



Manual para emprendedores indígenas en bionegocios



Adecuación pedagógica
Carmen Janet Oliveros Vargas

Elaboración de contenidos
Carmen Sara Garnique Flores

Fotografías:
Profonanpe

Editado por el Proyecto “Construyendo Resilencia en los Humedales del Datem del Maraón” en el marco del Programa de Formación de Emprenderes Indígenas de Bionegocios.

Prohibida la reproducción de esta publicación por cualquier medio, total o parcialmente sin permiso expreso de los editores.

Manual para
emprendedores indígenas
en bionegocios



CONTENIDOS

| | |
|--|-----------|
| Contenidos | 2 |
| Presentación | 3 |
| Módulo 1: Los bionegocios y el desarrollo de mi comunidad | 5 |
| 1.1 Los recursos de mi comunidad y su aprovechamiento para lograr nuestro buen vivir | 6 |
| 1.2 Los bionegocios como una oportunidad para el desarrollo de mi comunidad | 7 |
| 1.3 Los bionegocios en la construcción de la identidad indígena | 8 |
| Actividad: “Enfrentando la Amazonía” | 9 |
| Módulo 2: Bionegocios en la Amazonía | 11 |
| 2.1 ¿Qué son los bionegocios? | 12 |
| 2.2 Bionegocios y conservación de los recursos naturales | 12 |
| 2.3 Modelos de bionegocios en las comunidades del Datem del Maraón | 14 |
| 2.4 Modelos de bionegocios en las comunidades del Datem del Maraón | 16 |
| Actividad: Galería de arte “Yo soy yo puedo” | 17 |
| 2.5 Los objetivos de mi bionegocio | 18 |
| Ejercicio: Miniobjetivos | 19 |
| Módulo 3: Producto y mercado de mi emprendimiento | 21 |
| 3.1 La cadena productiva | 22 |
| 3.2 El mercado | 24 |
| Ejercicio: La cadena productiva | 24 |
| 3.3 Los clientes | 25 |
| 3.4 La competencia | 27 |
| 3.5 El potencial de mi bionegocio en el mercado | 28 |
| Actividad: El negocio de los cocos | 31 |
| Módulo 4: Las estrategias de participación en el mercado | 33 |
| 4.1 Estrategia de producto | 35 |
| Ejercicio: Minimercado | 35 |
| 4.2 Estrategia de precio | 36 |
| 4.3 Estrategia de distribución | 36 |
| 4.4 Estrategia de comunicación | 36 |
| Actividad: Mi productor favorito | 37 |
| Módulo 5: El proceso para desarrollar nuestro producto | 39 |
| 5.1 El proceso de producción | 40 |
| 5.2 Materias primas | 42 |
| Ejercicio: Recreando el proceso productivo para la elaboración de mi producto | 42 |
| 5.3 Maquinarias, equipos y herramientas | 43 |
| 5.4 Equipo de trabajo | 45 |
| Actividad: Producción de sobres | 45 |
| Módulo 6: Organizando mi bionegocio | 47 |
| 6.1 ¿Cómo organizo mi emprendimiento? | 48 |
| 6.2 Instrumentos de apoyo a la organización | 49 |
| Ejercicio: Organizando mi bionegocio | 51 |
| 6.3 Analizando nuestra organización | 52 |
| 6.4 La red de aliados y contactos | 54 |
| Actividad: Abriendo las puertas de mi bionegocio | 55 |
| Módulo 7: Revisando las cuentas del bionegocio | 57 |
| 7.1 Los costos de producción | 58 |
| 7.2 Los gastos de producción | 59 |
| 7.3 La inversión para mi bionegocio | 60 |
| Ejercicio: Los gastos de mi bionegocio | 60 |
| 7.4 Estado de ganancias y pérdidas | 62 |
| Actividad: El cuadrado figurado | 63 |
| Módulo 8: La tecnología y el desarrollo del bionegocio | 65 |
| 8.1 ¿Qué son las TICs y para qué se usan? | 66 |
| 8.2 Oportunidades y beneficios para emprendedores | 67 |
| Ejercicio: Tutifruti | 68 |
| ANEXO 1 | 72 |

PRESENTACIÓN

Profonanpe es una entidad privada sin fines de lucro, especializada en el desarrollo de estrategias para la protección y conservación de la biodiversidad. Desde hace algunos años promueve intervenciones claves en la Región Loreto, donde ejecuta el primer proyecto financiado por el Fondo Verde para el Clima (GCF por sus siglas en inglés) en el mundo, “Construyendo resiliencia en los Humedales del Datem del Marañón” (PHD).

En el marco de desarrollo de este proyecto, Profonanpe promueve iniciativas de negocio basadas en el aprovechamiento sostenible de los recursos de la naturaleza, procurando que éstos se conviertan en alternativas para la generación de ingresos de las familias y las comunidades nativas de la zona, mejorando las condiciones de vida de los pueblos indígenas.

La riqueza de la naturaleza del Datem del Marañón es variada y sus recursos pueden ser aprovechados en su estado natural o, dándole un valor agregado, convertidos en productos altamente necesarios en el mercado local, regional o nacional, con la posibilidad de generar ingresos que dinamicen las economías locales.

Las poblaciones indígenas disponen de una variedad de recursos que no siempre son aprovechados por las limitadas capacidades que existen, a nivel de las comunidades, en la generación de iniciativas de negocio y en el desarrollo de estas en forma organizada, con visión de crecimiento y sostenibilidad. Considerando estos aspectos y a partir de su experiencia en la promoción de bionegocios, en los que Profonanpe trabajó fortaleciendo capacidades y orientando a la población de comunidades nativas en el desarrollo de negocios sostenibles, ha desarrollado el presente Manual para que sea una guía a los emprendimientos que puedan generarse en base a un aprovechamiento sostenible de los recursos.

Esperamos que este Manual sea una guía útil a los emprendedores y contribuir así a la generación de nuevos emprendimientos en bionegocios en las comunidades nativas, cumpliendo con las salvaguardas ambientales y sociales que hacen al desarrollo sostenible.



¿DE QUÉ TRATA ESTE MANUAL?

Hay muchas cosas a tener en cuenta al comenzar un emprendimiento.

Este Manual le ayudará a organizar sus ideas y evaluar si estas tienen el potencial de convertirse en un negocio rentable y sostenible.

En caso decida desarrollarlas y emprender un negocio, el presente Manual le enseñará como empezar.



¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

El Manual fue elaborado para aquellos emprendedores indígenas de comunidades nativas que tengan una idea de negocio, aprovechando recursos de la naturaleza y haciendo un uso sostenible de los mismos. Por eso, a lo largo del Manual hablaremos de bionegocios y se presentarán los pasos para iniciar el emprendimiento.



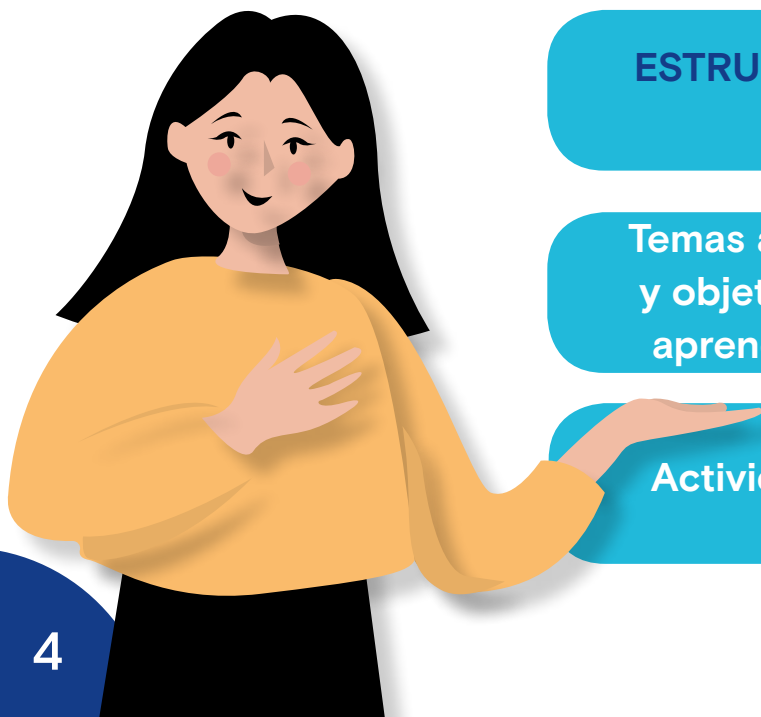
OBJETIVOS:

Al terminar la lectura y estudio de los módulos usted podrá:

- ▶ Comprender la importancia y el potencial de los bionegocios.
- ▶ Identificar el mercado para su producto y definir las estrategias de inserción.
- ▶ Conocer las fases del proceso productivo para desarrollar su producto.
- ▶ Forma de organización del bionegocio y administrar las cuentas.
- ▶ Desarrollar un plan de negocio.

¿QUÉ ENCONTRARÁ EN ESTE MANUAL?

A lo largo de los primeros siete módulos encontrará información útil para evaluar su idea de bionegocio y considerar los diversos aspectos para que esta pueda implementarse. En el módulo ocho se presenta una propuesta de Plan de Negocio, que condensa los aprendizajes previos y permite plasmar en un documento la viabilidad del emprendimiento.



ESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO DE LOS TEMAS

Temas a tratar y objetivo de aprendizaje

Ejemplos

Actividades

Preguntas de autoevaluación

MÓDULO 1:

Los bionegocios y el desarrollo de mi comunidad

Temas a tratar:

- ▶ Los recursos de mi comunidad y su aprovechamiento para lograr nuestro buen vivir
- ▶ Los bionegocios como una oportunidad para el desarrollo de mi comunidad
- ▶ Los bionegocios en la construcción de la identidad indígena

Objetivo de aprendizaje:

Comprender el potencial de los bionegocios y los beneficios económicos, sociales y ambientales para mi comunidad.



1.1 Los recursos de mi comunidad y su aprovechamiento para lograr nuestro buen vivir

Las personas somos parte de un todo interconectado con la naturaleza y dependemos de ella para satisfacer nuestras necesidades y bienestar. Existe una relación estrecha entre nosotros, la comunidad y su entorno natural, que nos lleva a buscar vivir en armonía con la naturaleza, respetando sus ciclos y cuidando sus recursos. La Amazonía es una región rica en biodiversidad, que nos provee los recursos necesarios para nuestro buen vivir. Por eso es esencial protegerla y conservarla promoviendo prácticas sostenibles como la reforestación, protegiendo los cuerpos de agua o evitando la caza y pesca indiscriminada.

El buen vivir implica garantizar el equilibrio ecológico y las actividades económicas, necesarias para el desarrollo de las comunidades nativas y la población indígena en general, no deben afectar dicho equilibrio. Por el contrario, deben buscar la armonía y lo logran con, por ejemplo:

- ▶ **Agricultura sostenible:** las comunidades aprovechan su conocimiento tradicional para desarrollar prácticas agrícolas que respetan la diversidad y los ciclos naturales.

- ▶ **Turismo comunitario:** generando una fuente de ingresos basado en el respeto por la cultura local y la protección de los recursos naturales, donde los visitantes puedan aprender sobre las tradiciones indígenas y la importancia de la conservación de la Amazonía.

- ▶ **Valorización de los conocimientos tradicionales:** en las comunidades nativas existe un vasto conocimiento ancestral sobre el uso de plantas medicinales, técnicas de caza, pesca y agricultura. Promover la valorización y transmisión de estos conocimientos a las nuevas generaciones ayudan a preservar la cultura, y también puede generar oportunidades económicas.

