



CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

CURSO

Convirtiéndome en cooperativa

MÓDULO 4: Cooperativas Agrícolas Modernas Sesión 2: Taller de Modeo de Negocio

Roberto Luengo Branada



Centro Internacional
de Economía Social
y Cooperativa.

*más
unidos*
PLAN NACIONAL DE
ASOCIATIVIDAD



Fundación para la
Innovación Agraria



Presentación

Presentación de los/las alumnos/as

Nombre, cooperativa, motivaciones, otros.

¿Cuál es la idea de negocio de su cooperativa?



CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

Temario

- Idea y Modelo de Negocio
- Modelo de Negocio Canvas



CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

La idea de negocio y el modelo de negocio

La Idea de Negocio



La Idea de Negocio

Todo emprendimiento surge de la idea del emprendedor/ra, en el caso de las cooperativas, la idea de negocio surge de la colectividad.

La idea de negocio cooperativa surge de la necesidad económica y social del grupo asociativo, la cual busca **satisfacer esta necesidad grupal**.



Modelo de negocio

Un modelo de negocio describe los fundamentos de cómo una organización/emprendimiento **crea, desarrolla y captura valor**.

A través de la captura de valor, las cooperativas pueden **lograr sus objetivos sociales y económicos**.

El valor buscado por las cooperativas no solo se enfoca en lo monetario, sino que también en lo social.



CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

Modelo de negocio

Reconocer **necesidades** y **problemas** de los/las clientes/as para ofrecerles una **propuesta valiosa** para ellos/as.

Detectar **ventajas competitivas**.

Modelo de negocio

Un modelo de negocios:

- Define **qué** vamos a ofrecer al mercado
- **Cómo** lo vamos a hacer
- A **quiénes** se lo venderemos
- **Cuánto** nos costará y generará de ingresos

