

Fidelización de Socios y Mejoras en el Proceso de Comercialización

Ps. Ines Deustua-Rossel

Agosto 2022

FARMER^T FARMER
The USAID John Ogonowski and Doug Bereuter Farmer-to-Farmer Program

NCBA
CLUSA
National Cooperative Business Association
CLUSA International

Organizaciones de productores



Las organizaciones de productores organizan a los productores de agricultura familiar para ser más competitivo:

- Forman grupos para producir y/o comercializar a mercados más competitivos: especiales, de gran volumen y/o alta calidad
- Atrae el trabajo colaborativo y/o financiamiento de ONGs, organismos estatales, compradores entre otros

Organizaciones de productores

Las organizaciones de productores NO son como otros negocios:

1. Es un negocio en que muchos individuos SOCIOS son dueños
2. Es dirigida por y para los socios
3. No se centra solamente en incrementar ganancia sino el beneficio de TODOS los socios
4. Tiene objetivos para cumplir con las aspiraciones económicas, sociales y/o culturales de los socios

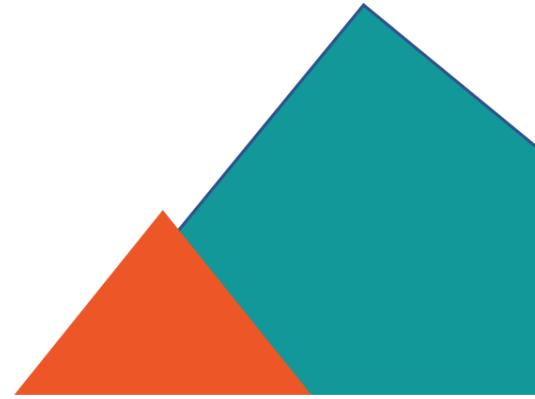




Comercialización y Fidelización

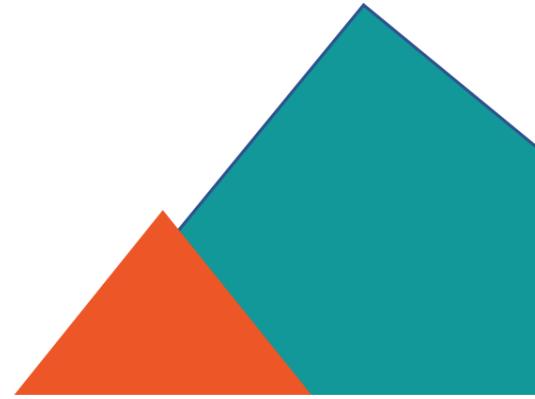
- Socios entregan su producción completa de acuerdo a cantidad y calidad determinados en plan de producción y comercialización.
- Asegurando así entrega de pedidos y cumplimientos de contratos a tiempo.
- Manteniendo la satisfacción de los clientes y su fidelidad.

Cómo logramos que los socios cumplan con sus responsabilidades dentro de la comercialización?





Socio que cree en su organización

1. Percibe alta credibilidad y competencia en su organización
 2. Identifica la comunicación con la organización clara y precisa
 3. Recibe un trato equitativo y justo en su organización
 4. La organización promueve respeto e inclusión
 5. Planes y actividades de la organización son coherentes y consistentes
- 