- ▶ **Desarrollo de actividades sostenibles:** se pueden impulsar proyectos de artesanía con materiales locales, como tejidos, tallados en madera o cestería; o relacionados con la producción de alimentos naturales.

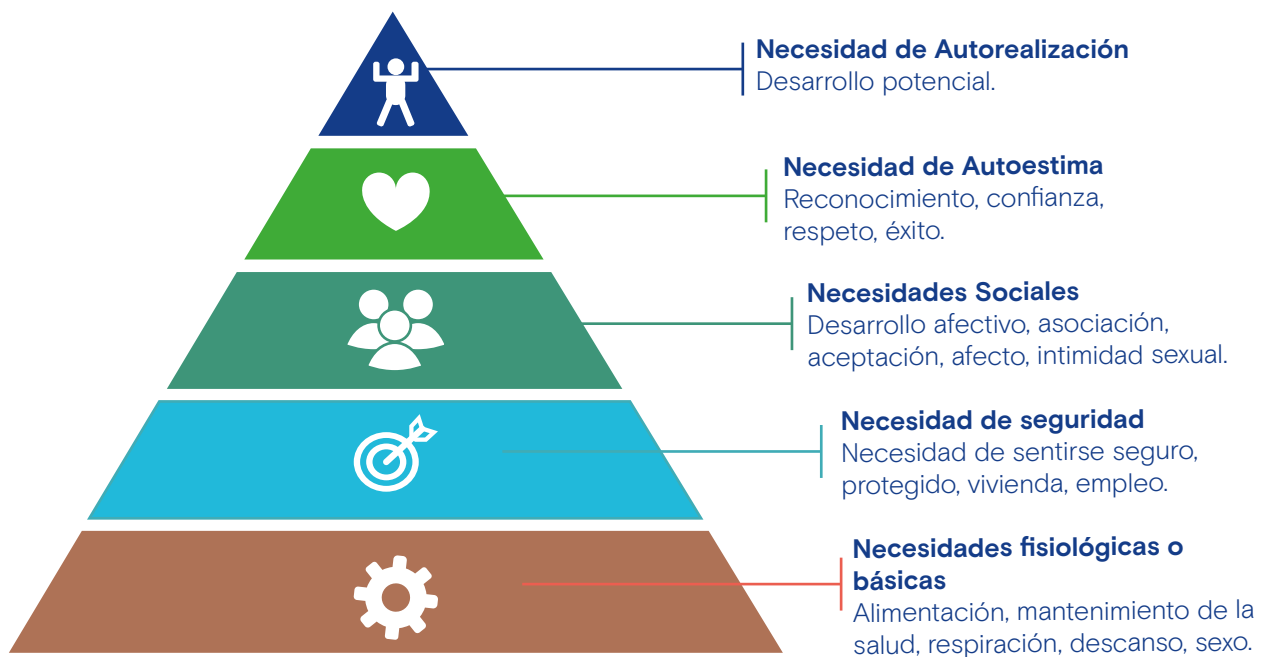
Lograr el buen vivir implica también, involucrar a la comunidad en la toma de decisiones y promover la participación y colaboración de todos.

1.2 Los bionegocios como una oportunidad para el desarrollo de mi comunidad

Las personas tenemos múltiples necesidades. Algunas son imprescindibles para la vida, como respirar, comer, descansar, etc. Otras necesidades tienen que ver con alcanzar el bienestar de las personas como tener educación, acceso a la salud, hacer deporte, etc.

En el siguiente gráfico podemos observar una pirámide que clasifica las necesidades humanas. En la base están las indispensables para la vida y ascendiendo en la pirámide las menos urgentes pero que hacen al bienestar de las personas. Poner en marcha un bionegocio representa para los miembros de las comunidades indígenas, una gran motivación y satisface distintas necesidades como: trabajo, confianza, respeto, desarrollo personal, asociación, generación de ingresos para alimentarse, para cuidar la salud; etc.

Clasificación de las Necesidades



Ejercicio: Tradición + identidad = Mi bionegocio

Las comunidades indígenas son la base de la puesta en marcha de ideas de bionegocio innovadores preservando sus tradiciones, prácticas ancestrales y haciendo un buen aprovechamiento de los recursos naturales. Te invitamos a realizar los siguientes pasos para reflexionar sobre lo aprendido en esta sesión.

Paso 1: Cierra los ojos y piensa en las tradiciones familiares y las actividades que aprendiste de tus antepasados, tómate unos minutos para recordar.

Paso 2: Escribe en una hoja lo que recordaste, luego reflexiona sobre lo siguiente:

- ¿Podrías utilizarla la tradición o legado que recordaste para crear un bionegocio?
- ¿Cuáles serían los recursos de tu comunidad que utilizarías para ese bionegocio?

1.3 Los bionegocios en la construcción de la identidad indígena

Veamos primero el concepto de identidad. Decimos que identidad es la percepción que una persona tiene de sí misma; de su imagen, de su valor por sí misma, de su sentido de pertenencia a un determinado grupo, de su sentido de pertenencia a una determinada comunidad.

Existen algunos aspectos que influyen en la construcción de la identidad de las personas:



1) Autoestima: Es la valoración que una persona hace de sí misma, su sentido de autoeficacia y la confianza en sus habilidades.

2) Autoimagen: Es la imagen mental que una persona tiene de sí misma, de su apariencia física, personalidad, habilidades y limitaciones.

3) Autoconocimiento: Es la comprensión de las propias emociones, pensamientos y motivaciones, así como de sus fortalezas y debilidades.

4) Autenticidad: Es la capacidad de una persona, de ser verdadera consigo misma y de actuar, conforme a sus valores y creencias.

5) Pertenencia a un grupo social: Es la identificación de la persona, con un grupo social específico, como una comunidad, una etnia, una religión o una cultura.

6) Género: Es la identificación como hombre o mujer, así como la adopción de normas y costumbre, asociadas a cada género.

7) Historia de vida y experiencias: Los eventos, relaciones y experiencias que han influido en la vida de una persona y en su identidad.



En cuanto a las personas de las comunidades nativas, uno de los aspectos que influye directamente en la construcción de su identidad, es el desarrollo de los bionegocios.

Afrontar el gran desafío de producir un determinado producto, de desarrollar una determinada actividad, le ayudan en su crecimiento personal, familiar y comunal; puesto que existe un gran sentido de pertenencia con la naturaleza y con su comunidad. El emprendedor indígena, va sintiendo que se va realizando como persona y como indígena con el desarrollo de estos bionegocios, pues además lo hace en unión con otros miembros de su comunidad, y contribuye a generar mejores condiciones de vida.



Cuando una necesidad no está cubierta, surge la motivación de crear los mecanismos necesarios para lograr que esta se cumpla. Para entender un poco más de las necesidades y la motivación para satisfacerlas, realizaremos la siguiente actividad:

Actividad: “Enfrentando la Amazonía”

Tipo de actividad: Grupal

Propósito: A través de esta actividad vamos a identificar nuestras necesidades principales.

¿Cómo lo haremos?: Nos organizaremos en grupos y utilizando nuestra imaginación haremos un viaje en peque peque que atravesará un problema y no permitirá que continuemos el viaje, así que tendremos que quedarnos en una zona deshabitada en la Amazonía y decidir con qué objetos nos quedaremos para sobrevivir hasta que nos recaten.

Ahora bien, relacionemos nuestro ejercicio, con la puesta en marcha de los Bionegocios

El lugar por donde naufraga la persona de nuestro ejercicio, es un lugar totalmente desconocido, no sabe qué le depara el día a día, los peligros a los que se va a enfrentar, cómo va a cubrir sus necesidades. Para las personas de nuestras comunidades nativas sería, la representación de la vida misma, en la que se presentan múltiples necesidades y por las que hay que encontrar un mecanismo para poder satisfacerlas.

En el ejercicio, las cosas a salvar del peque peque, le son útil a la persona para sobrevivir y cubrir sus necesidades mientras esté naufrago. En la vida real, para las personas de comunidades nativas; el aguaje, los peces de la Amazonía, el unguuruahui y todos los otros recursos que les otorgan los Humedales del DATEM, representarían esas cosas que le son útiles para convertirlos en bionegocios, y así generar beneficios para las personas, las familias y sus comunidades.



Recordando lo aprendido...

MÓDULO 1:

Los bionegocios y el desarrollo de mi comunidad

| N° | PREGUNTA | DESARROLLO |
|----|---|------------|
| 1 | ¿Qué recursos naturales de tu comunidad pueden ser aprovechados en un bionegocio? | |
| 2 | ¿Qué bionegocios conoces? | |
| 3 | ¿Qué actividades económicas puedes desarrollar sin afectar el equilibrio ecológico? | |
| 4 | ¿Qué características personales definen nuestra identidad? | |
| 5 | ¿Por qué el conocimiento, las costumbres y la identidad de los pueblos indígenas pueden ser una oportunidad para generar bionegocios? | |

MÓDULO 2:

Bionegocios en la

Amazonía

Temas a tratar:

- ▶ ¿Qué son los bionegocios?
 - ▶ Bionegocios y conservación de los recursos naturales
 - ▶ Modelos de bionegocios en las comunidades del Datem del Marañón
 - ▶ Las características de un emprendedor indígena
- Los objetivos de mi bionegocio

Objetivo de aprendizaje:

Conocer qué son los bionegocios, sus características y los beneficios que este tipo de actividad ofrece a los emprendedores indígenas y a sus comunidades.



2.1 ¿Qué son los bionegocios?



Los bionegocios son aquellos emprendimientos basados en el aprovechamiento de algún recurso de la naturaleza, teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. No dañan el medio ambiente ni lo depredan; por el contrario, buscan conservar y mantener los recursos, con el fin de que las futuras generaciones también tengan la oportunidad de aprovecharlos y disfrutarlos.

La naturaleza nos provee de una gran variedad de recursos que se pueden aprovechar para generar ingresos económicos. Ecosistemas ricos como los humedales del Datem del Marañón poseen, por ejemplo: palmeras con frutos exóticos, plantas de uso medicinal y diferentes especies de animales.

2.2 Bionegocios y conservación de los recursos naturales

Los bionegocios son actividades económicas que se basan en el uso sostenible de los recursos naturales y la biodiversidad para generar productos y servicios. Estas actividades pueden estar relacionadas con la agricultura, la producción de alimentos saludables, la medicina tradicional, artesanías, ecoturismo, entre otros.

La conservación de los recursos naturales es fundamental para los bionegocios, ya que su viabilidad a largo plazo depende de la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas.



A continuación te presento algunas formas en las que los bionegocios pueden contribuir a la conservación de los recursos naturales:



USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS:

Los bionegocios pueden promover prácticas de extracción y aprovechamiento de recursos naturales de manera sostenible. Esto implica respetar los ciclos naturales de renovación, evitar la sobreexplotación, promover la diversificación de las especies utilizadas y adoptar técnicas que minimicen el impacto ambiental

ALIANZAS Y COOPERACIÓN:

Los bionegocios pueden establecer alianzas y colaboraciones con diversas organizaciones de conservación y con las comunidades locales para impulsar iniciativas conjuntas. Al trabajar de manera colaborativa y sumando esfuerzos, pueden compartir conocimientos y recursos, fortaleciendo así los esfuerzos de conservación.



VALORIZACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Los bionegocios pueden generar incentivos económicos para la conservación de la biodiversidad al promover el uso de especies nativas de flora y fauna. Al proporcionar un valor económico a la biodiversidad, se crea un incentivo para su conservación y para la gestión responsable de estos recursos.