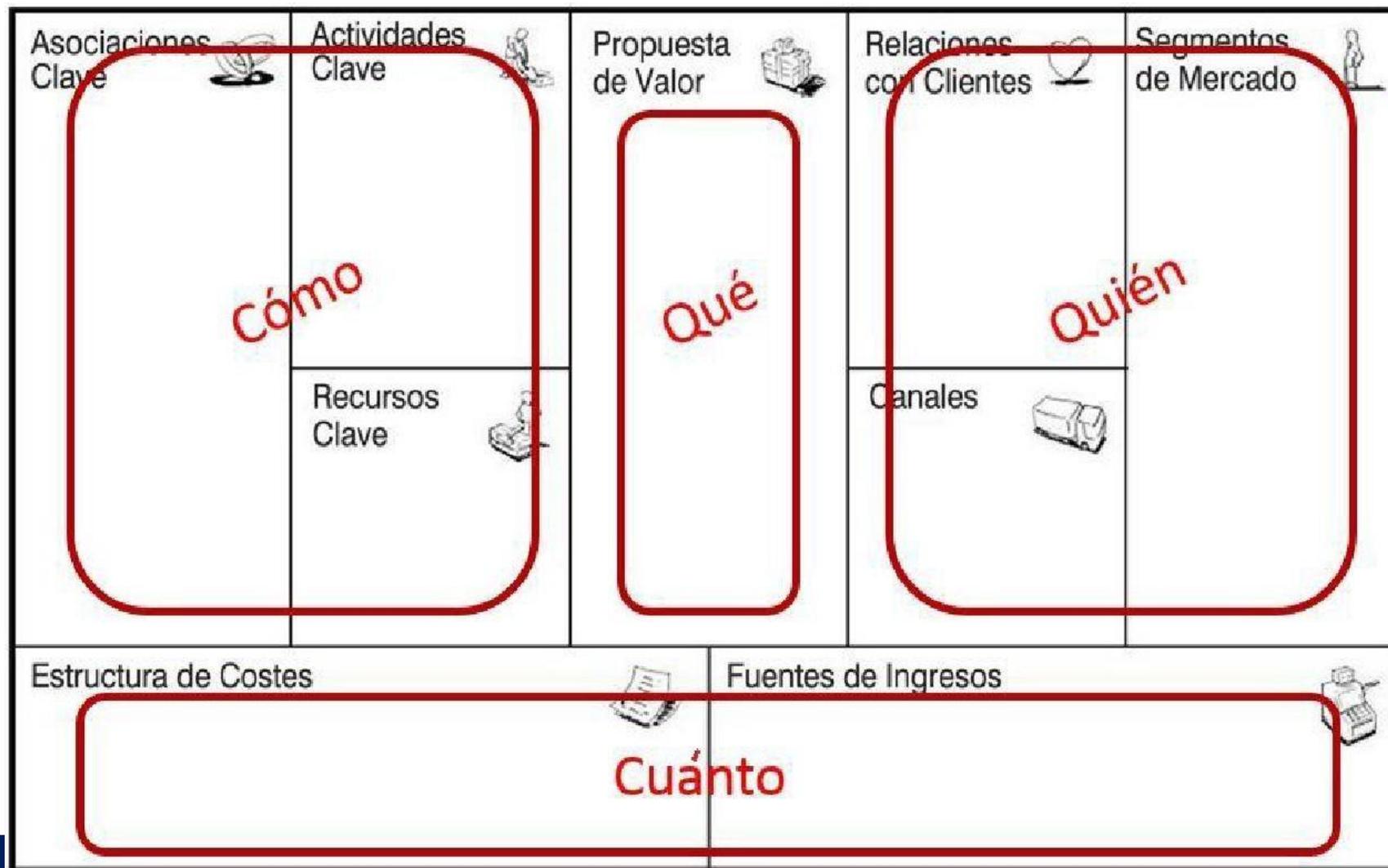
Modelo de negocio

Existen numerosas metodologías para el desarrollo del Modelo de Negocio, siendo una de las más populares el Lienzo de modelo de negocio (Canvas).

Algunos otros:

- Lean Canvas, para negocios incipientes.
- Canvas de Negocio Social (Ginés Haro Pastor).
- The circular business model (3 vectores e Innodriven), para negocios de la economía circular.

