUMANAS. INVESTIGACION. CONTABILIDAD. FINANZAS.	PLATAFORMA. PARTICIPACION. CALIDAD. COMPROMISO. POSICIONAMIENTO. RESGISTRO. PROYECCION

OBJETIVOS

LA ORGANIZACIÓN Y LOS PROCESOS



Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad

fedepapa

FNFP

PROCESO DE DEFINICIÓN PERFILES DE CARGOS

Definición de los Procesos

Definición de las actividades

Definición de las responsabilidad

Definición de los perfiles de cargo

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Rentabilidad

fedepapa

FNFP

GRUPOS ASOCIATIVOS
SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA

FORMACIÓN EN FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PLAN DE NEGOCIOS

TALLER 3
ESTRATEGIA FINANCIERA
Plan Financiero

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

fedepapa

FNFP

EVALUACIÓN FINANCIERA

- Inversión inicial / fuentes de financiación
- Costos de prestación del servicio
- Estado de resultados proyectado
- Punto de equilibrio
- Flujo de caja proyectado
- Balance proyectado
- Principales indicadores financieros

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Asociatividad

fedepapa

FNFP

APLICACION Y COMPORTAMIENTO DE LOS COSTOS

LOS ESTADOS FINANCIEROS

ESTADO DE RESULTADOS SIMPLIFICADO

Ventas			$_____
(–) Costo de Ventas		_____	
(=) Utilidad Bruta			$_____
(–) Costo Operacional			
Nominas		_____	
Arrendamientos	_____		
Servicios	_____		
Suministros	_____		
Depreciación		_____	
Publicidad	_____		
Seguros	_____		
Asesorías	_____		
Gastos Diversos	_____		
Costos Totales de Operación			$_____
(–) Costos No Operacionales			
Intereses	_____		
Costos Totales No Operacionales			$_____
(=) Utilidad Antes de impuestos		$_____	
(–) Impuestos		$_____	
Utilidad Neta del Ejercicio			$_____

LOS ESTADOS FINANCIEROS

FLUJO DE CAJA SIMPLIFICADO

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4
INGRESOS				
Ventas de Contado				
Ventas a 30 Días				
Ventas a 60 Días				
Ventas a 90 Días				
Otros Ingresos				
TOTAL INGRESOS	$	$	$	$
EGRESOS				
Compras Contado				
Compras a Crédito				
Nomina				
Primas y Vacaciones				
Arrendamientos				
Servicios				
Honorarios				
Publicidad				
Créditos e Intereses				
Impuestos				
Otros Egresos				
TOTAL EGRESOS	$	$	$	$
DEFICIT O SUPERAVIT	$	$	$	$
SALDO MINIMO DE CAJA	$	$	$	$
SALDO ACUMULADO	$	$	$	$

MIL GRACIAS... !

GRUPOS ASOCIATIVOS
SISTEMA PRODUCTIVO DE PAPA

FORMACIÓN EN FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PLAN DE NEGOCIOS

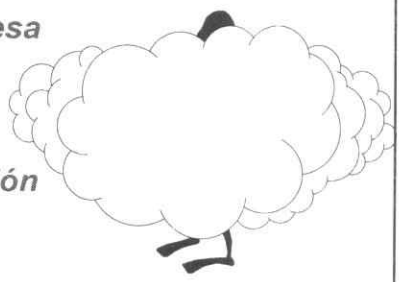
TALLER 4
PLAN DE NEGOCIOS

CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ BARBOSA
CONSULTOR EMPRESARIAL

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento • Productividad • Rentabilidad

COMPONENTES DEL PLAN DE NEGOCIOS

Introducción
Antecedentes de la Empresa
Descripción del Servicio
Análisis del Mercado
Comercialización
Infraestructura y Servucción
Organización
Evaluación Financiera
Propuesta Estratégica
Plan de Acción
Resumen Ejecutivo



MIL GRACIAS… !

Grupos Asociativos
Sistema Productivo de Papa
Fortalecimiento - Productividad - Asociatividad