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Los bionegocios pueden impulsar la investigación y el desarrollo de tecnologías y prácticas que promuevan la conservación de los recursos naturales. Por ejemplo, pueden apoyar la investigación en agricultura orgánica o el desarrollo de alternativas sostenibles a productos derivados de recursos naturales escasos.



EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Los bionegocios pueden desempeñar un papel importante en la educación y sensibilización de la sociedad sobre la importancia de la conservación de los recursos naturales. Pueden promover prácticas responsables entre los consumidores y brindar información sobre el origen sostenible de los productos que ofrecen.

2.3 Modelos de bionegocios en las comunidades del Datem del Marañón

Con el Proyecto Construyendo resiliencia en los Humedales del Datem del Marañón (PHD), PROFONANPE propició la formación de asociaciones de emprendedores que aprovecharon recursos naturales como el cacao para elaborar chocolates, el fruto del aguaje para producir aceite y se construyeron piscigranjas para criar y comercializar peces amazónicos.

A continuación, describimos los bionegocios desarrollados a partir de la experiencia del PHD.

Producción y comercialización de aceite de aguaje

Los miembros de la Asociación de productores de unguahui y aguaje (APUAPISEM), de los pueblos indígenas del sector Marañón en el distrito de Manseriche, han desarrollado el bionegocio para la producción y comercialización de aceite de aguaje. El fruto del aguaje es apreciado por su valor nutricional, se utiliza en la preparación de jugos, batidos, helados, mermeladas y otros productos alimenticios. También es requerido como insumo para fabricar cosméticos que contienen aceite de aguaje por sus propiedades hidratantes y regenerativas para la piel y el cabello, beneficiosas para la salud. Esto hace que sea demandada por la industria cosmetológica.



Los socios de APUAPISEM aprovechan el aguaje para producir aceite y desarrollan un cuidadoso proceso que se inicia con la recolección del fruto, el cual luego es lavado, picado, deshidratado y prensado, hasta obtener el aceite. Una vez que se obtiene el producto se lo envasa en distintas presentaciones, para uso industrial en galones de entre 11 y 20 litros y, para uso individual en goteros de 150 gramos.

Este bionegocio se caracteriza por ser innovador y por hacer uso de tecnologías nuevas en el aprovechamiento del fruto. El producto tiene gran aceptación y demanda en el mercado nacional e internacional.



Crianza y comercialización de peces amazónicos

La diversidad de peces amazónicos es aprovechada por las diferentes comunidades en la Provincia del Datem como una de las principales fuentes de alimento y de ingresos para las familias indígenas. Considerando este importante potencial, la Asociación de Productores Los SUGKAS, en el Distrito de Manseriche, ha decidido orientar estratégicamente esta actividad hacia una forma de negocio, que beneficie a los miembros de la

Asociación y a la comunidad de Sinchi Roca a la que pertenecen.

El bionegocio que ha desarrollado SUGKAS, implica la crianza de peces en piscigranjas, estas ofrecen un entorno controlado que permite mejorar la producción, reducir el impacto ambiental e implementar prácticas de manejo adecuadas, como la selección de alimentos y hacer seguimiento a las condiciones de crecimiento. Todo ello redunda en mejora de la calidad y seguridad alimentaria de los productos ofrecidos que luego se comercializan en las localidades cercanas, produciendo beneficios económicos para las familias y la comunidad.

Producción y comercialización de chocolates

Los socios de la Cooperativa Agraria SHAKAIM emprendieron un bionegocio de producción de chocolates artesanales. PROFONANPE apoyó en la adquisición de equipos básicos y materiales, contó también con el apoyo de especialistas de una empresa chocolatera que brindó asistencia técnica a los productores.



El chocolate que se produce es en base a la utilización del cacao criollo o nativo, la cual se extrae en el Distrito de Andoas. Un grupo de productores se trasladan a la zona recolectan el cacao, la acopian y trasladan a San Lorenzo, lugar donde está la planta procesadora de chocolates. Las fases de

la fabricación del chocolate son: Tostado, molienda, mezcla, molido fino, conchado, templado, moldeado y envasado. Para obtener el sabor y textura deseados, se trabaja con equipos de granulometría y haciendo pruebas de conchado se obtuvo un aroma, sabor y la textura deseada.

La cooperativa comercializa chocolates con 60, 70 y 100% de cacao y bombones de cinco sabores. Ha realizado el registro sanitario de sus productos y los vende a través de vistosos empaques. El éxito del bionegocio se observa en su crecimiento, tanto en el número de socios como en el interés en seguir capacitaciones para el cuidado de plagas o enfermedades, manejo adecuado de la planta del cacao, con la intención de mejorar la calidad de su producto.

2.4 Modelos de bionegocios en las comunidades del Datem del Marañón

La personalidad del emprendedor es un factor clave para poner en marcha un bionegocio. Existen muchas características o cualidades que distinguen a una persona emprendedora; pero, en resumen, podríamos decir que son 10 las más importantes:

1

APROVECHA LAS OPORTUNIDADES QUE SE LE PRESENTAN: Un emprendedor está atento e identifica oportunidades de negocio. Busca aprovechar las oportunidades para obtener financiamiento, adquisición de equipos, asesoramiento especializado, etc.

2

ES PERSISTENTE: No se intimida ante una situación negativa, sino más bien, busca superar los obstáculos o problemas.

3

SE COMPROMETE CON EL DESARROLLO DE SU TRABAJO: Acepta con responsabilidad los resultados de su trabajo. Permanece junto a todos los involucrados en el bionegocio hasta completar sus tareas.

4

EXIGE CALIDAD Y EFICIENCIA: Desarrolla su trabajo no solo por cumplir, sino con el afán de sobrepasar estándares de calidad y eficiencia. Se esfuerza por hacer las cosas mejor, más rápido y más barato.



5

SE ATREVE Y ASUME RIESGOS: El emprendedor indígena siempre analiza las posibles situaciones que puedan presentarse y, en el afán de cumplir sus metas, es capaz de asumir riesgos moderados.

6

ESTABLECE METAS CLARAS: Establece objetivos claros, alcanzables y específicos, de corto y mediano largo plazo.

7

ESTÁ EN CONSTANTE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN: Busca información acerca de clientes, proveedores y competidores. Consulta con especialistas y asesores de negocios para desarrollar su producto. Utiliza contactos o se apoya en aliados para obtener información útil.

8

PLANIFICA, REGISTRA Y MONITOREA: Se organiza y planifica como lograr sus objetivos y evalúa alternativas. Registra y analiza, si es necesario cambia de estrategia para alcanzar sus objetivos.

9

ESTABLECE ALIANZAS Y FORMA REDES DE APOYO: Genera vínculos solidarios y de apoyo. Aprovecha contactos comerciales y personales para el logro de sus objetivos.

10

AUTOCONFIANZA: Posee una fuerte creencia en sí mismo y en sus habilidades. Completa una tarea con determinación tomándola como un reto o desafío.




Actividad: Galería de arte “YO SOY, YO PUEDO”

Tipo de actividad: Individual

Propósito: A través de esta actividad identificaras tus características personales.

¿Cómo lo haremos?

-  Reflexionando y pensando en cómo somos y lo que hacemos bien en nuestro trabajo, o en la vida cotidiana, dibujando y/o compartiendo por turnos tus cualidades diciendo: **YO SOY...(cualidades) y YO PUEDO (cosas que hago bien).**

2.5 Los objetivos de mi bionegocio

En nuestra vida diaria nos trazamos metas. Metas en nuestros estudios, para nuestro trabajo, metas en nuestra vida personal y también lo haremos en el desarrollo de los bionegocios. Es importante tener en claro: ¿Cuál es la situación que espero alcanzar? ¿Cómo quiero que este mi negocio de aquí a un tiempo? Estas preguntas que nos hacemos y sus respuestas, nos permiten establecer los objetivos de mi bionegocio. Para establecer los objetivos de mi bionegocio, recomendamos considerar la palabra “MAREA” que te ayuda a recordar las características que tiene que tener un objetivo claro.

MEDIBLE Un objetivo debe ser verificable, es decir, poder determinar si el objetivo fue logrado o no.

ALCANZABLE Un objetivo debe orientarse a las condiciones tanto personales como materiales. Es decir, poder lograrse con la habilidad y recursos de la persona.

REALISTA Un objetivo debe ser realizable, es decir encontrarse realmente dentro de lo objetivamente posible.

ESPECÍFICO Un objetivo debe ser lo más concreto, no dejar demasiados márgenes de interpretación.

ACOTADO Un objetivo debe ser definido en el tiempo, o sea, tener determinado hasta cuándo voy a tener que haberla logrado.

“Un objetivo debe ser: Medible, Alcanzable, Realista, Específico y Acotado (es decir, considera el tiempo que me va a llevar cumplirlo)”



Te damos algunos ejemplos:

Los **objetivos de desarrollo** que te puedes plantear en tu bionegocio, pueden estar relacionados a:

LAS VENTAS DE TU PRODUCTO

- Ejemplos:
- ▶ Incrementar las ventas en un 10%, al culminar el presente año. Si el año pasado, por ejemplo, fueron de 10 mil soles; en este año buscaremos llegar a los 11 mil soles.
 - ▶ Reconocimiento de nuestro aceite de aguaje como un producto procedente de la iniciativa de negocio de comunidades indígenas, reconocido como el Aceite APUAPISEM.

LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO (PRODUCCIÓN)

- Ejemplos:**
- ▶ Incrementar los volúmenes de producción en un 5% con respecto al año pasado. Si el año pasado produjo 20 mil litros de aceite de aguaje, al término de este año, deberá llegar a 21 mil litros (mil litros son el 5 por ciento de veinte mil).
 - ▶ Implementar un centro de control de calidad en la planta de producción de aguaje.

LA GESTIÓN DE TU BIONEGOCIO

- Ejemplos:**
- ▶ Constituirnos como un negocio formal, inscrito en Registros Públicos, con su documentación de constitución en regla y que puede firmar contratos comerciales formales.
 - ▶ Desarrollar prácticas de gestión de mi bionegocio, a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones.
 - ▶ Fomentar el desarrollo de capacidades en el personal de mi bionegocio, para su especialización en la elaboración de un producto de calidad.
 - ▶ Mantener un control de rotación de personal, con la finalidad de brindar oportunidad de empleo, a todas las familias de mi comunidad.

LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE TU BIONEGOCIO (PARTE FINANCIERA)

- Ejemplos:**
- ▶ Incrementar la utilidad anual (ganancia del año) en un 3%.
 - ▶ Apalancar recursos financieros (dinero), a través de la participación y beneficio en un “fondo concursable” (con recursos económicos no reembolsables), en el presente año.

Ejercicio: MINIOBJETIVOS

En la vida diaria siempre nos trazamos metas, por ejemplo, cuando vamos a cosechar nuestros productos, cuando vamos a pescar, metas en las actividades de la casa. También lo hacemos cuando vamos a desarrollar nuestros bionegocios.

Para afianzar los aprendizajes vamos a pensar en un miniobjetivo, para ello:











1. Primero, observa el lugar donde te encuentras y piensa individualmente un “mini objetivo/meta” que pueda ser alcanzada en dos minutos en el aula.

2. Luego, escríbelo en un papel y/o exprésalo oralmente cuando sea tu turno y realízalo.

Probablemente, surgirán algunos obstáculos que evitan que algunos participantes pueden alcanzar sus objetivos/ metas, otros quizás, no podrán alcanzarla porque o no podían lograrlo en dos minutos, no podían medirse, no eran específicas o realistas.

Es una oportunidad para que reconozcas algunas de sus actitudes en el tratamiento de obstáculos.