Modelo de negocio Canvas





Modelo de negocio Canvas

Metodología desarrollada por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, la cual a través de 9 secciones se puede modelar la idea de negocio, buscando que esta sea coherente y permita lograr los objetivos estratégicos.

Segmento de clientes



Segmento de clientes

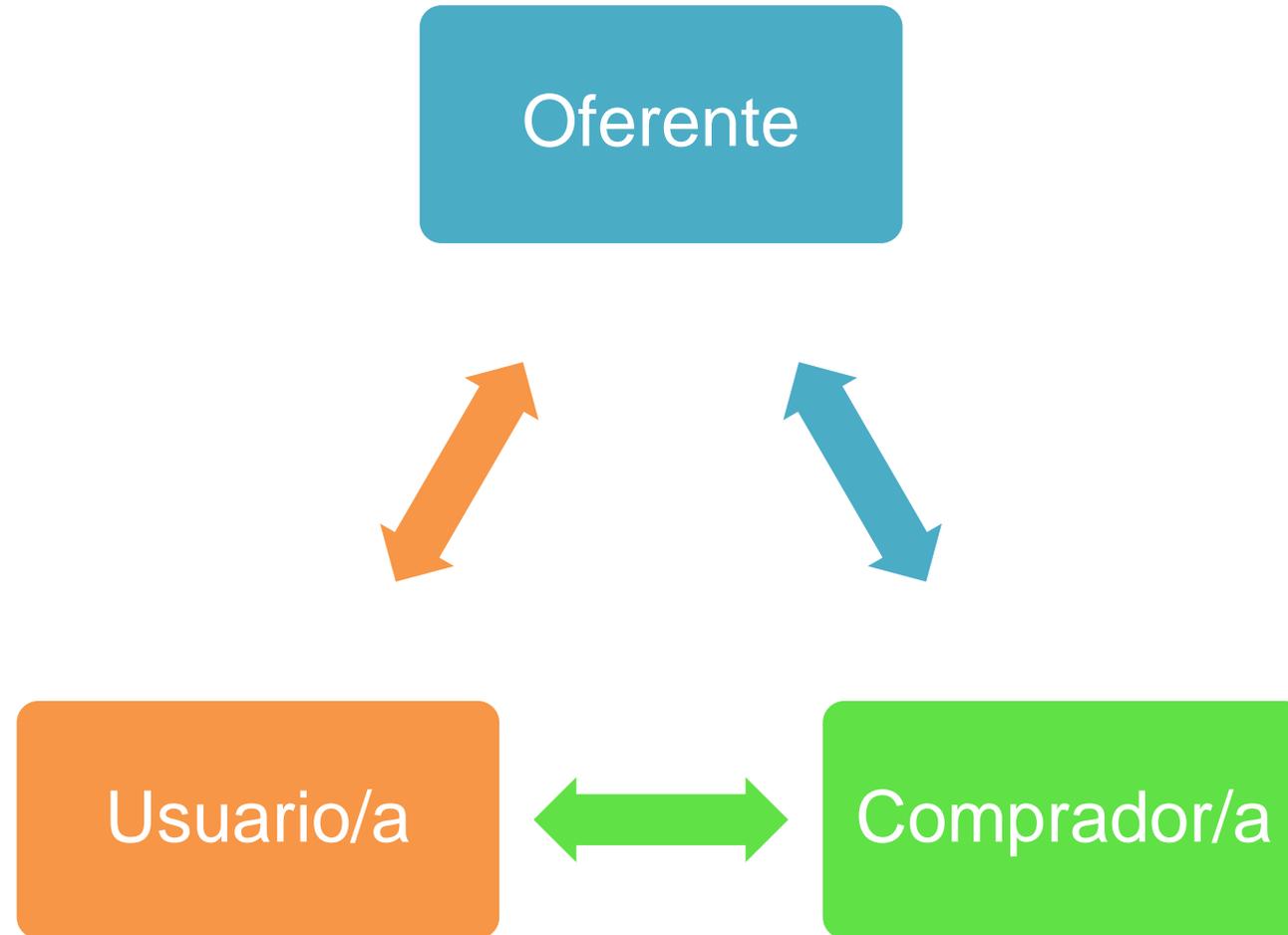
¿Para quién/quienes estamos creando valor?