Pertenece a un grupo

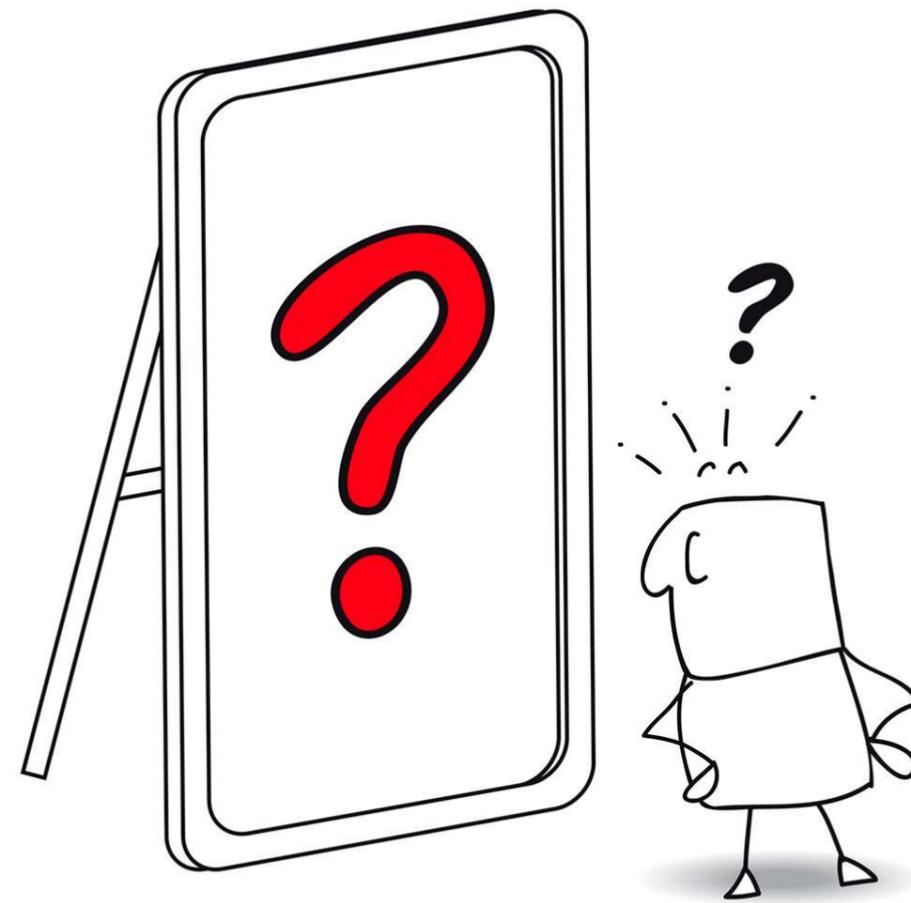
1. Establece relaciones de confianza con otros miembros
2. Se identifica con otros miembros del grupo y la organización
3. Siente que grupo satisface sus necesidades



Como identificarse con la organización

Autoconocimiento:

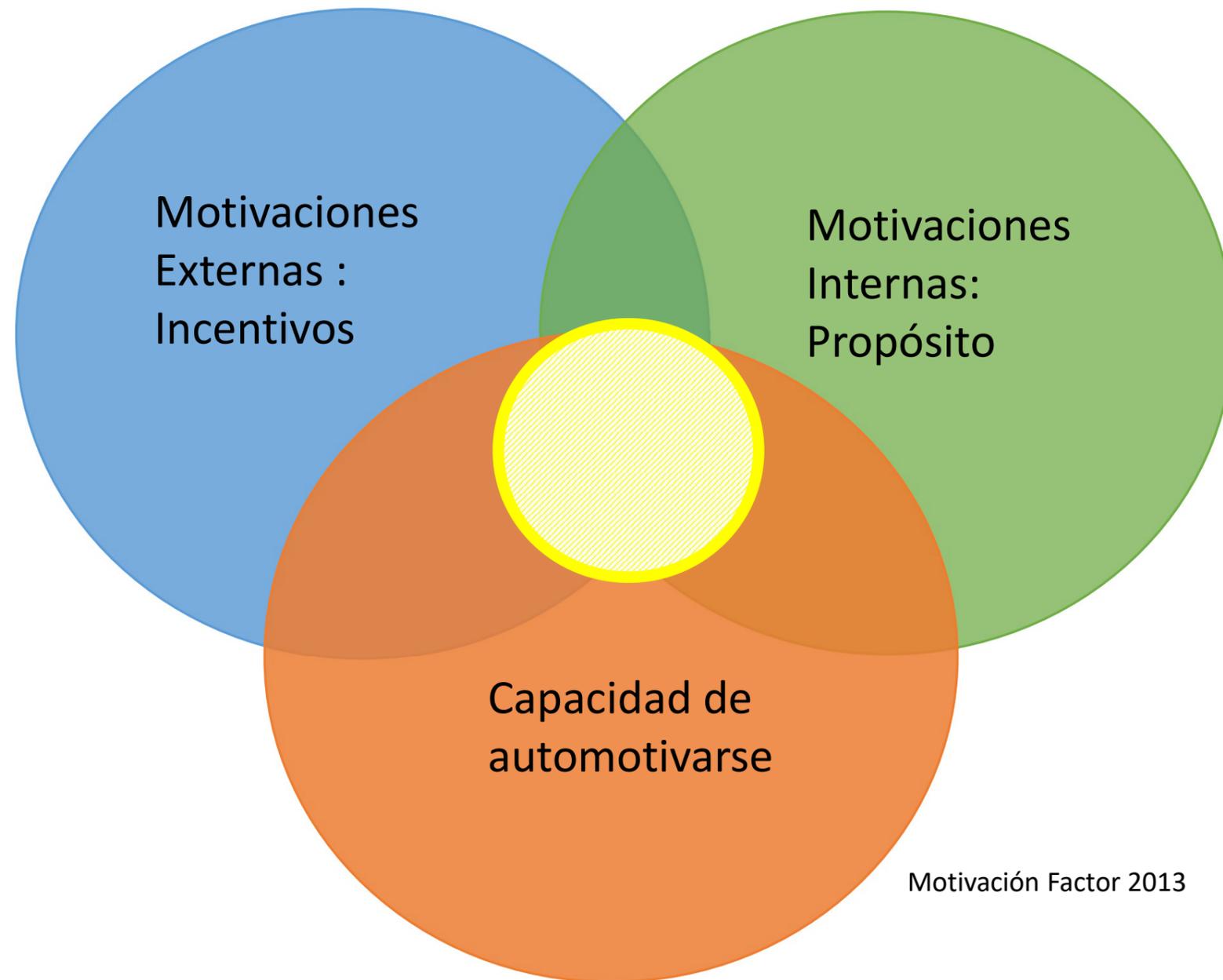
- ¿Quién es?
- ¿Quién quiere ser?
- ¿Cuáles son sus valores?
- ¿Qué desea para su vida? Para su familia? Su comunidad?



Satisfacción de necesidades



Satisfacción de necesidades



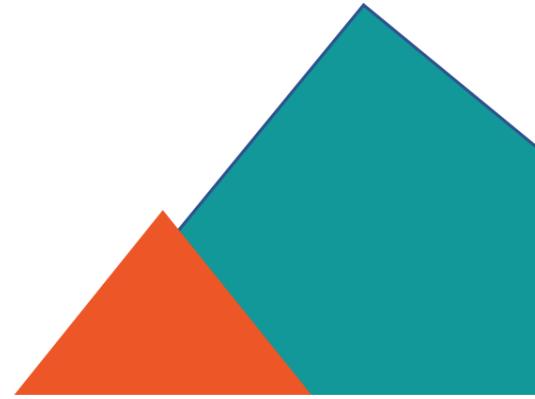


Dualidad de valor de la organización de productores

Propósito de valor para los socios

- Cómo la organización contribuye (satisface necesidades) con sus miembros?
- Qué valor encuentra los socios al asociarse a la organización?

Proposición de valor comercial de la organización

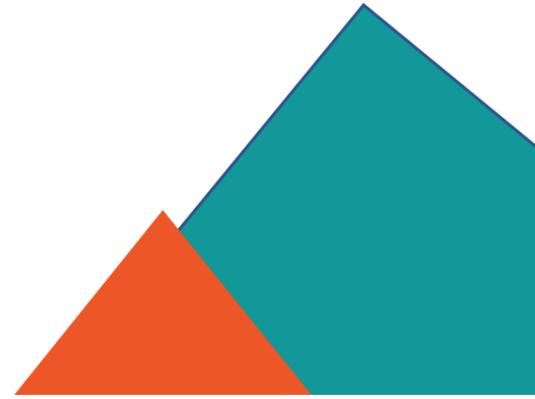
- Cómo va a diferenciarse el producto de la organización en el mercado?
 - Qué oportunidades tiene la organización para diferenciarse de su competencia?
 - Cómo se va a organizar comercialmente?
- 



Actividades de la organización

- Generar acceso a mercados más competitivos (con mejores precios)
- Brindar asistencia técnica
- Incrementar conocimiento de productores sobre mercados especiales y de alta calidad
- Generar economía en escala
- Ampliar la inclusión (participación) económica y social de sus miembros

¿SERVICIOS O BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN?