3. Finalmente reflexiona si el objetivo / meta fue “MAREA” marcando una carita feliz para sí y una triste para no. Puedes replantear el objetivo a partir de esta reflexión.

| | | | |
|------------|--|---|---|
| Medible | Pude saber si lo logré o no lo logré |  |  |
| Alcanzable | Tuve los medios para llevarlo a cabo es decir los materiales, medios o personas. |  |  |
| Realista | Fue posible hacerlo en mi realidad |  |  |
| Específico | Cualquier persona puede entender lo que propuse. |  |  |
| Acotado | Lo pude hacer en el tiempo que me propuse. |  |  |

Recordando lo aprendido...

MÓDULO 2: Los bionegocios en la amazonía

| N° | PREGUNTA | DESARROLLO |
|----|---|------------|
| 1 | ¿Qué es un bionegocio | |
| 2 | ¿Cómo contribuye el bionegocio a la conservación de la naturaleza? | |
| 3 | ¿Cuáles son las características de un emprendedor indígena? | |
| 4 | ¿Cómo debo definir mis objetivos MAREA? | |
| 5 | Defino un objetivo de producto y otro de producción para mi bionegocio. | |

MÓDULO 3: Producto y mercado de mi emprendimiento

Temas a tratar:

- ▶ La cadena productiva
 - ▶ El mercado
 - ▶ Los clientes
 - ▶ La competencia
- El potencial de mi bionegocio en el mercado

Objetivo de aprendizaje:

Conocer las etapas del proceso productivo para obtener el producto y los elementos que intervienen en el mercado.



3.1 La cadena productiva

Los emprendimientos en bionegocios se basan en el aprovechamiento rentable de los recursos de la naturaleza. Algunos bionegocios implican la extracción de un recurso (peces amazónicos) y su posterior comercialización. En otros casos, de la naturaleza se extrae un recurso (aguaje, cacao) que es utilizado como insumo para elaborar un nuevo producto (aceite, chocolates).

Cuando hablamos de cadena productiva nos referimos al conjunto de actividades que ocurren desde la obtención de los insumos hasta la entrega final del producto al consumidor. Esto involucra la producción o extracción del recurso, su transformación y su posterior comercialización en el mercado.

Gráfico 1: Representación gráfica de una Cadena Productiva



Tomemos dos ejemplos y veamos cuál es su cadena productiva:

| BIONEGOCIO | CADENA PRODUCTIVA |
|---|---|
| Bionegocio 1 VENTA DE PECES AMAZÓNICOS | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Producción: cultivo de peces amazónicos en piscigranjas. ▶ Transformación: No hay. ▶ Comercialización: Venta de pescado en los mercados y restaurantes. |
| Bionegocio 2: VENTA DE ACEITE DE AGUAJE | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Producción: Recolección del fruto aguaje. ▶ Transformación: Acopio del fruto, pelado, lavado, chipeado, tamizado, deshidratado, prensado. ▶ Comercialización: Contacto con compradores, negociación de precio, venta y entrega al cliente. |

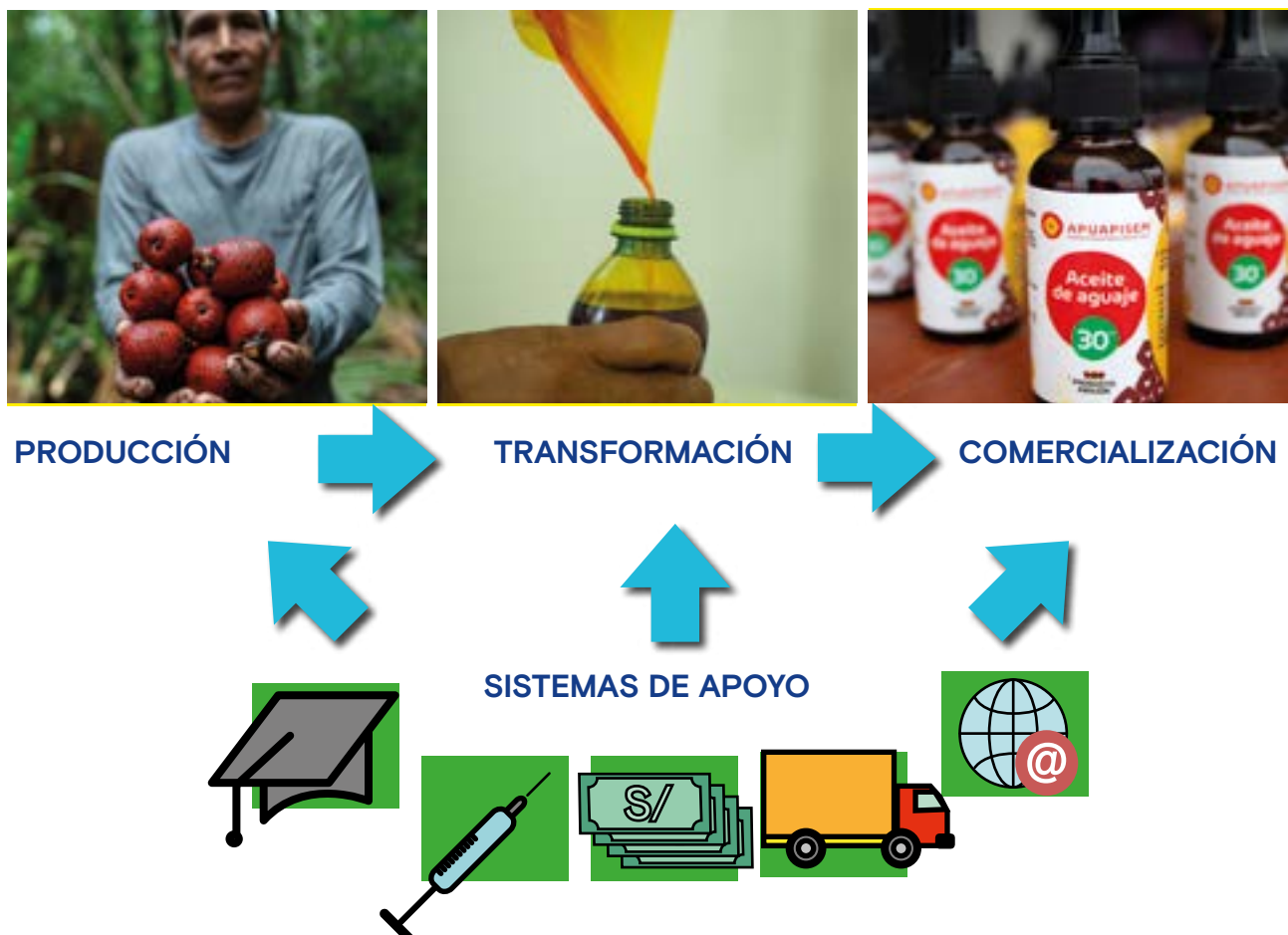
Para realizar las tareas y actividades de cada etapa de la cadena productiva, tendremos una serie de requerimientos:

- » Empresas o personas que vendan/alquilen maquinaria, equipos y herramientas para extraer el recurso y transformarlo.
- » Empresas o personas que brinden servicio de transporte.
- » Agentes financieros que presenten el capital necesario para comenzar a producir.
- » Instituciones que brinden servicios de asistencia técnica/ capacitación.

Estas empresas, personas o instituciones, forman parte de los sistemas de apoyo que intervienen a lo largo de nuestra cadena productiva brindando servicios para obtener el producto que vamos a vender.

ACEITE DE AGUAJE

Gráfico 2: Cadena Productiva y los sistemas de apoyo



Ejercicio: LA CADENA PRODUCTIVA

Recordemos: la cadena productiva es el conjunto de actividades que empiezan desde que obtenemos los insumos de nuestro producto hasta su entrega final al consumidor.
Para fortalecer los aprendizajes realizaremos lo siguiente:

1. Primero, organizados por equipos, recibirán tarjetas del proceso de un bionegocio, observan las imágenes, las ordenarán según su proceso y colocan el nombre del bionegocio.

Bionegocio 1

| | | |
|---------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1 PRODUCCIÓN | 2 TRANSFORMACIÓN | 3 COMERCIALIZACIÓN |
|---------------------|-------------------------|---------------------------|

2. Luego, pensarán en un bionegocio que tengan o quieran formar, dibujarán y/o escribirán el proceso en el papelógrafo que te entregarán.

MI BIONEGOCIO

| | | |
|---------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1 PRODUCCIÓN | 2 TRANSFORMACIÓN | 3 COMERCIALIZACIÓN |
|---------------------|-------------------------|---------------------------|

Finalmente, un representante de cada grupo comparte los procesos del bionegocio elegido.

3.2 El mercado

El mercado es un sistema de intercambio conformado por los vendedores (oferta) y compradores (demanda), quienes intercambian entre ellos productos o servicios a cambio de un valor en dinero (precio).



Oferta

Es la cantidad de productos o servicios que están dispuestos a **vender** a un determinado precio

Demanda

Es la cantidad de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a **comprar** a un determinado precio.

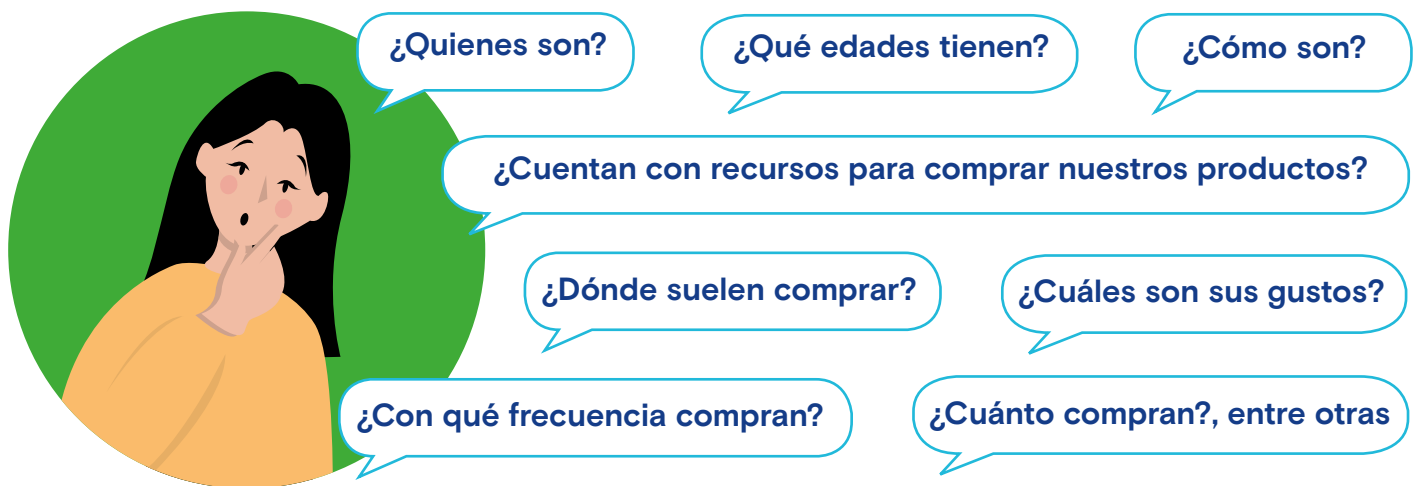
Precio

Es la cantidad de dinero que permite adquirir un producto o servicio.

El mercado puede ser visto como un lugar o un espacio en el cual se encuentran los compradores (clientes) y los vendedores (nosotros y nuestra competencia). En un sentido más amplio, el mercado representa el conjunto de transacciones y relaciones comerciales que se llevan a cabo entre los diversos participantes, ya sea a través de interacciones directas o mediante plataformas digitales y canales de distribución.

