

LA PRODUCCION EN LA EMPRESA COOPERATIVA AGROPECUARIA MANUAL DEL COOPERATIVISTA HONDUREÑO

PN ACF-778
10239 =



NOMBRE



FUNDACIÓN FINACOOP

AUTORA Ana Eligia Murcia





LA PRODUCCIÓN EN LA COOPERATIVA AGROPECUARIA

AGRADECIMIENTOS

En la elaboración de este Manual como producto final han colaborado muchas personas e instituciones. Un agradecimiento especial por la ayuda en

La validación a las cooperativas CAPROCATAL, CARPHIL, COAAL, COAPINSA, COHORSIL, COHPAAL, COARENE, LA PROVEEDORA, LOS PINOS, MAYA OCCIDENTAL, TRINITECA, 22 DE MAYO y VILLA SANTA

Apoyo logístico al personal de FINACOOP y de la Unidad para Inversiones en Agronegocios de ACIDI (Desarrollo Internacional de Cooperativas Agropecuarias) en Honduras

El contenido a John H. Young



RECONOCIMIENTOS

Financiado por

La Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos de América

Proyecto de Desarrollo Empresarial para Pequeños Productores

Acuerdo Cooperativo Número 522-0383-C-00-3266-00

Administrado por

ACIDI



LA *FUNDACIÓN FINACOOP* FOMENTA EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS COOPERATIVAS AGROPECUARIAS HONDUREÑAS

La *FUNDACIÓN FINACOOP* ha creado el Programa Modular Empresarial con el fin de promover, afianzar y fortalecer el recurso humano, el crecimiento económico y social de las cooperativas agropecuarias a las cuales sirve

El Programa Modular Empresarial fue creado exclusivamente como parte integral de los servicios que ofrece la *FUNDACIÓN* a sus cooperativas clientes. Este programa consiste en

- Una visión empresarial plasmada en siete módulos de capacitación
- Una metodología de aprendizaje participativa
- Tareas Aplicadas a las realidades de las empresas cooperativas agropecuarias
- El fomento de hábitos empresariales en las cooperativas participantes
- Herramientas de análisis orientadas a promover cambios que lleven a una mayor rentabilidad y mejores servicios a sus afiliados

**TRANSFORMANDO LA PROMESA COOPERATIVA EN UNA
REALIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL**

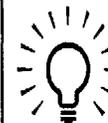
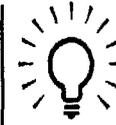




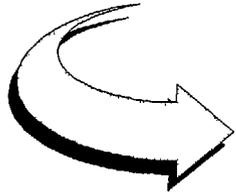
TABLA DE CONTENIDO

TEMA	Página
Uso del Manual	1
Propósito	2
¿Qué Es Producción Para las Cooperativas Agropecuarias?	3-6
Nuevo Enfoque	7
¿Qué Es y Para Qué Sirve un Salvavidas?	8
¿Cómo Se Compara la Producción a un Salvavidas?	9
¿Cuáles Son los Cuatro Puntos Por Donde Puede Fracasar La Producción?	10
Los Consumidores, el Primer Punto Vital en el Salvavidas de la Producción	11-12
El Mercado, el Segundo Punto del Salvavidas de la Producción	13-14
El Procesamiento, el Tercer Punto Vital del Salvavidas de la Producción	15-16
Los Insumos, el Cuarto Punto Vital del Salvavidas de la Producción	17-19
¿Cómo Evitar Que el Salvavidas de la Producción Se Desinfle?	20-29
Cooperativa Maderera El Alamo, Ltda (COMAL)	30-33

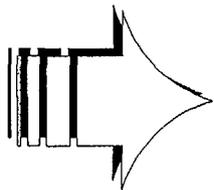
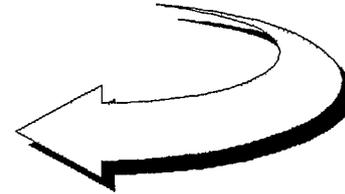


USO DEL MANUAL

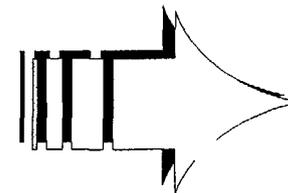
Este es uno en la serie de siete manuales. Cada manual ha sido diseñado para facilitarle a Usted compañero o compañera cooperativista la lectura y la comprensión del material además de proveerle espacio para tomar notas.



En este espacio ancho de la página se van a presentar explicaciones, definiciones, algunas preguntas y ejercicios estructurados, donde usted podrá participar de acuerdo a las direcciones del instructor o extensionista de su cooperativa.



En el espacio angosto a la derecha de la línea donde aparece un  le invitamos a anotar sus ideas, preguntas y comentarios para futura referencia. *Este es su manual.*





PROPÓSITO

Este *Manual* ofrece un nuevo concepto de producción para ayudar a las cooperativas agropecuarias a entrar al mundo competitivo y sin barreras del siglo veintiuno. Pero para eso vamos primero a definir qué es la PRODUCCIÓN teniendo en cuenta

LO QUE ES UNA EMPRESA COOPERATIVA AGROPECUARIA

Una empresa cooperativa agropecuaria es un **negocio** en el cual sus afiliados son tanto **dueños** como **consumidores** de los productos y servicios ofrecidos. Entonces, como negocio la cooperativa debe de **producir ganancias** para los **dueños** y a la vez debe de **satisfacer** las necesidades de todos sus **consumidores**.