¿Quién es nuestro cliente?

¿Quién usará el producto/servicio?

¿Quién decidirá comprar nuestro producto/servicio?

Segmento de clientes



Segmento de clientes

Mercado objetivo: conglomerado de personas que tienen **necesidades** de productos, dentro de una **clase de producto**, y cuentan con la capacidad, la disposición y la autoridad para comprar tales productos.

William M. Pride – O.C. Ferrell. Marketing Conceptos y Estrategias

Segmento de clientes

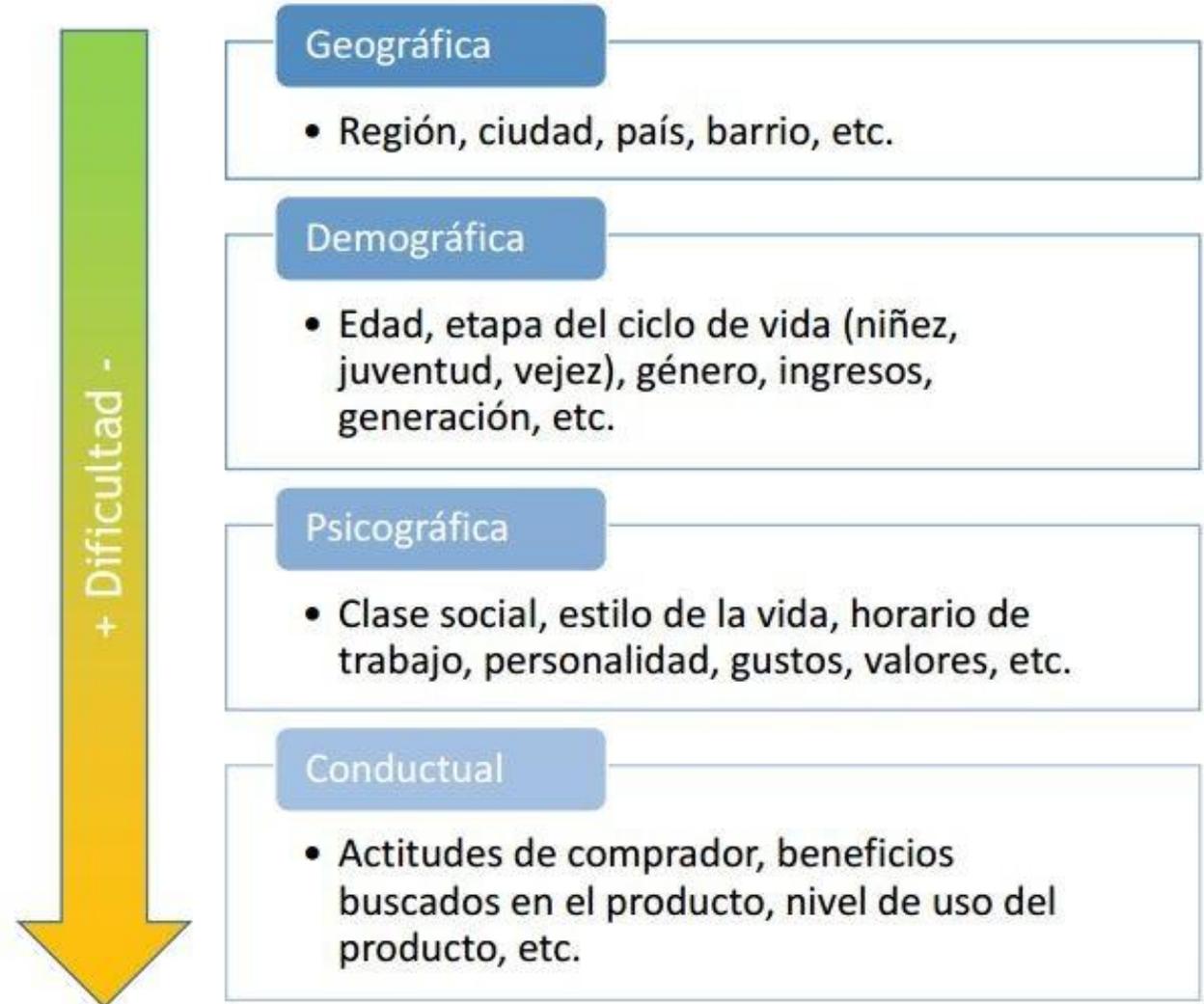
Segmentación del mercado: Proceso de **dividir un mercado** total en grupos con necesidades de productos relativamente similares para diseñar una mezcla de marketing que se ajusta a dichas necesidades.

William M. Pride – O.C. Ferrell. Marketing Conceptos y Estrategias

Segmento de clientes

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

Segmento de clientes





CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

Segmento de clientes

Lograr detectar las **necesidades/problemas** de un segmento de clientes



CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

Segmento de clientes

Actividad:

Identifique al menos 2 segmentos de clientes y descríbalos.



Propuesta de Valor



Centro Internacional
de Economía Social
y Cooperativa.



CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE





CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

Propuesta de Valor

¿Por qué mis clientes escogen mis productos/servicios?

¿Qué necesidades estoy satisfaciendo?

Propuesta de Valor

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

Se define la estrategia que apuntará al segmento de mercado: producto, distribución, promoción y precio.

Canales





Canales

Canales de distribución: entregan el valor del producto/servicio a los clientes/as

Canales de comunicación: comunican la propuesta de valor a los clientes/as

Canales

¿Cómo les hago llegar mis productos a mis segmentos?

Intermediarios, en un local, con despacho a domicilio, etc.