3.3 Los clientes

Para que tu emprendimiento sea exitoso no basta solo con tener el producto y ofrecerlo en el mercado, necesitamos enfocar nuestra atención en los clientes, conocerlos y estimularlos a que compren el producto que ofrecemos. Conviene entonces preguntarnos:



Las respuestas a estas preguntas te ayudarán a tener un “perfil del cliente”, que es el conjunto de características del consumidor de nuestro producto.



Ejemplo:

La Asociación APUAPISEM ha identificado dos tipos de clientes y su perfil:

» **CLIENTES 1:** Mujeres de 30 años a más, interesadas en el cuidado del cabello y la piel, con capacidad adquisitiva e interesadas en adquirir productos naturales.

» **CLIENTES 2:** Empresas de la industria de dermatología (cuidado de la piel) y cosmetología (imagen, belleza), quienes comercializan productos naturales, orgánicos.



EL PRIMERO

Es una mujer con un perfil definido (edad, interés, gusto) y que estaría interesada en comprar aceite de aguaje para uso personal, por lo que debemos ofrecerlo en una presentación acorde a su necesidad.



EL SEGUNDO

Es una empresa que utilizará nuestro producto para producir otro, y lo requieren en grandes cantidades.

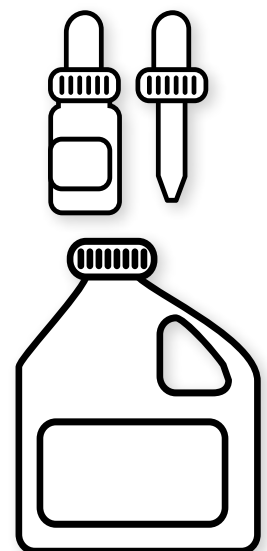


Se trata entonces de dos tipos de clientes

Teniendo en cuenta sus necesidades, APUAPISEM ofrece el producto a sus clientes en dos presentaciones:

» **CLIENTES 1:** Presentación en frascos de 10 ml, tipo gotero, a un precio de S/30.

» **CLIENTES 2:** Presentación en galones de 20 litros, a un precio de S/200 por litro.



3.4 La competencia

Normalmente existen otras personas o empresas que producen el mismo producto que tú. Ellos compiten contigo para vender su producto, por ello tienes que tener una estrategia para destacarte en el mercado y competir por los clientes.



Así como necesitas conocer el perfil de tus clientes, también necesitas conocer a la competencia, porque la forma en como ellos actúan influirá en tu bionegocio y tus ventas. Por lo tanto, debes:

- ✓ Saber que otras empresas ofrecen el mismo producto.
- ✓ Conocer las fortalezas y debilidades de la competencia.
- ✓ Aprovechar las ventajas comparativas de tu producto.
- ✓ Saber si existen empresas que ofrecen productos sustitutos al nuestro (productos similares que pueden competir con el nuestro).

Ejemplo:

Observando el mercado del aceite de aguaje, APUAPISEM identificó dos tipos de competencia:

» **ASOCIACIONES** integradas por miembros de comunidades nativas que a nivel local, regional y nacional transforman el fruto aguaje y lo venden en el mercado.

» **PERSONAS O EMPRESAS** que elaboran y venden aceite de aguaje, a nivel local, regional y nacional.

3.5 El potencial de mi bionegocio en el mercado

¿Qué hacemos cuando desconocemos o no sabemos sobre algo? Investigamos. Lo mismo debes hacer al emprender tu bionegocio. Antes de producir el bien o servicio, debes hacer una investigación de mercado para conocer algunos aspectos claves del bionegocio que emprenderás.

Los resultados de tu investigación te proporcionarán una base sólida para tomar decisiones y te permitirán conocer mejor a tus clientes, identificar las oportunidades y evaluar la viabilidad de tu bionegocio.

ALGUNOS ASPECTOS CLAVES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- ▶ **Los potenciales clientes:** ellos serán los compradores de tu producto, por lo que debes conocer su perfil, su comportamiento de compra, necesidades y preferencias.
- ▶ **La competencia:** es importante que conozcas a la competencia que ya opera en el mercado de tu producto. Esto implica identificar sus fortalezas, debilidades, estrategias de marketing, precios, productos o servicios que ofrecen y las posibles ventajas competitivas.
- ▶ **Tendencias y cambios en el mercado:** la investigación de mercado debe analizar las tendencias actuales y futuras, así como los factores que pueden influir en él, como cambios tecnológicos, regulaciones, factores económicos y sociales. Esto te ayudará a anticipar posibles oportunidades o amenazas.
- ▶ **Análisis de precios:** debes analizar el precio al que se ofrece tu producto en el mercado y cuáles son los márgenes de ganancia. Esto te ayudará a determinar el rango de precios competitivos y saber la viabilidad económico del bionegocio.
- ▶ **Canales de distribución y comercialización:** debes conocer cómo se distribuyen y comercializan los productos en el mercado. Esto implica identificar los canales de distribución existentes, los intermediarios clave y las estrategias de marketing utilizadas.
- ▶ **Satisfacción y opinión de los clientes:** es útil recopilar información directa de los clientes para comprender sus necesidades, opiniones y niveles de satisfacción con productos o servicios similares existentes en el mercado.

A continuación, te sugerimos algunas herramientas para realizar la investigación de mercado:

ENCUESTA

es una técnica de investigación por medio de la cual se aplica un cuestionario a un determinado número de personas, que son una proporción de tus clientes potenciales.

ENTREVISTA

se produce entre dos o más personas a través de una conversación, previamente realizas una guía de preguntas y recoges las respuestas de los entrevistados.







GRUPO FOCAL

es una técnica por medio de la cual se recogen las opiniones, comentarios, recomendaciones de un grupo de personas a quienes se les reúne para tal fin.

OBSERVACIÓN DIRECTA

Técnica que consiste en recoger información directamente en el mercado, viendo que ofrecen y como los vendedores, que preguntan los consumidores, etc.

Sea cual fuere las que utilices, debes considerar lo siguiente:

-  Tener un objetivo claro desde el inicio de tu Investigación.
-  Las preguntas y la información que recojas deberán estar alineadas a ese objetivo.
-  Define qué herramientas de investigación vas a utilizar y elabóralas con anticipación.
-  Identifica quienes serán tus informantes, es decir, las personas a las que aplicarás las herramientas de investigación.
-  Planifica el recojo de la información, define fechas específicas y contáctate con tus informantes.
-  Luego de recoger la información analízala y realiza un informe con los hallazgos respondiendo a los objetivos de investigación que te has planteado.

Ejemplo:

Los socios de APUAPISEM conocen las propiedades del aguaje como fruto y los beneficios del aceite en el tratamiento de la piel y el cabello, que lo convierten en un producto con alta demanda en la industria cosmetológica. Sin embargo, necesita tener información precisa respecto a sus potenciales clientes.

ELLOS QUIEREN SABER:

¿Cómo y dónde compran el aceite de aguaje?,

¿En qué cantidades lo compran?

¿Con qué frecuencia compran?

¿A qué precio?



El gerente y equipo de trabajo de APUAPISEM, decide entonces investigar más y conocer con más detalle el mercado de aceite de aguaje. Específicamente, lo relacionado a las características de la demanda (compradores) del producto.

Para ello desarrollaron los siguientes pasos:

1

DEFINIR EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN: Conocer el perfil y comportamiento de los compradores de aceite de aguaje, la frecuencia, el precio, la cantidad y otros.

2

DEFINIR LAS HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN: Utilizarán dos herramientas:

- ▶ Entrevista
- ▶ Observación directa

3

DEFINIR LOS INFORMANTES: Empresas comercializadoras de productos orgánicos a nivel nacional o internacional:

- ▶ Laboratorios
- ▶ Supermercados
- ▶ Empresas de la industria cosmetológica.

4

PLANIFICAR Y ORGANIZAR LA INVESTIGACIÓN: Esto implica:

- ▶ Elaborar una lista de las empresas y sus responsables compras o abastecimiento a quienes se realizará la entrevista.
- ▶ Elaborar el cuestionario para la entrevista.
- ▶ Contactar a las personas a entrevistar y elaborar un cronograma para las entrevistas.
- ▶ Aplicar el cuestionario.
- ▶ Analizar los resultados.
- ▶ Elaborar un informe con los resultados obtenidos y respondiendo al objetivo de la investigación.



Actividad: EL NEGOCIO DE LOS COCOS

Tipo de actividad: Grupal

Propósito: A través de esta actividad potenciarás tus competencias para la negociación de un bionegocio.

¿Cómo lo haremos?

Nos organizaremos en tres equipos, cada equipo será un bionegocio: Sibisibi, “Los Cocoleros” y “Pampas perdidas”.

-  Cada equipo leerá y/o escuchará cada caso, se pondrán de acuerdo sobre cómo negociar su producto.
-  Luego, los representantes de cada equipo tendrán 20 minutos para negociar sabiendo que la reunión es para concretar un acuerdo favorable.

En este cuadro te daremos pistas de la realidad de cada asociación.

| BIONEGOCIO | NEGOCIO PRINCIPAL | REPRESENTANTE | PROBLEMÁTICA |
|-----------------|-----------------------------------|---------------------------------|---|
| SIBISIBI | Producen jugos naturales | Director de Insumos | Su proveedor no cumplirá con proporcionarle la cantidad de materia prima necesaria. |
| LOS COCOLEROS | Producen cocos | Responsable de Comercialización | No cuenta con el capital mínimo necesario. |
| PAMPAS PERDIDAS | Producen muñecos de fibra de coco | Ejecutivo de Compras | La empresa no cumplirá con proporcionar el insumo para la elaboración del producto. |

Recordando lo aprendido...

MÓDULO 3: Producto y mercado de mi emprendimiento

| N° | PREGUNTA | DESARROLLO |
|----|--|------------|
| 1 | Indica cual es el producto de tu bionegocio y responde ¿Cuáles son las etapas de la cadena productivo? | |
| 2 | ¿Quiénes son mis potenciales clientes y cuál sería su perfil? | |
| 3 | ¿Quiénes son mis principales competidores y qué características tienen? | |
| 4 | ¿En qué se diferencia mi producto al de mi competencia? | |
| 5 | ¿Qué pasos debo seguir para hacer la investigación de mercado? | |

MÓDULO 4:

Las estrategias de participación en el mercado

Temas a tratar:

- ▶ Estrategia de producto.
- ▶ Estrategia de precio.
- ▶ Estrategia de distribución.
- ▶ Estrategia de comunicación.

Objetivo de aprendizaje:

Identificar las estrategias para insertarse en el mercado e impulsar las ventas.



En nuestra vida personal solemos plantearnos objetivos y para lograrlos tomamos decisiones y realizamos ciertas acciones. Cuando emprendas tu bionegocio, también debes definir estrategias para los diferentes aspectos de tu emprendimiento, las que en buena medida determinarán su éxito. Una estrategia es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.



Hay cuatro aspectos que son fundamentales para satisfacer a los clientes y aumentar tus ventas. Para ayudarnos a definir la mejor estrategia, es importante que te formules las siguientes preguntas:

¿CUÁLES SON LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES?

(estrategia de producto)

¿CUÁL ES EL PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR MI PRODUCTO?

(estrategia de precio)

¿DÓNDE ESTÁN MIS POTENCIALES CLIENTES?

(estrategia de distribución)

CUÁLES SON LOS MEJORES CANALES PARA LLEGAR A MI PÚBLICO?