LOS 4 TIPOS DE NEGOCIOS DE LAS EMPRESAS COOPERATIVAS AGROPECUARIAS QUE APOYA FINACCOOP

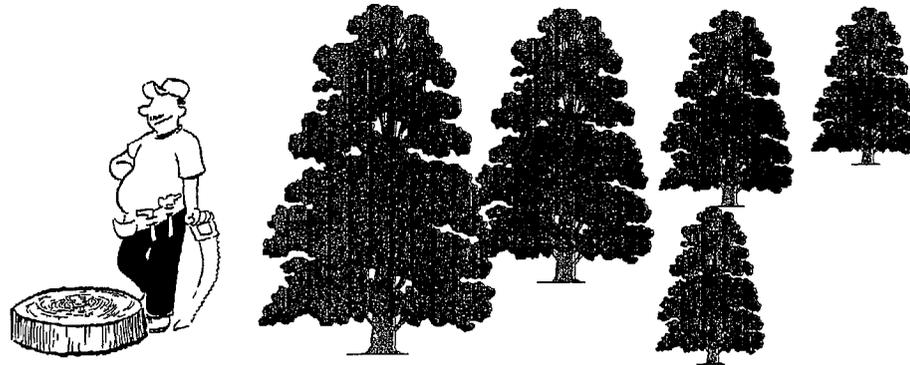
- 1** Sacar o extraer recursos de la naturaleza
- 2** Cultivar la tierra o criar animales
- 3** Transformar productos agropecuarios
- 4** Ofrecer servicios de apoyo a los otros tres tipos de negocios



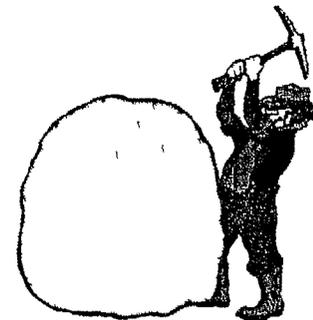
¿QUÉ ES **PRODUCCIÓN** PARA LOS **CUATRO** TIPOS DE NEGOCIOS DE LAS COOPERATIVAS AGROPECUARIAS?

1 Para las empresas cooperativas agropecuarias que sacan recursos de la naturaleza

Para las cooperativas madereras **PRODUCCIÓN ES** la **habilidad** de hacer todas las tareas para cortar y sacar árboles para la venta, o para extraer resina de los mismos



Para las cooperativas caleras **PRODUCCIÓN ES** la **habilidad** de hacer todas las tareas para sacar, romper, triturar, quemar y pulverizar el mayor número de piedras calizas para hacer cal

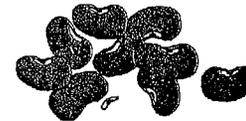
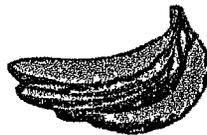


PIEDRA CALIZA



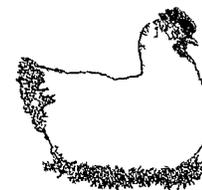
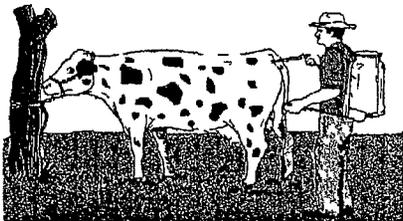
2 Para las empresas cooperativas agropecuarias que cultivan la tierra

PRODUCCIÓN ES la **habilidad** de hacer todas las tareas necesarias a tiempo para sembrar, cultivar, cosechar y almacenar productos FINACOOOP trabaja con cooperativas cafetaleras, cañeras y de productores de hortalizas



Para las empresas cooperativas agropecuarias que crían animales

PRODUCCIÓN ES la **habilidad** de hacer todas las tareas necesarias para reproducir, criar y engordar animales Como ejemplos tenemos las cooperativas ganaderas y las cooperativas avícolas