Relación con clientes



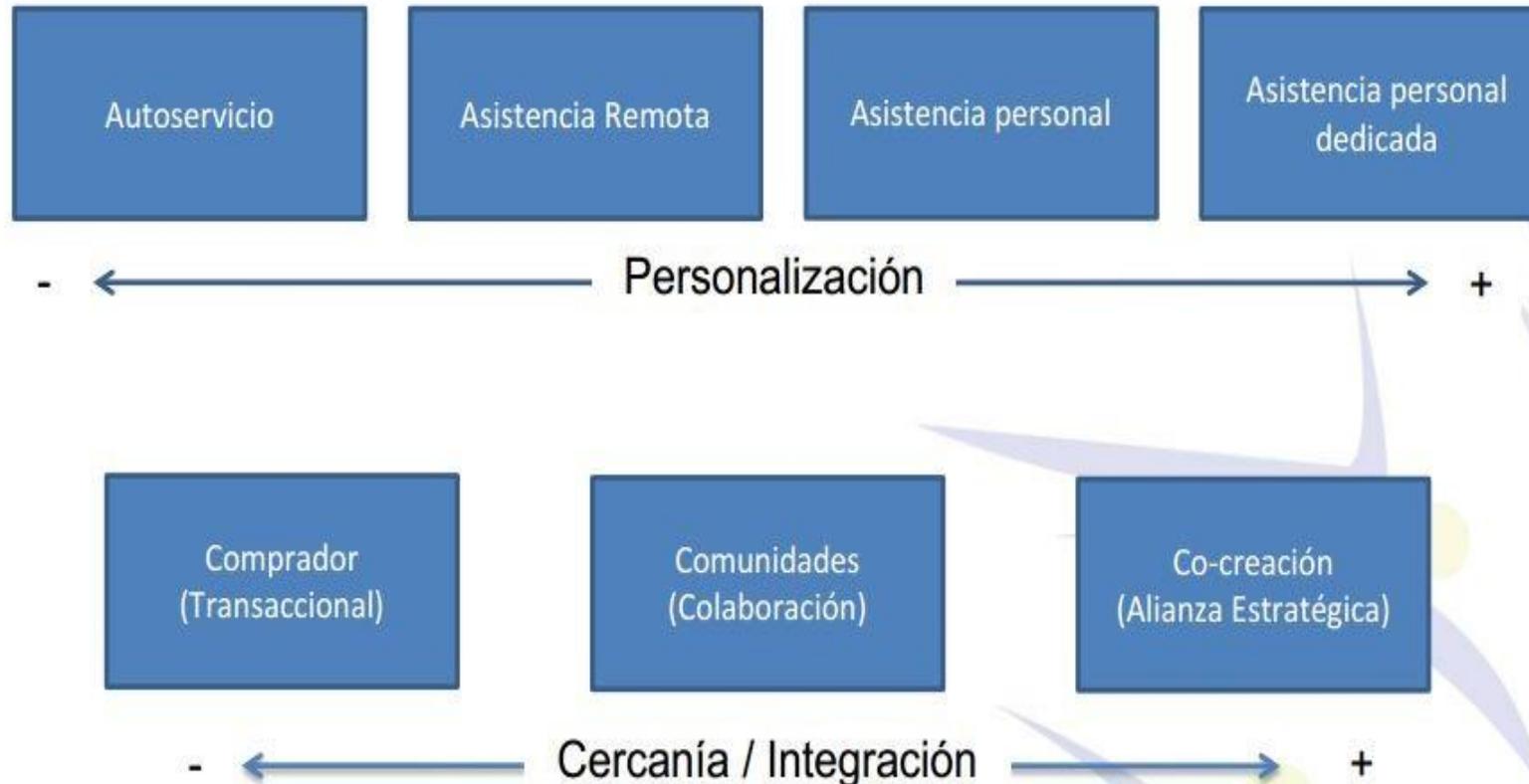
Relación con clientes

¿Qué tipo de relaciones mantendré con mis clientes/as?

¿Cómo las mantendré?

¿Cómo fidelizar a mis clientes/as?

Relación con clientes



Fuentes de ingresos



Fuentes de ingresos

Algunas fuentes de ingresos:

- Venta de productos
- Cuotas de suscripción
- Concesión de licencias / franquicias
- Comisiones por intermediación
- Publicidad



Fuentes de ingresos

¿Cómo genero flujos de ingresos por cada segmento?



