

Diplomado “Convirtiéndonos en una cooperativa con orientación en agronegocios”



Módulo N° 4

Planes de negocio

Nombre Profesor/a Roberto Luengo

Branada

Fecha 08-02-2022

Lo visto en las últimas dos clases



Modelo de
negocio Canvas

Lean Canvas

Plan de
empresa

Financiamiento

- ¿Qué entienden por modelo de negocio? / ¿Lo sabrían aplicar?
- ¿Qué entienden por plan de empresa? / ¿Lo sabrían aplicar?
- La aplicación de estas herramientas de negocio, ¿tienen diferencias al aplicarlas en cooperativas respecto a una empresa tradicional?

Lo que haremos hoy



- Mediante un ejercicio base, aplicar parte de las herramientas de negocios que vieron en las dos sesiones pasadas, con foco en cooperativas.
- Reflexionar respecto a la complejidad de las cooperativas y la aplicabilidad de estas herramientas en este tipo de organizaciones.

MATERIA DE APOYO

Segmento de clientes



¿Para quién/quienes estamos creando valor?

¿Quién es nuestro cliente?

¿Quién usará el producto/servicio?

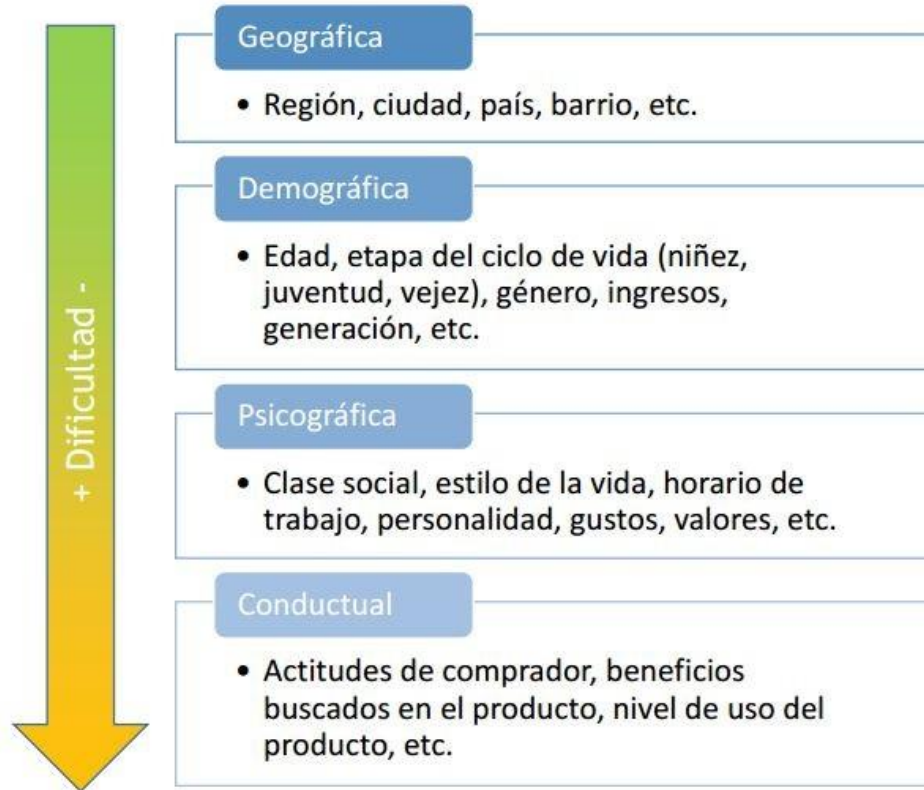
¿Quién decidirá comprar nuestro
producto/servicio?

Segmento de clientes



¿Edad? ¿Género?
¿Región/Ciudad/Barrio?
¿Gustos? ¿Preferencias?
¿Cuántas personas son en el
segmento? ¿Cuánto consumen?

Segmento de clientes



Propuesta de valor



Elemento diferenciador que se le ofrece a los clientes y que permiten **ser escogidos** por sobre la competencia.

¿Cuál o cuáles es/son ese/esos elemento/s?

Propuesta de valor



La propuesta de valor **ofrece una solución a los problemas** de los clientes y consumidores, satisfaciendo sus necesidades.