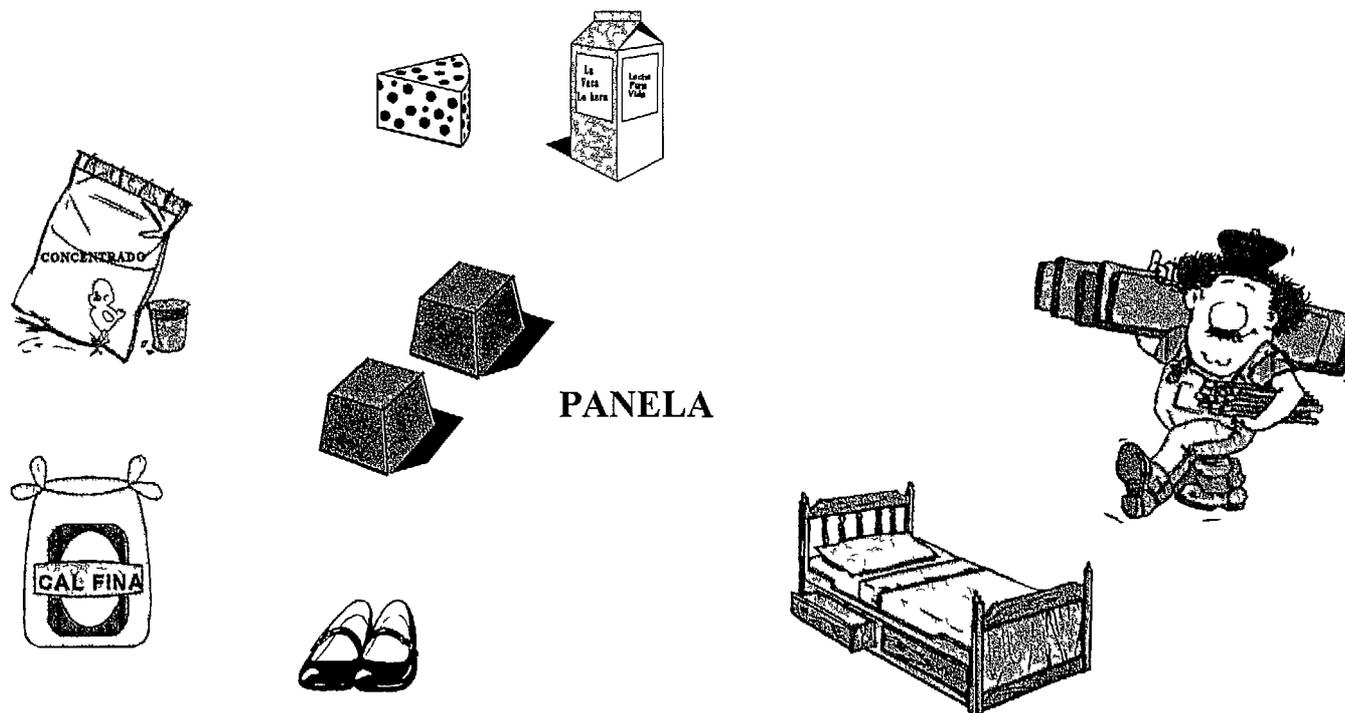


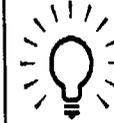


3 Para las empresas cooperativas que transforman productos agropecuarios

PRODUCCIÓN ES la **habilidad** de realizar todas las tareas a tiempo para hacer cambios en productos agropecuarios y convertirlos en nuevos productos procesados

FINACOOP trabaja con negocios de cooperativas que convierten el maíz junto con otros productos en concentrado para animales. Otras convierten la leche en queso y mantequilla, la caña de azúcar en panela y miel, y la piedra caliza en cal. Algunas transforman la madera en muebles y el cuero en suela para zapatos.



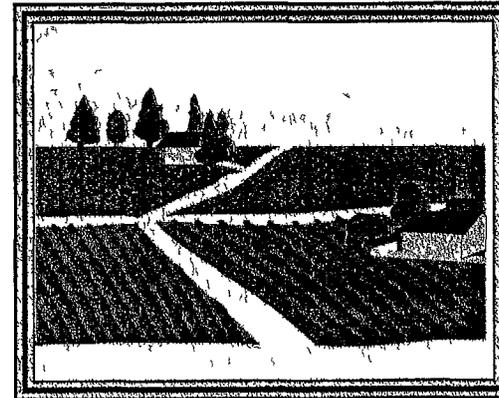


4 Para las empresas cooperativas agropecuarias cuyo negocio es prestar servicios

PRODUCCIÓN ES la **habilidad** de hacer todas las tareas necesarias para ofrecer los productos y servicios deseados por las cooperativas que cultivan la tierra, crían animales o transforman productos agropecuarios. Algunas cooperativas ofrecen insumos y asistencia técnica a través de sus tiendas de consumo, otras prestan servicios de aserrio y varias acopian y comercializan los productos de sus afiliados



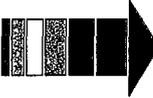
GRANJA DEMOSTRATIVA





NUEVO ENFOQUE

Este *Manual* le ayudará a descubrir la producción como un **salvavidas**, tanto del negocio de la cooperativa como de los negocios de sus afiliados. Usted podrá reconocer cuatro puntos claves por donde ese **salvavidas** se puede romper, y qué hacer para prevenirlo. Para ello el *Manual* contestará las siguientes preguntas:

-  ¿Qué es y para qué sirve un salvavidas?
-  ¿Cómo se compara la producción agropecuaria a un salvavidas?
-  ¿Cuáles son los cuatro puntos por donde puede fracasar la producción?
-  ¿Cómo evitar que el salvavidas de la producción se desinfle?



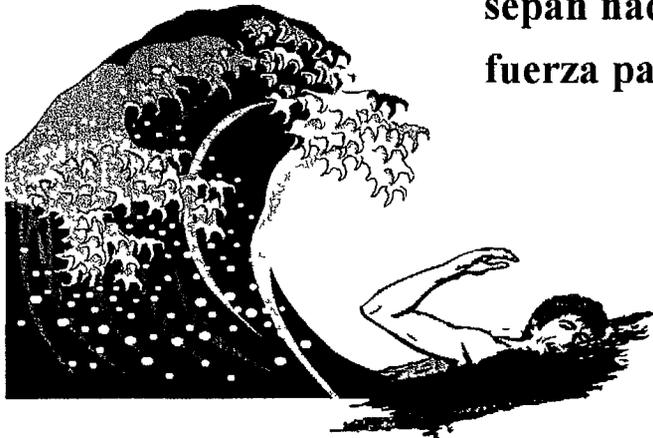
¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE UN SALVAVIDAS?

El salvavidas al que nos referimos aquí es un flotador de hule, liso, liviano, redondo, con un espacio en el centro por donde caben la cabeza y los hombros de una persona

Este salvavidas es muy parecido al neumático que viene dentro de las llantas de los carros, pero tiene cuatro puntos de apoyo o agarraderas (en el dibujo son las rayas rojas) que sirven para sostener el cuerpo evitando que el salvavidas se deslice fácilmente



Como su nombre lo dice, el salvavidas se usa para rescatar las vidas de las personas que se están ahogando; ya sea porque no saben nadar o porque aunque sepan nadar se encuentran en una emergencia y no tienen la fuerza para luchar.