Recursos Claves

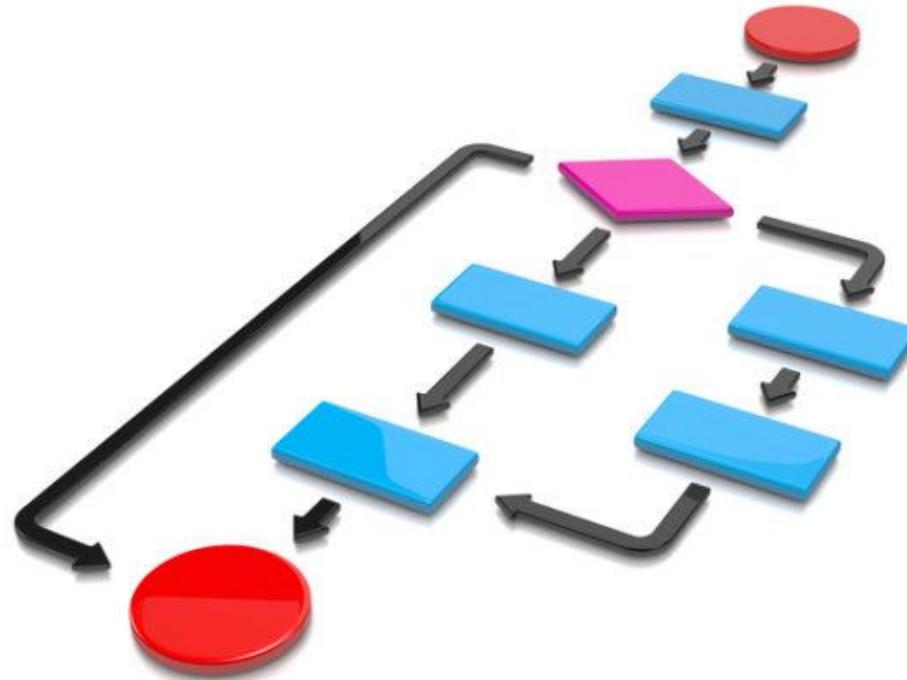
Todas las organizaciones necesitan recursos para funcionar.
¿Cuáles son los determinantes en mi propuesta de valor?

Recursos Claves

Tipos de recursos:

- Físicos
- Intelectuales
- Humanos
- Financieros

Actividades Claves



Actividades Claves

Acciones permanentes que requieren las organizaciones para su funcionamiento.

¿Cuáles son fundamentales para la propuesta de valor?

Actividades Claves

Tipos de actividades:

- Producción: Manufactura y logística
- Solución de problemas: Asesorías, gestión del conocimiento, etc.
- Mantención de plataformas: desarrollo, mantención y promoción de plataformas.

Socios/as Claves





Socios/as Claves

Red aliados que hacen funcionar el modelo de negocio.

Permiten:

Optimización y economías

Acceso a financiamiento

Aumento de capacidad productiva

Adquisición de recursos

Socios/as Claves

Tipos de socios/as claves:

- Proveedores
- Empresas complementarias
 - Inversionistas
 - Instituciones financieras
- Profesionales/técnicos asociados

Estructura de Costos



Estructura de Costos

Los costos son los recursos sacrificados para lograr un objetivos específico a futuro.

Es importante distinguir los costos por tipo de producto/servicio.

Estructura de Costos

Costos Fijos: Costos que no dependen del volumen de ventas de la empresa

Costos Variables: Costos que varían según el volumen de ventas.

¿Cómo asignarle el costo fijo a mis productos/servicios?

Costos

- Ejemplo costos fijos: sueldos, arriendo, gastos básicos, internet y telefonía.
- Ejemplo costos variables: materiales e insumos.

Costos

Ejercicio. Una cooperativa de crianceros caprinos, tiene los siguientes costos y gastos:

- Leche de cabra
- Fermentos y cuajo
- Costo mensual en tratamiento veterinario
- Envases
- Etiquetas
- Sueldos
- Combustible
- Gastos de administración y básicos de oficina
- Redes sociales mensualmente
- Otros costos fijos

Costos

Ejercicio. ¿Qué tipos de costos son Variables o Fijos?

- Leche de cabra - Variable
- Fermentos y cuajo - Variable
- Costo mensual en tratamiento veterinario - Fijo
- Envases - Variable
- Etiquetas - Variable
- Sueldos - Fijo
- Combustible - Variable
- Gastos de administración y básicos de oficina - Fijos
- Redes sociales mensualmente - Fijos
- Otros costos fijos - Fijos

Costos

Ejemplo - Costos Variable

¿Cuánto cuesta un pieza de 700 a 800grs de queso de cabra?