Propuesta de valor



La propuesta de valor considera una estrategia con la cual se llegará a los clientes, algunos elementos relevantes pueden ser:

- El producto primario
- Valores adicionales esperados del producto
- Valores adicionales inesperados del producto
- Los servicios entregados
- El envasado y envoltorio
- El despacho
- El precio
- Imagen
- Diseño

Propuesta de valor



Algunas preguntas útiles para describir la propuesta de valor son:

¿Cómo mi PV alivia a mis clientes?

¿Cómo mi PV da alegrías a mis clientes?

Ejercicio



Supongamos que ud. es un criancero caprino dedicado a los lácteos al igual que sus compañeros/as. Cada uno/a tiene un terreno agrícola pequeño con cabras.

Presentan algunos ***problemas*** en común:

1. Les falta inversión para poder obtener la Resol. Sanitaria.
2. Tienen un bajo poder negociador. Pueden vender el producto a bajo precio.
3. No pueden aumentar la producción.
4. Tienen altos costos de producción que no pueden disminuir.

Ejercicio



Deciden asociarse como cooperativa para:

1. Tener una planta procesadora de la leche con Resol. Sanitaria.
2. Crearán productos de mayor valor agregado que serán más valorados en el mercado.
3. Unirán la producción de todos/as para acceder a mercados de mayor importancia económica.
4. Contratarán servicios veterinarios y compartirán costos productivos para ser más eficientes.

Ejercicio 1 – 25 minutos



- Se les enviará a una sala de Zoom donde simularán, con el resto de las personas de la sala, formar una cooperativa agrícola de crianceros caprinos.
- Preséntense y definan un/una encargado/a de grupo (se les aconseja ponerse un nombre como cooperativa).
- Ingresen al link de Jamboard y definan **2 segmentos de clientes y la propuesta de valor** para su cooperativa.
- Cualquier otra información que necesiten pueden definirla ficticiamente con el grupo.

- <https://jamboard.google.com/d/11UTSLEpK37J--uwlvpVAQUQAIUZ58nylycNhaNivBuM/viewer?f=0>

Plenario



- Presenten en 2 minutos por grupo lo desarrollado.
- Algunas reflexiones del ejercicio.

MATERIA DE APOYO

Objetivos de la cooperativa



La cooperativa, a través de un trabajo colectivo, tiene que definir los objetivos sociales y productivos.

A partir de estos objetivos, el/la encargado/a del área de comercialización debe definir los objetivos de comercialización, los cuales deben ser presentados al consejo de administración o a la asamblea.

Una vez acordados los objetivos de comercialización, se puede pasar a la definición de las objetivos específicos o metas del área de comercialización.

Objetivos de la cooperativa



Las metas u objetivos específico del área de comercialización deben ser:

Específicas

Medibles

Alcanzables

Relevantes respecto a los objetivos a cumplir.

Con un tiempo límite.

Estrategias competitivas



- Diferenciación
- Liderazgo en costos
- De nicho

Ejercicio 2 – 25 minutos



- Manteniendo los grupos anteriores...
- Ingresen al link de Jamboard y definan **3 a 5 objetivos/metast para el primer año de operación de la cooperativa**, estos deben ser **específicos, simples, medibles, alcanzables, realizables y con un temporalidad**.
- Definan cuál será la **estrategia competitiva** de la cooperativa.
- Cualquier otra información que necesiten pueden definirla ficticiamente con el grupo.

https://jamboard.google.com/d/1omaqgeEyckGptOZ3xEC_fnsXWz0H2tfkczzozf2-YCo/viewer?f=0

Plenario



¿Algunas reflexiones del ejercicio?

Ejemplo - COLEP



- <https://www.youtube.com/watch?v=HmbLxeVEWdU>
- <http://colep.cl/index.php/colep-cooperativa/>

Algunas reflexiones



- La estructura organizacional y la dinámica de una empresa colectiva pueden afectar directamente a los recursos clave y la propuesta de valor.
- La idea de negocio puede partir de una necesidad del mercado como de los/las socios/as. Hay que hacer que ambas converjan.

Algunas reflexiones



- En el caso de las cooperativas, existe una dificultad adicional al definir el plan de empresa/negocio, ya que los objetivos son definidos por todos sus socios/as y cumplen un carácter social y económico.
- Definición de objetivos de manera colectiva.
- Las cooperativas tienen otra estructura organizacional donde en lo alto está la asamblea de socios/as y en la parte baja la gerencia. Esta forma de tomar decisiones es relevante al definir el plan de empresa/negocio.

Roberto Luengo Branada

rluengo@fen.uchile.cl

MUCHAS GRACIAS