Para que el salvavidas funcione debe de estar bien inflado. Un salvavidas desinflado o con agujeros no sirve para nada



¿CÓMO SE COMPARA LA PRODUCCIÓN A UN SALVAVIDAS?



La **producción** de las cooperativas agropecuarias es como el salvavidas para la **persona que se está ahogando**, porque sin producción el negocio y sus dueños fracasan

SIN PRODUCCIÓN

no trabajamos,

no comemos,

no tenemos techo ni ropa,

no educamos a los hijos,

no tenemos dinero,

no podemos cuidar de nuestra salud,

no podemos cuidar lo que es nuestro,

no podemos ahorrar para nuestra vejez,

nos ahogamos en la pobreza, y

nos morimos de hambre



LOS AFILIADOS A LA COOPERATIVA TAMBIÉN SON EMPRESARIOS



➡ ¿CUÁLES SON LOS 4 PUNTOS POR DONDE PUEDE FRACASAR LA PRODUCCIÓN?

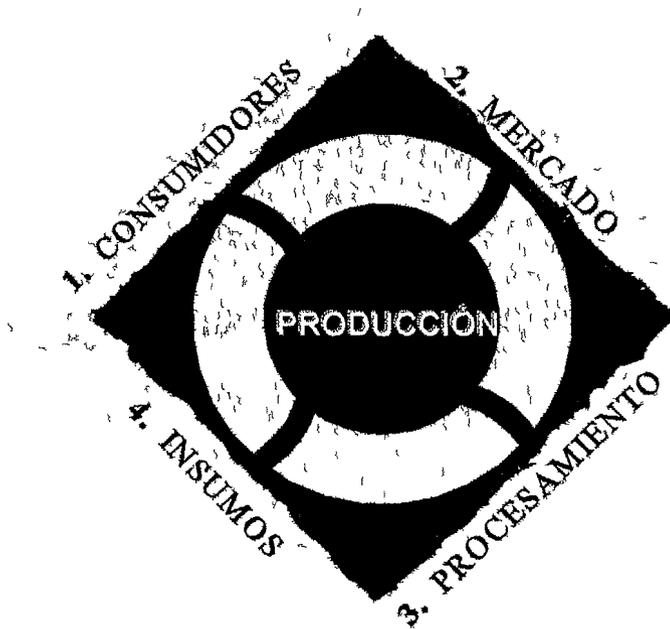
Así como el salvavidas tiene cuatro puntos de apoyo que ayudan a la persona que se está ahogando a agarrarse para poder flotar y salvarse, la producción también tiene cuatro “agarraderas” que le permiten a la cooperativa sostenerse y le evitan fracasar. Los **cuatro puntos vitales** que hacen que el salvavidas de la producción **flote** son

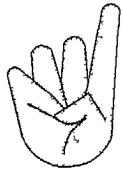
 Los Consumidores

 El Mercado

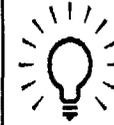
 El Procesamiento

 Los Insumos





LOS CONSUMIDORES, EL PRIMER PUNTO VITAL EN EL SALVAVIDAS DE LA PRODUCCIÓN?



La producción agropecuaria como negocio nos tiene que dar para vivir y para vivir bien. Para vivir bien tenemos que salir de la pobreza. Hay **esperanza** de salir de la pobreza cuando **suficientes** consumidores necesitan, desean y buscan **comprar** lo que producimos.

La esperanza se vuelve realidad cuando los consumidores **compran constantemente** lo que producimos. Los consumidores comprarán continuamente lo que producimos si ellos **ven** y **encuentran** lo que **buscan** en nuestros productos y servicios para satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias.



DE LOS CONSUMIDORES DEPENDE LA VIDA DE LA COOPERATIVA



**¡LO QUE NO SE PRODUCE NO SE VENDE! Y...
¡LO QUE NO SE VENDE NO SE DEBE PRODUCIR!**



Cuando la empresa cooperativa agropecuaria al producir **ignora** las necesidades, los gustos y las preferencias de los consumidores, termina **mundada** con productos que nadie compra, y **ahogada** por las **pérdidas** y las **deudas**

Para prevenir que el salvavidas de la empresa cooperativa agropecuaria **se desinfle** antes de empezar a producir debe de

- Investigar quienes necesitan, desean, quieren y pueden comprar productos iguales o similares a los que produce y ofrece la empresa cooperativa agropecuaria
- Conocer qué es lo que los consumidores desean, necesitan y buscan en los productos
- Saber por qué están pidiendo o demandando esos productos o servicios
- Saber en qué cantidades los están demandando
- Conocer los costos de producción

UNA BUENA PRODUCCIÓN SIN COMPRADORES ES UN MAL NEGOCIO



EL MERCADO, EL SEGUNDO PUNTO VITAL DEL SALVAVIDAS DE LA PRODUCCIÓN



El **mercado** lo forman todas las personas y empresas que ofrecen un producto o un servicio *sumadas* a todas las personas y empresas que piden o demandan ese producto o servicio

El **mercadeo** es el estudio tanto de los consumidores y sus tendencias de compra, como de los competidores

El **mercadeo** es como el **anzuelo** que ayuda al pescador a convertir los peces en pescados



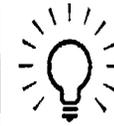
La cooperativa agropecuaria necesita convertir a los **consumidores** en **clientes**, usando como “**carnada**” el conocimiento de los **deseos** y **necesidades** de los consumidores

EL TAMAÑO DEL PESCADO DEPENDE DEL LUGAR DONDE SE PESQUE, LA CALIDAD DEL ANZUELO Y EL TAMAÑO DE LA CARNADA

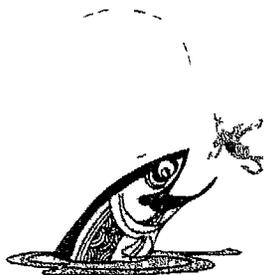
Para que la cooperativa salga a **flote económicamente** necesita del apoyo del mercadeo. Si el pescador sabe que en las aguas donde va a pescar hay peces grandes y gordos, no va a usar anzuelos pequeños ni lombrices como carnada.