- Leche: \$5.000 1 litro = 800grs queso
- Combustible: \$50.000 traslado de 100 piezas de queso
- Fermento, cuajos y otro: \$1.500 por litro = 800grs queso
- Envase: \$500 por pieza
- Etiquetas: \$200 por pieza
- Costo variable por pieza de queso: \$7.700

Costos

Ejemplo - Costos fijos

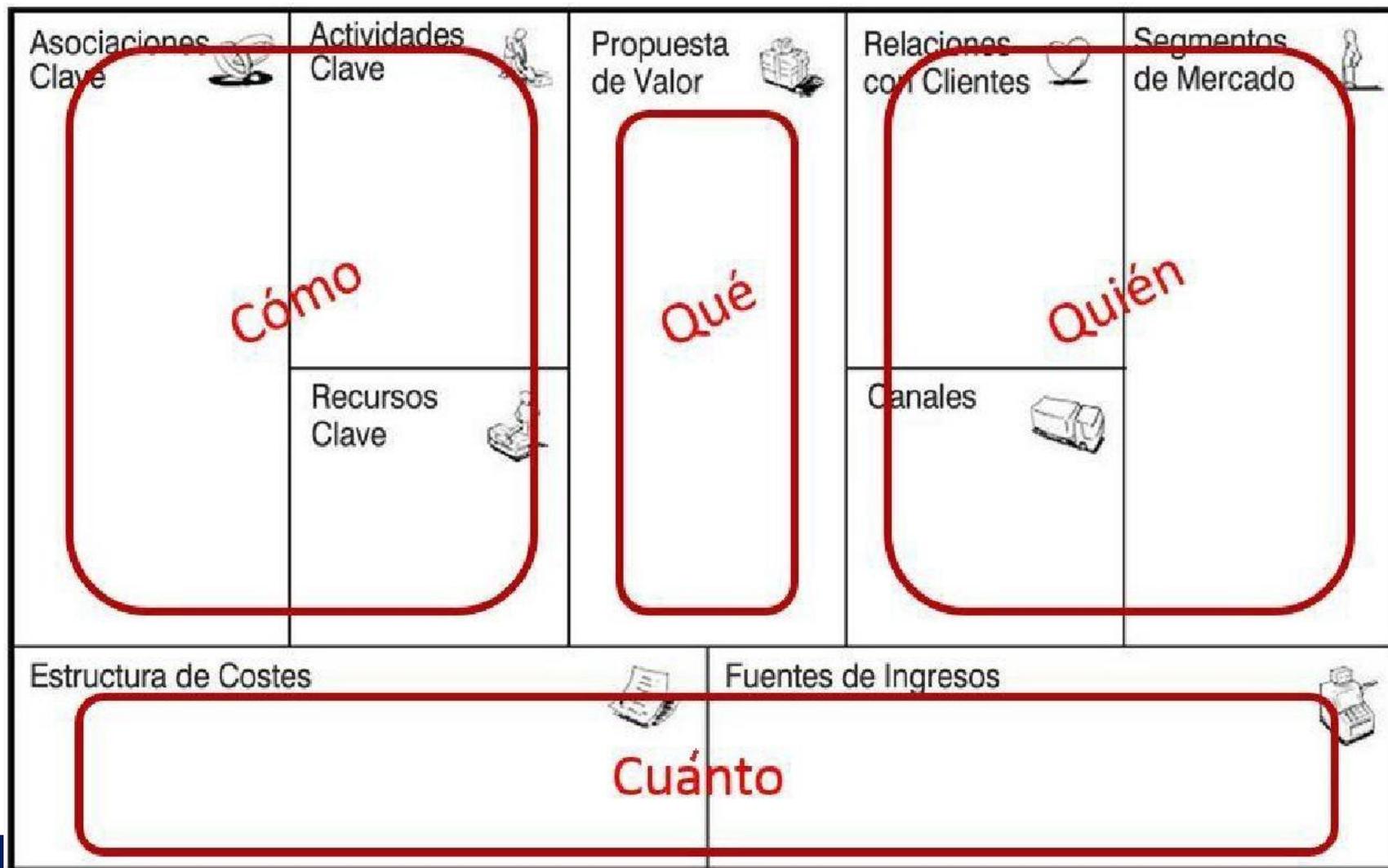
- Costo mensual en tratamiento veterinario
- Sueldos
- Gastos de administración y básicos de oficina
- Redes sociales mensualmente
- Otros costos fijos
- Total costos Fijos mensuales: \$6.000.000

Tarea

Desarrolle el modelo de negocio de su cooperativa
partiendo por un segmento de clientes.

*(Si tiene más segmentos de clientes, puede desarrollar
más de un modelo de negocio).*

Modelo de negocios





171
AÑOS

Formando
personas
transformando
país