(estrategia de comunicación)

La “mezcla de estrategias” se denomina Mix de Marketing.

Ejercicio: MINIMERCADO

Utilizando tus saberes previos realizaremos el siguiente ejercicio:

- ⚙️ Cada uno va a producir un producto o servicio.
- ⚙️ Para producir este producto o servicio contarán con los recursos disponibles de su comunidad.

Teniendo en cuenta los siguiente:

- » No se puede vender promesas o engaños
- » El producto vendido no será devuelto
- » El precio de mercado del producto oscila entre S/.5 y S/.10 soles.
- ⚙️ Una vez haya definido el producto o servicio, lo dibujará y anotará en un papelógrafo colocando el precio, beneficios y otras referencias que crea necesaria.
- ⚙️ Luego, se expondrá en el espacio de trabajo para que todos los asistentes puedan observarlos
- ⚙️ Finalmente, el facilitador invitará a la votación levantando la mano hasta que sólo queden dos productos que serían los que todos eligen comprar.
- ⚙️ Se solicita a dos participantes que expliquen por qué creen que esos dos productos fueron los ganadores.

4.1 Estrategia de producto

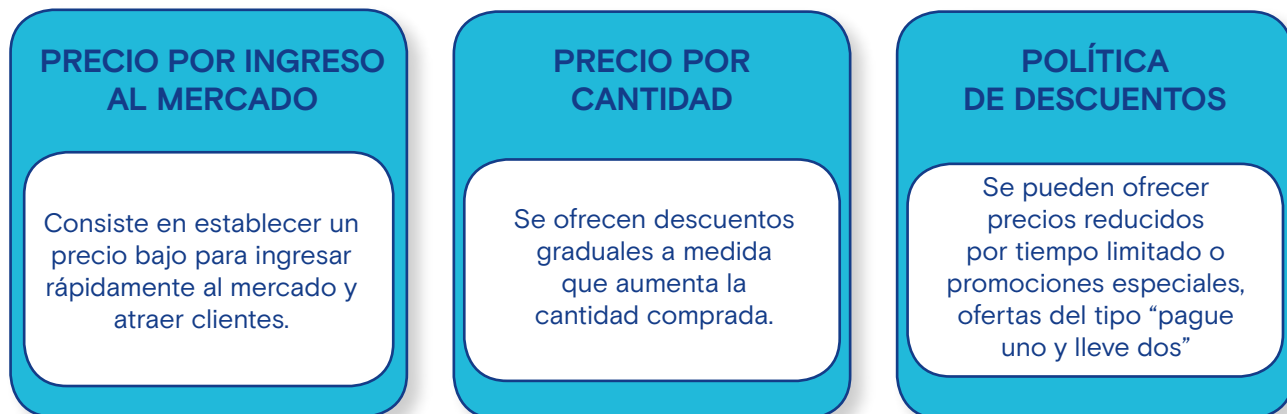
Las estrategias de producto son las acciones orientadas a mejorar y destacar las características de nuestro producto y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. A continuación, te mostramos diferentes estrategias:

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |
| <p>Presentación del producto Genera interés, ayuda a posicionarlo en el mercado, puede comunicar sus beneficios.</p> | <p>Empaques En goteros, en frascos, en botella, en paquetes de botellas, en galonera, en jabas, etc.</p> | <p>Slogan Un slogan es una frase breve y memorable que resume la propuesta de valor del producto.</p> | <p>Logo Es un símbolo que identifica y representa visualmente a tu marca.</p> | <p>Atributos del producto Resaltar que es un producto orgánico elaborado por comunidades.</p> | <p>Crear una marca Permite la diferenciación de un producto de otros similares.</p> |

Para realizar con éxito una estrategia de producto el aspecto más importante es analizar a los consumidores.

4.2 Estrategia de precio

Las estrategias de precio se enfocan en la determinación del valor monetario de un producto. Hay que establecer un precio que sea atractivo para los consumidores y rentable para tu emprendimiento.



4.3 Estrategia de distribución

Las estrategias de distribución se centran en cómo hacer que un producto esté disponible y sea accesible para los consumidores en el lugar y momento adecuados. Es decir, a través de que vías, medios o que alternativas tengo para que este llegue a mis clientes:

Ejemplos:

- ▶ Ofrecer los productos por redes sociales.
- ▶ Hacer visitas a domicilio.
- ▶ Hacer llamadas telefónicas.
- ▶ Colocar nuestro producto en los supermercados, hoteles.

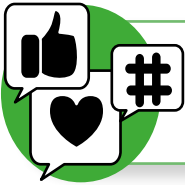
La selección de la estrategia adecuada está en función del producto, la preferencia de los consumidores y los recursos disponibles.

4.4 Estrategia de comunicación

Las estrategias de comunicación se orientan a promover el producto entre los consumidores. Buscan generar interés, fomentar la demanda y persuadir a los consumidores para que elijan el producto que ofrecemos.

**AVISOS PUBLICITARIOS:**

Consiste en comunicar mensajes promocionales a través de medios pagados (radio, tv, otros).

**MÁRketing EN REDES SOCIALES:**

Utilizar plataformas de redes sociales para crear contenido relevante y recibir la opinión de los consumidores sobre nuestro producto.

**FERIAS COMERCIALES:**

Instalando puestos para promocionar y vender nuestro producto.

**PROMOCIÓN DE VENTAS:**

A través de descuentos, muestras gratis, concursos, regalos con compra.

Actividad: MI PRODUCTOR FAVORITO

Tipo de actividad: Grupal

Propósito: A través de esta actividad podrás aplicar las estrategias para insertar tu producto en el mercado e impulsar su venta.

¿Cómo lo haremos? Nos organizamos en equipos y realizaremos los siguientes pasos:

- ⚙️ Elegir uno de los siguientes productos para que sea ofertado en una feria de comercialización, teniendo en cuenta las estrategias compartidas en este módulo:
 - » Peque peque
 - » Jugo de coco
 - » Red de pesca
- ⚙️ Luego anotarán y/o dibujarán el nombre del producto y las estrategias que utilizarás para ponerlo en el mercado. Un representante del equipo.

| MI PRODUCTO _____ | | |
|-------------------|---|--|
| 1 | Estrategia de producto | |
| 2 | Estrategia de precio | |
| 3 | Estrategia de promoción | |
| 4 | Estrategia para fidelizar a mis clientes e incrementar el número de clientes. | |
| 5 | Estrategia para superar a mi competencia | |

Recordando lo aprendido...

MÓDULO 4:

Las estrategias de participación en el mercado

| N° | PREGUNTA | DESARROLLO |
|----|---|------------|
| 1 | ¿Qué estrategia aplicarías para destacar tu producto en el mercado? | |
| 2 | ¿Qué estrategias utilizarías para vender tu producto? | |
| 3 | ¿Qué harías para promocionar tu producto y hacerlo conocido? | |
| 4 | Aplicar descuentos según el volumen de venta. ¿Qué tipo de estrategia es? | |
| 5 | ¿Qué estrategia utilizaras para superar a tu competencia? | |

MÓDULO 5:

El proceso para desarrollar nuestro producto

Temas a tratar:

- ▶ El proceso de producción
- ▶ Las materias primas
- ▶ Maquinaria, equipos y herramientas
- ▶ El equipo de trabajo

Objetivo de aprendizaje:

Conocer el proceso de producción e identificar los recursos necesarios para la obtención del producto del bionegocio.



5.1 El proceso de producción

¿Para producir un bien o producto requieres disponer de materias primas, maquinaria, equipos, herramientas y personas que realicen el trabajo. Todos estos recursos se combinan en el proceso productivo para crear el producto final. Llamamos proceso de producción (o productivo) a la serie de etapas y actividades que se llevan a cabo para transformar las materias primas en un producto final. Esto implica desarrollar una secuencia de pasos que deben realizarse de manera organizada y coordinada, con el objetivo de obtener un producto que cumpla con las especificaciones y requerimientos establecidos.

Las etapas del proceso productivo variarán dependiendo del tipo de producto que vayas a obtener. Cada asociación adaptará su proceso productivo a sus necesidades y objetivos. A continuación, se describe el proceso productivo del aceite de aguaje en sus diferentes etapas:

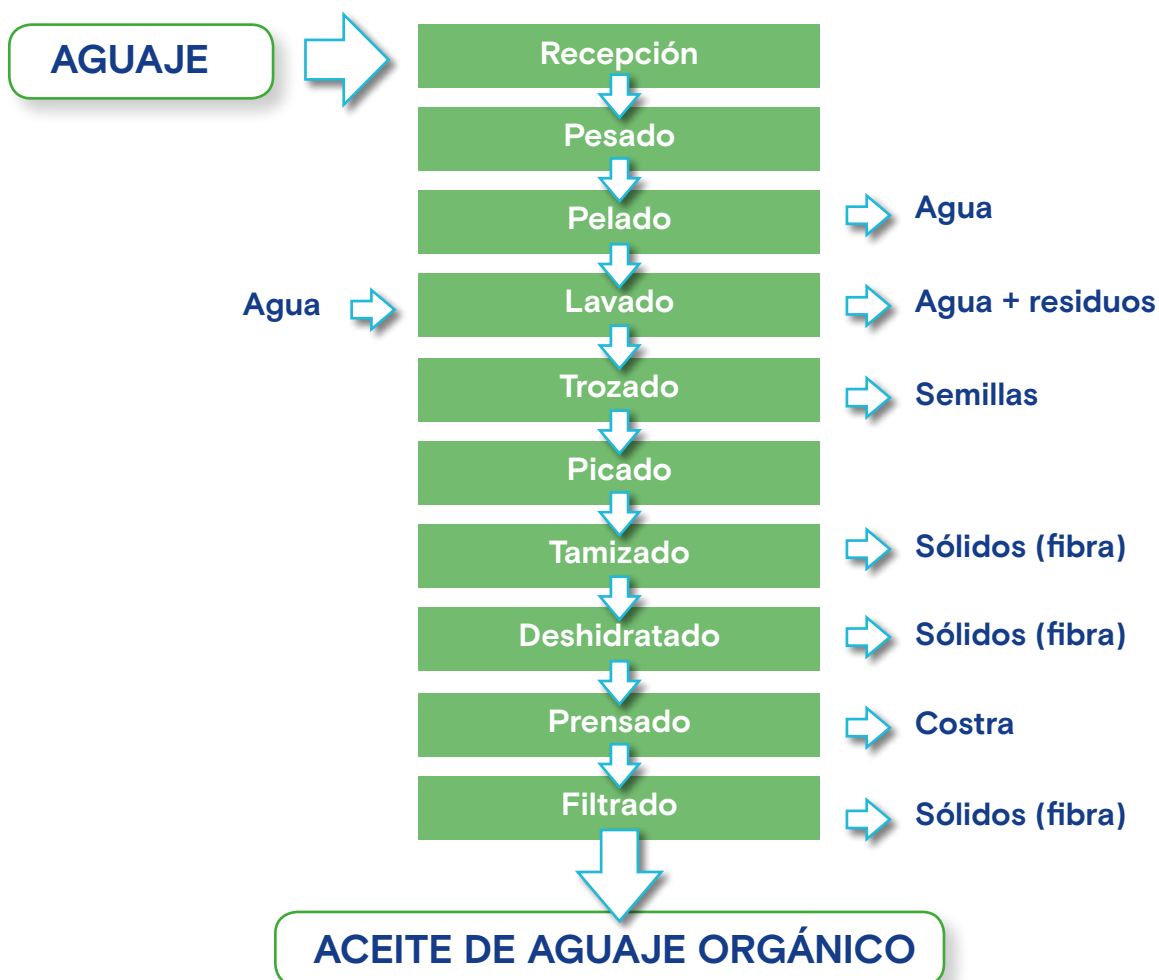
Ejemplo:

La Asociación APUAPISEM desarrolla las siguientes actividades para producir aceite de aguaje:

- 1 RECEPCIÓN:** se recibe el aguaje tipo shambo (materia prima) en sacos de polietileno en la planta procesadora, proveniente de los centros poblados Ajachim, Nueva Alegría, Capernaum y de la misma Comunidad Nativas Chapis.
- 2 PESADO:** Cada saco contiene 40 kg. de materia prima y son vaciados en jabas cosechadoras, cada jaba con aguaje tiene un peso aproximado de 25 kg.
- 3 PELADO:** Se extrae la flor del fruto del aguaje y se la separa en jabas.
- 4 LAVADO:** Una vez pelada se lava manualmente con agua proveniente de la quebrada Balata, ubicada a espaldas de la empresa.
- 5 TROZADO:** Una vez lavado el aguaje se lo lleva a una máquina trozadora donde el operario hace uso de la fuerza ejerciendo presión contra el fruto y lo rompe, posteriormente y de manera manual retira la pulpa de la semilla.
- 6 PICADO:** mediante una máquina chipeadora la pulpa del aguaje es triturada y se las deposita en una manta plástica colocada en el suelo.