El **mercadeo** ayuda a la cooperativa a hacer un “plan de pesca” para atraer consumidores y convertirlos en clientes. El **consumidor** se convierte en **cliente** cuando compra lo que necesita de la cooperativa, y lo compra cada vez que lo necesita. Esto sucede sólo cuando el consumidor sabe que la cooperativa aparte de

- ➔ ofrecer productos y servicios con las ventajas que él busca,
- ➔ los ofrece en los **términos** que a él le convienen
 - a un **precio competitivo**,
 - a **tiempo**,
 - y en el **lugar preciso**



Así como el pez muerde la carnada que ve y que le parece atractiva, el consumidor compra lo que conoce y satisface sus deseos y necesidades





EL PROCESAMIENTO, EL TERCER PUNTO VITAL DEL SALVAVIDAS DE LA PRODUCCIÓN



Con el **procesamiento** la cooperativa puede responder mejor a las exigencias, deseos y necesidades de los consumidores, usando la capacidad total ya sea de la finca, la planta, la tienda o el taller

El procesamiento en la producción agropecuaria es la suma de

➔ todas las tareas y actividades que deben hacerse para **cambiar** o **transformar** los diferentes insumos en el producto o servicio deseado, y

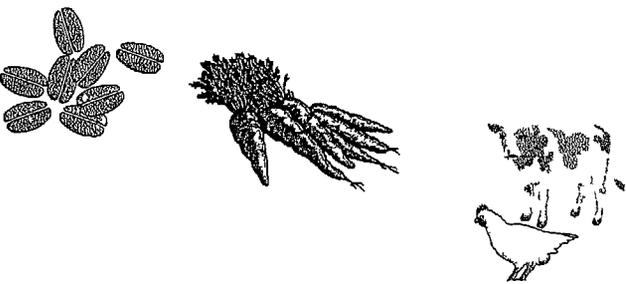
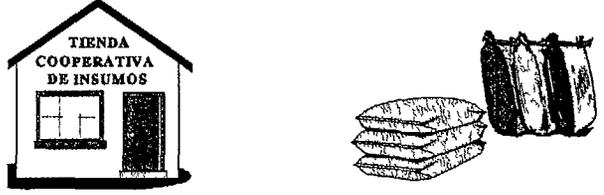
➔ todas las **formas, maneras** o **métodos** en que deben hacerse las tareas



EI PROCESAMIENTO PUEDE PROLONGAR LA VIDA ÚTIL DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS

PROCESAMIENTO SEGÚN EL TIPO DE NEGOCIO



PARA LA PRODUCCIÓN DE	EL PROCESAMIENTO ES LA SUMA DE
<p>1</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todas las tareas y actividades para explotar o sacar recursos naturales manejando y mejorando el medio ambiente
<p>2</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todas las tareas necesarias para planear, preparar, sembrar, regar, fertilizar, aporcar y cosechar el cultivo ➤ Todas las tareas necesarias para reproducir y engordar animales de cría
<p>3</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todas las tareas y métodos de planificación, selección de materia prima e insumos, equipo, distribución de la planta, y combinación de fórmulas para hacer un producto terminado según la demanda
<p>4</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todas las tareas y formas en que se presta un servicio selección de local, personal, calidad de productos, precios, horario, asistencia adicional, y forma de atención al cliente



LOS INSUMOS, EL CUARTO PUNTO VITAL DEL SALVAVIDAS DE LA PRODUCCIÓN

El **salvavidas** necesita de un último punto de apoyo los **insumos**, que son **todos** los recursos que necesita adquirir la empresa cooperativa agropecuaria para producir, transformar y ofrecer los productos o servicios según **las exigencias** demandadas por los consumidores

La **calidad**, la **cantidad** y el **costo** de la producción dependen **en parte**:
de la calidad de los insumos, de cómo se usan, de cuándo se usan y de la razón por la cual se usan. Los insumos apropiados ayudan a **enfocar** la producción y a darle **consistencia**

Los insumos apropiados usados en la manera indicada y en el tiempo preciso, aumentan la posibilidad de una producción diferenciada, satisfactoria y exitosa.

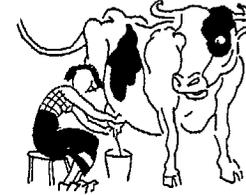




¿CUÁLES SON ALGUNOS INSUMOS EN LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA?



Hay insumos que podemos ver y tocar y hay otros que no podemos ver ni tocar pero que son igualmente importantes. También hay insumos que son más esenciales que otros. Sin tierra no se puede cultivar.



Los insumos son los materiales físicos y químicos, la mano de obra, la información, la tecnología, la planificación, el dinero, la tierra, los edificios, las herramientas, el equipo, la maquinaria, la asesoría técnica y la cooperación que se necesitan para producir algo o para ofrecer un servicio.