Servicios o Beneficios de la organización

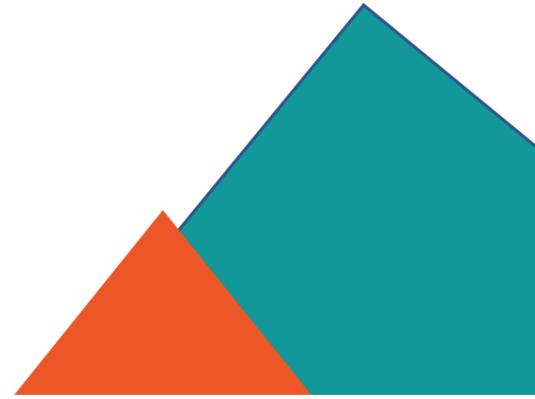
**Por favor ingresa al siguiente link para conocer si
en tu organización son servicios o beneficios**

**www.menti.com
Code: 2497 5984**





Como es un socio comprometido

1. El socio no es un cliente ni un proveedor, **comparte responsabilidad hacia un objetivo común**
 2. Participa, opina, sugiere e **escucha activamente** los planes de la organización
 3. Se reconoce parte de un grupo pero **toma decisiones (vota) de manera independiente** (a conciencia)
 5. **Trabaja colaborativamente** con otros agricultores y profesionales
 6. **Promueve a su organización**
- 

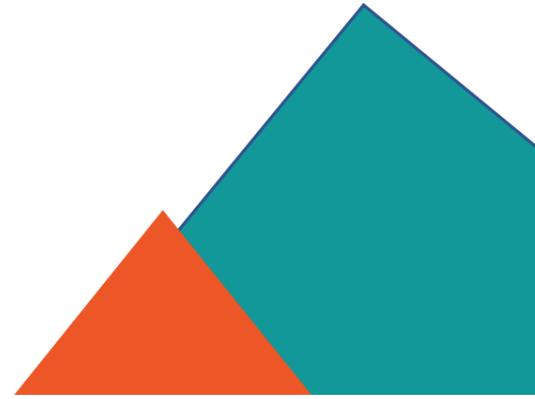
Socios con alto desempeño





Competencias socio alto desempeño

1. Habilidades de comunicación
2. Habilidades de Trabajo en equipo
3. Habilidades de Resolución de conflictos

1. Conocimiento de sus estatutos, reglamentos
 2. Conocimientos de manejo financiero
 3. Conocimiento de análisis de tendencia de mercado
- 



Caso

La organización de productores a convocado a reunión a sus socios para votar sobre la adquisición de un software (sistema) que reduciría el tiempo de trabajo de los técnicos de campo en la oficina y les dejaría más tiempo para visitar a los socios en sus parcelas. Asimismo, gerente y junta directiva tendrán acceso al sistema para revisar a tiempo real la información de los socios cuando los visitan en campo. En la reunión al discutir sobre el software se voto que se compraría el software (sistema) pero, además, por sugerencia de los socios se acordó que al tener los técnicos más tiempo en campo se recogería y registrarían información de prácticas agroforestales para usarlo en la estrategia comercial. Al contarle a un cliente en Holanda de la aprobación de la implementación del sistema y nueva información que recogerían, se mostro interesado en extender su contrato con la organización.

Fuente Propia





Preguntas del Caso

- **Qué hubiera pasado si los socios no asistieran a la reunión convocada?**
 - **Qué impacto tuvo la participación de los socios en la gestión comercial?**
 - **Qué otra información pudo ser relevante discutirse en la reunión antes de votar sobre la adquisición del sistema?**
- 