- 7 **TAMIZADO:** una vez triturado el aguaje y con el uso de una malla, se descartan fibras excedentes del proceso anterior, pues no generan valor.
- 8 **DESHIDRATADO:** La materia prima es colocada en hornos artesanales para quitarles la humedad interna y externa.
- 9 **PRENSADO:** El aguaje deshidratado pasa por una prensa extrusora, la fuerte presión que se ejerce sobre la materia prima permite obtener el aceite de aguaje.
- 10 **FILTRADO:** El aceite obtenido es filtrado a través de un papel filtro, lo que permite separar el aceite oscuro (residuo) que luego se descarta.
- 11 **ENVASADO Y ETIQUETADO:** Con el uso de jeringas se llenan frascos de vidrio ámbar con gotero, en presentaciones de 10, 20 y 30 ml. La presentación de 20 L se llena utilizando un embudo. Finalizado el envasado se etiquetan las diferentes presentaciones para su posterior distribución.

GRÁFICO DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE ACEITE DE AGUAJE



Las estrategias de comunicación se orientan a promover el producto entre los consumidores. Buscan generar interés, fomentar la demanda y persuadir a los consumidores para que elijan el producto que ofrecemos.



ESPACIO
Debe ser amplio para manipular con seguridad la materia prima, herramientas y equipos.



INSTALACIONES
El espacio de trabajo debe estar organizado y los equipos dispuestos de forma que facilite el traslado de la materia prima.



LIMPIEZA
El espacio de trabajo, los equipos y las herramientas deben estar limpias, de no estarlo podríamos afectar la calidad del producto.



ILUMINACIÓN
El área de trabajo debe tener buena iluminación.

Ejercicio: RECREANDO EL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE MI PRODUCTO

A partir del aprendizaje de hoy sabemos que las etapas del proceso productivo variarán de acuerdo al tipo de producto que vayas a obtener y se adaptará a tus necesidades y objetivos.

- 🔧 En equipo eligen un producto de la actividad realizada en el Módulo 4.
- 🔧 Se ponen de acuerdo sobre el proceso productivo para la elaboración del producto elegido.
- 🔧 En un esquema plasmará el proceso. (pueden dibujarlo o escribirlo)
- 🔧 Finalmente, un representante del equipo comparte con el pleno el proceso.

5.2 Materias primas

La materia prima son los materiales a partir del cual se elabora un nuevo bien o producto. Por ejemplo, para producir una mesa (bien) utilizamos madera (materia prima).

En los bionegocios la materia prima es un recurso que se extrae de la naturaleza y se transforma para crear el producto. Por ejemplo, para producir chocolate (producto), utilizamos cacao (materia prima).

Las materias primas son el insumo básico para la producción. Es importante entonces, que organices y planifiques la adquisición de la materia prima.

Debes saber cuánto y cuando comprar para elaborar tu producto. Convendrá entonces que lleves un registro de las materias primas que necesitas adquirir, la cantidad y el precio, pues esto te ayudará a calcular los costos de tu producto.

El siguiente cuadro puede servir como guía para registrar tus necesidades de materia prima:

| Materia Prima | Medida | Cantidad | Precio |
|--|--------|----------|--------|
| Sacos de aguaje en fruto (promedio mensual) | Sacos | 25 | S/ XX |
| | | | |

Es importante entender que la cantidad de materia prima que requieres para producir, por ejemplo, chocolate, puede variar y ello está directamente relacionado a la calidad con que quieres ofrecer el producto. Los chocolates de mejor calidad tienen entre 70 u 80% de cacao. La mayor o menor cantidad de cacao que utilices para elaborarlo es una decisión que debes tomar con cuidado, ya que tendrá un impacto en tus costos de producción y por tanto en el precio final del producto.

5.3 Maquinarias, equipos y herramientas

Para elaborar el producto vas a necesitar también maquinaria, equipos y herramientas, y estas intervendrán en las distintas fases del proceso productivo. Las máquinas, equipos y herramientas no se consumen en un solo proceso productivo y pueden representar una inversión importante para el bionegocio.



Conviene hacer el listado de las que vas a necesitar. Haz una lista y detalla las características (Especificaciones técnicas) que debe tener cada una de ellas, de acuerdo a lo que vas a producir y las necesidades del bionegocio. La guía que mostramos a continuación te puede ser útil

Ejemplo:

Para la producción de aceite de aguaje, la Asociación APUAPISEM, elaboró la siguiente lista:

| Rubros | Especificaciones técnicas | Medida | Cantidad | Precio | Total S/ |
|------------------------|---------------------------|--------|----------|-----------------|------------------|
| MAQUINARIA | | | | | |
| Horno | | Unidad | 1 | 800.00 | 800.00 |
| Chipeadora | | Unidad | 1 | 900.00 | 900.00 |
| Prensa | | Unidad | 1 | 20 000.00 | 20 000.00 |
| Picadora | | Unidad | 1 | 900.00 | 900.00 |
| | | | | Subtotal | 22,600.00 |
| EQUIPOS | | | | | |
| Guantes | | Par | 12 | 1.00 | 12.00 |
| Balanza | | Unidad | 1 | 200.00 | 200.00 |
| Equipo de escalamiento | | Unidad | 2 | 4 000.00 | 8,000.00 |
| Casco | | Docena | 1 | 180.00 | 180.00 |
| Arnés | | Par | 1 | 480.00 | 480.00 |
| Extintor | | Docena | 6 | 200.00 | 1,200.00 |
| Botas | | Par | 12 | 24.00 | 288.00 |
| Lentes | | Docena | 1 | 24.00 | 24.00 |
| Mascarilla | | Docena | 1 | 12.00 | 12.00 |
| | | | | Subtotal | 10,396.00 |
| HERRAMIENTAS | | | | | |
| Machete | | Unidad | 1 | 13.00 | 13.00 |
| Acha | | Unidad | 1 | 40.00 | 40.00 |
| Cuchillo | | Unidad | 1 | 12.00 | 12.00 |
| Llave | | Unidad | 1 | 3.00 | 3.00 |
| Olla | | Unidad | 2 | 20.00 | 40.00 |
| | | | | Subtotal | 108.00 |
| OTROS | | | | | |
| Baldes | | Unidad | 12 | 15.00 | 180.00 |
| Jabas | | Unidad | 12 | 12.00 | 144.00 |
| Etiquetas | | Rollo | 1 | 30.00 | 30.00 |
| Mandil | | Unidad | 1 | 10.00 | 10.00 |
| Filtro | | Unidad | 12 | 2.00 | 24.00 |
| Mantel | | Unidad | 2 | 5.00 | 10.00 |
| Alcohol | | Unidad | 2 | 5.00 | 10.00 |
| Ace | | Unidad | 1 | 1.00 | 1.00 |
| Plástico | | Metros | 12 | 4.00 | 48.00 |
| Escobilla | | Unidad | 1 | 2.00 | 2.00 |
| | | | | Subtotal | 459.00 |
| | | | | TOTAL | 33 455.00 |

5.4 Equipo de trabajo



Para desarrollar tu emprendimiento es indispensable contar con un conjunto de trabajadores. Unos estarán involucrados directamente en el proceso productivo, obteniendo la materia prima, operando los equipos y maquinaria para realizar las diferentes tareas o actividades que corresponden a cada fase del proceso productivo.

También necesitarás a un conjunto de trabajadores que no están directamente vinculados al proceso productivo, y cuyas labores son de tipo administrativo o vinculadas a la distribución y ventas del producto. La remuneración de todos ellos, son parte de tus costos y por eso debes considerarlos. Por lo que también es importante que identifiques la cantidad de trabajadores que necesitas para operar en cada fase del proceso productivo y todas las actividades que requieren personal y se realizan en la cadena productiva.

Ejemplo:

Para el caso del bionegocio de crianza y comercialización de peces amazónicos:






| Etapas | Trabajador | Características | Cantidad | Precio | Total |
|--------------|--|---|----------|---------------|--------|
| Producción | Encargados del cultivo de peces amazónicos en piscigranjas | Conocimientos sobre el cultivo de peces | 02 | S/ 240 al mes | S/ 480 |
| | Encargado de mantenimiento de piscinas | Personas de la comunidad. | 01 | | |
| Distribución | Encargado de embalaje para la distribución. | Trabajo 2 días al mes | 01 | | |
| | Encargado de distribución local | Periodo rotativo | 01 | | |

Actividad: PRODUCCIÓN DE SOBRES

Tipo de actividad: Grupal

Propósito: A través de esta actividad podrás vivenciar el proceso de producción para la obtención de un producto.

¿Cómo lo haremos? a través de esta actividad podrás vivenciar el proceso de producción para la obtención de un producto.

-  Cada equipo debe producir un mínimo de 10 sobres iguales a la muestra que se encuentra en la mesa.
-  Cada equipo dispone de 20 minutos para planificar el trabajo y definir el número de sobres a producir. Pueden ensayar con los materiales disponibles en la mesa.
-  El tiempo de producción será de 30 minutos
-  El control de calidad será realizado por el facilitador.
-  Se dará un premio al equipo ganador

Recordando lo aprendido...

MÓDULO 5: El proceso para desarrollar nuestro producto

| 1 | Indica cual es el producto de tu bionegocio y responde ¿Cuáles son las etapas de la cadena productivo? | | | | | |
|----------|--|---------------------------|----------|----------|--------|----------|
| 2 | ¿Quiénes son mis potenciales clientes y cuál sería su perfil? | | | | | |
| 3 | Haga un listado de la materia prima necesaria para elaborar su producto y calcule su costo | | | | | |
| | Materia prima / insumo | Medida | Cantidad | Precio | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 4 | Haga un listado del personal (mano de obra) que va a necesitar. | | | | | |
| | Mano de obra | Descripción | Cantidad | Precio | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 5 | Requerimientos de herramientas, maquinaria y equipo. | | | | | |
| | Rubro | Especificaciones técnicas | Medida | Cantidad | Precio | Total S/ |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

MÓDULO 6: Organizando mi bionegocio

Temas a tratar:

- ▶ ¿Cómo organizo mi emprendimiento?
- ▶ Documentos que debe tener mi asociación
- ▶ Analizando nuestra organización
- ▶ La red de aliados y contactos

Objetivo de aprendizaje:

Conocer las formas de organización para nuestro emprendimiento y los instrumentos de apoyo para la gestión y su diagnóstico.