DE LOS INSUMOS PUEDE DEPENDER LA PROSPERIDAD DEL NEGOCIO

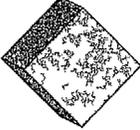
Tanto los insumos como los procesos de transformación elegidos para la producción pueden

- agregar o disminuir los costos dependiendo de cómo y cuándo se usen
- agregar o disminuir el valor de los productos



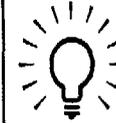
EJERCICIO



PARA LA PRODUCCIÓN DE	NECESITAMOS ESTOS INSUMOS
 <p>ZANAHORIA</p>	-
 <p>QUESO</p>	-
 <p>PANELA</p>	-
 <p>ZAPATOS</p>	-
 <p>TIENDA</p>	-



¿CÓMO EVITAR QUE EL SALVAVIDAS DE LA PRODUCCIÓN SE DESINFLE?



Aunque el salvavidas de la producción se puede desinflar por cada uno de los cuatro puntos vitales,

- 1 CONSUMIDORES
- 2 MERCADO
- 3 PROCESAMIENTO
- 4 INSUMOS



El **desinfe** casi siempre empieza por la incapacidad de la empresa de

- **estudiar** las **exigencias** de los consumidores y de
- **escoger** una de las exigencias para
- **encaminar** la **producción** usando los procesos y lo insumos adecuados y consistentes para **responder** a esa exigencia

AL ESCOGER UNA EXIGENCIA DEL CONSUMIDOR DECIDIMOS
CUAL **DEBERÁ SER EL ENFOQUE** DE LA PRODUCCION



SI NO SABE LO QUE EL CONSUMIDOR QUIERE, ¿CÓMO PUEDE COMPLACERLO?

Los consumidores son el corazón del negocio, y el complacerlos con los productos exigidos debe ser la **misión** de la empresa. Cuando la empresa cooperativa enfoca todos sus esfuerzos de producción para complacer **una** de las **exigencias** de sus consumidores, asegura una vida continua, larga y saludable para su negocio.

En la mente del consumidor **hay una exigencia que predomina** sobre las otras dos al momento de efectuar una compra. Esa **exigencia predominante** es la que lo **impulsa** a comprar. Por eso, un **producto** o un **servicio** debe de satisfacer **una** y solo **una** de las **tres exigencias** del consumidor para lograr la ventaja competitiva y la ganancia deseada.



La empresa cooperativa debe **decidir cuál** de estas tres exigencias escoger basados en la siguiente información:

- ✓ El conocimiento de las preferencias y necesidades del consumidor
- ✓ La capacidad instalada para producir dicho producto
- ✓ La mano de obra calificada disponible
- ✓ El nivel de ganancias producidas por la venta de dicho producto

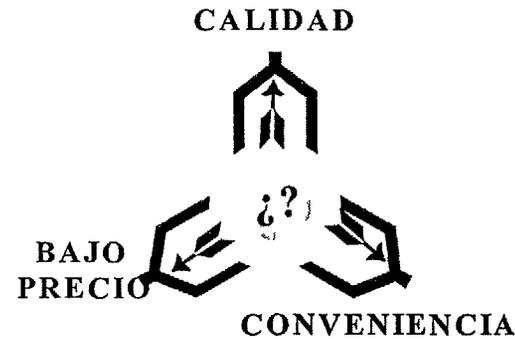
**LOS CONSUMIDORES CON EXIGENCIAS DIFERENCIADAS
SE COMPLACEN CON PRODUCTOS Y SERVICIOS DIFERENCIADOS**

LAS TRES EXIGENCIAS DE LOS CONSUMIDORES



Los consumidores **exigen** en los productos ya sea *calidad*, o *conveniencia* o *precios bajos*. Es decir que algunos consumidores buscan *calidad*, que son todas las cualidades que un producto o un servicio tiene y que permiten compararlo con otro de la misma especie. Los consumidores de

este grupo compran el producto si **ven** la *calidad* que buscan



Otros consumidores en lugar de calidad buscan *conveniencia* que son todos los provechos o **beneficios adicionales** a su naturaleza que un producto o servicio ofrece. Los consumidores de este grupo compran basados en los beneficios “**extras**” que **ven** en el producto



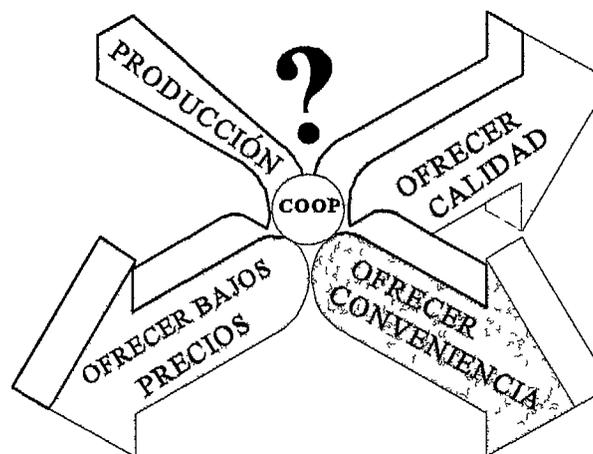
Un tercer grupo de consumidores en lugar de conveniencia o calidad buscan y compran los productos o servicios que tienen los *precios más bajos* que se encuentren en el mercado. Los consumidores de este grupo compran el producto **más barato** posible

TRES CAMINOS TRES OPCIONES PARA ENFOCAR LA PRODUCCIÓN



Imagínese que su cooperativa va por la brecha de la producción y de repente llega al final donde la brecha se divide en **tres caminos**, **cada uno** conduce a la **satisfacción** de **una** de las tres exigencias de los consumidores. La cooperativa puede

- quedarse **parada** ahí haciendo lo mismo que hacía antes, obteniendo los mismos resultados,
- **escoger uno** y sólo **uno** de los **tres** caminos basados en las ventajas, en la capacidad instalada, mano de obra y las oportunidades,
- **enfocar la operación** de la **planta**, del **taller** o de la **finca** para **responder** a **esa exigencia** de sus consumidores con el fin de ganar su lealtad y aumentar las ganancias

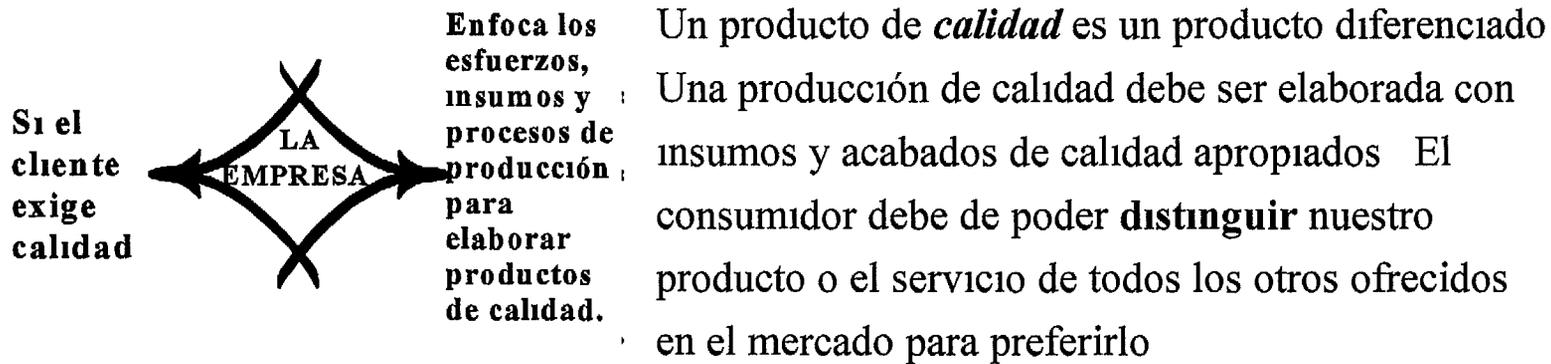


Al escoger uno de esos tres caminos la cooperativa se compromete a **concentrar** todos los esfuerzos en las operaciones de la producción, el procesamiento y la entrega del producto para responder a la exigencia elegida. **Esta decisión es muy importante.**

¿QUÉ VENTAJAS Y QUÉ RIESGOS OFRECE CADA UNO DE ESOS TRES CAMINOS?



PRIMERA OPCIÓN ESCOGER EL CAMINO QUE ENFOCA LA CALIDAD



Los consumidores diferencian productos ya sea por

- El grado de frescura
- El grado de elegancia en presentación
- El grado de naturalidad en sabor, color y olor
- El grado de limpieza y pureza
- El valor nutritivo
- El tamaño
- El empaque

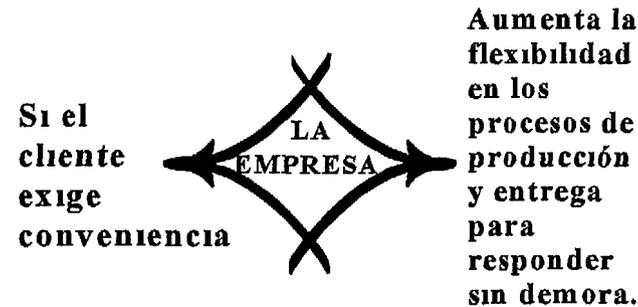


LOS CLIENTES DETERMINAN LA CALIDAD



SEGUNDA OPCIÓN ELEGIR EL CAMINO DE LA CONVENIENCIA

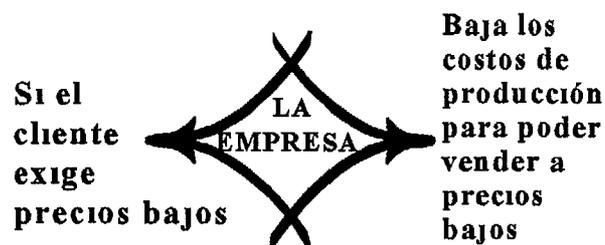
Cuando la cooperativa escoge este camino decide **orientar** las actividades de **producción** y **procesamiento** para que el consumidor no tenga que hacer mucho esfuerzo para conseguir, usar o consumir el producto. Las *conveniencias* que el consumidor busca son



- | | |
|-------------------------|---|
| Conveniencia de Tiempo | encontrar el producto o servicio en el momento que lo necesita, por lo tanto, la cooperativa debe |
| | ➤ evitar que los productos se agoten |
| Conveniencia de Lugar | encontrar el producto en un lugar cercano y seguro, entonces la cooperativa debe |
| | ➤ colocar los productos en lugares accesibles |
| Conveniencia de Entrega | recibir un buen trato, facilidades de pago, y facilidad en el uso del producto, para lograrlo la cooperativa necesita |
| | ➤ tener un personal amable y entrenado, y |
| | ➤ operar en una forma flexible |



TERCERA OPCIÓN COGER EL CAMINO DE LOS PRECIOS BAJOS



Para ofrecer *precios bajos* a los clientes sin perder lo que tenemos y quedar en quiebra hay que bajar los costos de procesamiento utilizando al máximo la capacidad de producción de la finca, la planta, la tienda o el taller. Se deben reducir los costos de procesamiento, producción y entrega del producto.

Para lograrlo hay que saber **distinguir** y **controlar** dos tipos de costos en producción

➤ Los **costos fijos** son todos aquellos costos del negocio que hay que pagar sin importar si producimos una tonelada o una libra del producto. Por ejemplo hay que pagar los salarios, los servicios, y el alquiler produzcamos o no.

➤ Los **costos variables** son todos aquellos costos que suben o bajan de acuerdo a la cantidad de productos procesados. Para producir una tonelada de concentrado se necesita más electricidad, maíz y demás materia prima que para producir una libra.

PARA OFRECER UN PRECIO BAJO HAY QUE PRODUCIR A BAJO COSTO



TRES PASOS QUE REFUERZAN EL SALVAVIDAS DE LA PRODUCCION

La producción de las empresas cooperativas agropecuarias juega un papel importante en la economía nacional. Pero la producción agropecuaria tiene riesgos y desafíos, por eso es muy importante que se tomen todas las medidas posibles para reforzar el salvavidas de la producción. Tres pasos que ayudan a lograrlo son:



Descubrir cuál exigencia motiva a sus consumidores a comprar



Elegir una de las tres exigencias basados en el conocimiento de sus consumidores, la capacidad de la planta o taller, la mano de obra especializada requerida, las ganancias esperadas y los riesgos



Enfocar la producción para satisfacer la exigencia elegida ya sea con productos que ofrezcan calidad o \Rightarrow conveniencia o \Rightarrow precios bajos



¿QUÉ DEBE HACER SU EMPRESA PARA MANTENER EL SALVAVIDAS A FLOTE?



LOS 4 PUNTOS VITALES	PASOS A TOMAR PARA MANTENER EL SALVAVIDAS DE LA PRODUCCIÓN A FLOTE
 Los Consumidores	
 El Mercado	
 El Procesamiento	
 Los Insumos	

PASOS PREVENTIVOS PARA MANTENER EL SALVAVIDAS A FLOTE



LOS 4 PUNTOS VITALES	ALGUNOS PASOS PREVENTIVOS
 Los Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estudiar los gustos y necesidades de los consumidores ❖ Convertir los consumidores en nuestros compradores ❖ Observar los cambios y tendencias de los consumidores
 El Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recordar siempre quién es el cliente y lo que necesita ❖ Mantener al cliente satisfecho con los productos deseados, a un precio competitivo, en el lugar exacto oportunamente ❖ Investigar mercados para productos nuevos
 El Procesamiento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Escoger una de las tres exigencias de los consumidores ❖ Producir para satisfacer la exigencia elegida ❖ Hacer uso total de la finca, la planta, la tienda o taller ❖ Asegurar que todas las etapas del procesamiento se hagan con igual cuidado para obtener el producto deseado
 Los Insumos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cuidar, mantener y preservar el recurso más valioso del negocio <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> el suelo en la finca <input type="checkbox"/> el bosque <input type="checkbox"/> la cantera <input type="checkbox"/> los equipos y la maquinaria en la planta <input type="checkbox"/> los insumos y el personal calificado en la tienda ❖ Seleccionar los insumos de acuerdo a la exigencia elegida ❖ Mantener los insumos necesarios a tiempo ❖ Usar los insumos de acuerdo a las indicaciones dadas

Cooperativa Maderera El Alamo. Ltda. (COMAL)



La cooperativa **COMAL** ha funcionado por diez años produciendo y vendiendo madera aserrada. Hoy cuenta con una capacidad de procesar 20,000 pies tablares mensuales. A través de estos años ha capitalizado sus excedentes con miras a invertir en una fábrica de muebles para el hogar. La cooperativa ha decidido adquirir un equipo para transformar 10,000 pies tablares mensuales en su inicio. La Junta Directiva se está reuniendo con Usted, el gerente para definir la orientación de producción a seguir en el taller y la línea de muebles a producir dentro de dos posibilidades:

- 1 **Juegos de comedor estilo Luis XV, en madera de rosita**. Para producir un juego de comedor para seis personas se necesita 150 pies tablares a un costo de Lps 20 00 por pie tablar para rosita. Además se necesitan otros materiales por un valor de Lps 2,000 y mano de obra por Lps 2,000.
- 2 **Literas en madera de pino**. Para producir una litera se necesita 130 pies tablares de pino, a Lps 5 00 por pie tablar, otros materiales por Lps 1 200, más Lps 800 de mano de obra.

Los costos fijos de administración son de Lps 6,000 por mes. La cooperativa desea empezar a producir una línea de muebles en cuatro meses. La cooperativa como negocio necesita decidir con **cuál** de las **tres exigencias** se va a lanzar al mercado y con cual producto, para que de una **manera consistente** pueda orientar el enfoque de su producción para lograr sus objetivos.

Como Gerente de la cooperativa identifique tanto el producto como la exigencia a satisfacer. Desarrolle una serie de recomendaciones para cada uno de los 4 puntos vitales del salvavidas de la producción considerando las diferentes oportunidades.

PRODUCTO SELECCIONADO _____

4 PUNTOS VITALES	RECOMENDACIONES PARA RESPONDER A LA EXIGENCIA LA CALIDAD
 <p>Los Consumidores</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
 <p>El Mercado</p>	
 <p>El Procesamiento</p>	
 <p>Los Insumos</p>	

PRODUCTO SELECCIONADO _____

4 PUNTOS VITALES	RECOMENDACIONES PARA RESPONDER A LA EXIGENCIA CONVENIENCIA
 Los Consumidores	<hr/> <hr/> <hr/>
 El Mercado	
 El Procesamiento	
 Los Insumos	

PRODUCTO SELECCIONADO _____

4 PUNTOS VITALES	RECOMENDACIONES PARA RESPONDER A LA EXIGENCIA DE PRECIO BAJO
 Los Consumidores	<hr/> <hr/> <hr/>
 El Mercado	
 El Procesamiento	
 Los Insumos	