6.1. ¿Cómo organizo mi emprendimiento?

Con el PHD se promovió la organización de los emprendedores indígenas con el objetivo de desarrollar emprendimientos de bionegocios en las comunidades nativas en el Datem del Marañón. Las organizaciones creadas fueron de dos tipos: asociaciones y cooperativas.

Ambas formas nos permiten:

- ▶ Reunir a un grupo de emprendedores con el objetivo de realizar un trabajo común.
- ▶ Sumamos esfuerzos individuales para obtener beneficios concretos.
- ▶ Establecer derechos y deberes para los socios y directivos.

Las asociaciones se pueden formar con fines culturales, educativos, deportivos, y también con fines económicos, como es el caso de las formadas para el desarrollo de los bionegocios. Las cooperativas son un tipo de asociación formada por un grupo de personas naturales que buscan un beneficio común, y se basan en la propiedad y el control democrático de sus miembros. Como forma de organización se destaca por promover la participación y el beneficio colectivo de sus miembros, por lo cual puede ser una forma adecuada para tu bionegocio si se busca fomentar la colaboración y la responsabilidad social.

Es importante que la asociación o cooperativa que formemos tenga personería jurídica, porque esto le dará el reconocimiento del Estado a tu emprendimiento y le da la formalidad necesaria que facilitará su inserción en el mercado.

Cualquiera sea la forma organizativa adoptada, el éxito dependerá del compromiso, la confianza y la participación activa de los socios. El trabajo en equipo será un aspecto clave porque te permitirá asegurar:

- ✔ **COMPLEMENTARIEDAD:** cada socio tiene conocimientos y habilidades particulares. Habrá socios que aportan su conocimiento desarrollando ciertas tareas del proceso productivo o en la parte administrativa y otros aportarán por su habilidad para las ventas. En suma, todos aportan al objetivo común.
- ✔ **COORDINACIÓN:** garantiza que los trabajadores realicen las tareas de forma óptima gracias a las directrices de un líder de equipo que coordina y controla

que todos cumplan con su tarea. El líder debe ser una persona accesible para los miembros del equipo y tener habilidades de coordinación, de esta forma se obtendrán los mejores resultados para todos.

Manual para emprendedores indígenas en bionegocios



COMUNICACIÓN: El trabajo en equipo exige una comunicación abierta entre todos sus miembros. Esto hace que el trabajo se realice de forma correcta, eficiente y con un buen clima laboral.



CONFIANZA: para que un equipo funcione de forma óptima es fundamental creer que cada uno cumplirá con el trabajo encomendado.



COMPROMISO: Todos y cada uno de los miembros de una asociación se deben comprometer a aportar lo mejor de sí mismo y a poner todo su empeño para sacar el trabajo adelante.

Las asociaciones y cooperativas se constituyen mediante la voluntad de todos los miembros reunidos en la Asamblea General y ésta queda plasmada en su acta de constitución. Al constituirse deben elaborar y aprobar sus Estatutos y elegir la Junta Directiva. Generalmente, la Junta Directiva estará conformada por: Presidente, Secretario de actas, Tesorero, Fiscal y Vocal.



6.2 Instrumentos de apoyo a la organización

Toda asociación o cooperativa debe tener instrumentos de apoyo para el funcionamiento y la gestión. La elección de los instrumentos dependerá de las necesidades y características específicas. Es importante adaptar y personalizar estos instrumentos para asegurar una gestión efectiva y el logro de objetivos.

LOS ESTATUTOS:

El estatuto es un documento legal que establece la estructura legal y las normas fundamentales de una organización. Contiene información sobre su forma jurídica, propósito, gobierno interno, entre otros aspectos como:

NOMBRE Y DATOS GENERALES DE LA ASOCIACIÓN

DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE SUS MIEMBROS

CREACIÓN DE COMITÉS DE TRABAJO, CON EL FIN DE DISTRIBUIR RESPONSABILIDADES

COMO LLEVAR LOS ASUNTOS FINANCIEROS DE LA ASOCIACIÓN

POLÍTICAS INTERNAS Y PROCEDIMIENTOS SOBRE CONFLICTOS DE INTERESES

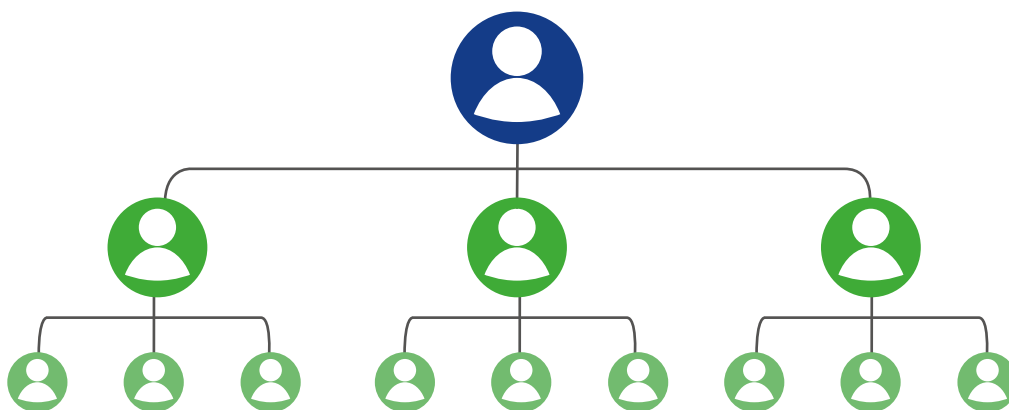
PROCEDIMIENTO PARA DISPONER DE LOS BIENES DE LA ASOCIACIÓN AL DISOLVERSE

A lo mencionado habrá que agregar otros aspectos vinculados a su desempeño.

ORGANIGRAMA:

El organigrama es una representación gráfica o esquemática de la estructura jerárquica y funcional de una organización. Muestra las relaciones de autoridad, responsabilidad y comunicación entre los diferentes equipos o unidades organizativas. Un organigrama permite visualizar la distribución de roles y la cadena de mando dentro de la organización.

ESQUEMA DE ORGANIGRAMA



VISIÓN Y MISIÓN

La visión y la misión son elementos fundamentales en el ámbito de la gestión y la planificación estratégica de una organización. Su importancia radica en que ayudan a establecer una dirección y propósito común a la asociación, orientan la toma de decisiones e inspiran y motivan a los socios.

VISIÓN: La visión es una declaración que describe la imagen o el estado futuro al que la asociación o cooperativa aspira alcanzar. Es una descripción ideal y motivadora de lo que la asociación espera lograr en el largo plazo; generalmente en un periodo de 5 a 10 años.

Sirve como guía para la toma de decisiones y la planificación a largo plazo.

Ejemplo:

“Ser al 2028 un ejemplo para nuestras comunidades indígenas de un modelo de bionegocio sostenible; capaces de convertir con esfuerzo y dedicación un recurso de la naturaleza en un producto innovador útil en el mercado”

VISIÓN: La misión es una declaración que define el propósito fundamental de la asociación, su razón de ser y las actividades principales que realiza para cumplir con ese propósito. La misión debe ser clara, específica y orientada a la acción. Describe el ámbito de actuación de la asociación, su mercado objetivo, los servicios que ofrece y los valores fundamentales que la guían en su funcionamiento diario.

Ejemplo:

“Somos una asociación innovadora que se especializa en la producción sostenible de aceite de aguaje, un producto de gran valor comercial cuyo aprovechamiento contribuye a proteger los recursos del ecosistema Humedales del DATEM”

Ejercicio: ORGANIZANDO MI BONEGOCIO

A partir de los aprendizajes de este módulo, por equipos completaremos los elementos de la organización de su bionegocio

1.- Nombre del bionegocio

2.- Junta Directiva

Presidente:

Secretario de actas:

Tesorero:

Vocal:

4.- Visión:

5.- Misión:

6.- Objetivos:

6.3 Analizando nuestra organización

Es importante conocer y analizar el estado de nuestra organización. En base a la información de lo qué está ocurriendo en ella, podemos determinar si su funcionamiento es el adecuado y las acciones que se realizan están orientadas al cumplimiento de nuestros objetivos y metas que nos hemos propuesto. Es necesario elaborar lo que se conoce como diagnóstico estratégico, que es una evaluación de las diferentes áreas con respecto a sus necesidades y expectativas.

El diagnóstico nos permitirá hacer ajustes a las formas de trabajo, servirá a la planificación estratégica y nos ayudará a tomar decisiones con fundamento.

Una herramienta útil para hacer el diagnóstico de nuestra organización es la matriz de análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). El objetivo de la matriz es identificar los factores internos y externos que pueden afectar el desempeño y la competitividad de una organización, proyecto o negocio.

| | Puntos fuertes | Puntos débiles |
|----------------|----------------|----------------|
| Origen Interno | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| Origen Externo | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |



FORTALEZAS: Son aquellas cualidades, actitudes y habilidades positivas, deseables y sobresalientes, que ayudan al crecimiento, buena marcha y sostenibilidad del bionegocio. Se desarrollan a nivel interno de la asociación o del negocio. Estas fortalezas internas pueden ayudar a la organización a lograr sus objetivos y aprovechar las oportunidades, están dentro del control de los promotores y deben aprovecharse. Ayudan a superar o confrontar las debilidades del bionegocio.



DEBILIDADES: Son las limitaciones o deficiencias internas que pueden afectar el desempeño de la organización y dificultar el logro de sus objetivos. Pueden incluir falta de recursos, carencias en habilidades o conocimientos, procesos ineficientes, falta de competitividad, entre otros. Identificar las debilidades es importante para tomar medidas correctivas y mejorar la capacidad de la organización.



OPORTUNIDADES: Son factores o situaciones externas, en el entorno que pueden generar beneficios o ventajas para la organización. Pueden ser tendencias de mercado favorables, cambios regulatorios favorables, avances tecnológicos, nuevas demandas o necesidades de los clientes, entre otros. Identificar y aprovechar estas oportunidades puede ayudar a la organización a crecer y desarrollarse.



AMENAZAS: Son factores o situaciones externas, en el entorno que pueden representar riesgos o desafíos para la organización. Pueden incluir la competencia intensa, cambios en la demanda del mercado, avances tecnológicos de la competencia, cambios regulatorios desfavorables, entre otros. Identificar y anticiparse a las amenazas permite a la organización tomar medidas para minimizar su impacto o convertirlas en oportunidades.

Con las fortalezas y debilidades hacemos alusión a los aspectos internos de la asociación o bionegocio que hemos emprendido y sobre los que estamos en condiciones de aprovechar o necesitamos confrontar para superarlos. Las oportunidades y amenazas hacen alusión a factores externos que no son controlados por nosotros.

Aquí te mostramos, a manera de ejemplo, un esquema que puede ayudarte para hacer el análisis de tu asociación o bionegocio.

| Fortalezas | Debilidades |
|---|---|
| Conocimientos en la producción, experiencia. Preparación, capacitación. Mejoras del producto Red de clientes Empaque Manejo de tecnologías Sistema de distribución Bondades del producto Precio relativamente bajo | Ningún control sobre materia prima Falta de experiencia en promoción Producto de vida limitada Tecnología obsoleta Mal diseño del producto Personal sin experiencia. Débil empeño en las ventas Falta de capital de trabajo (recursos) Precio comparativamente alto Bajo nivel de existencias en momentos de fuertes ventas. |
| Oportunidades | Amenazas |
| Poca competencia No hay productos iguales a los que tu ofreces Incremento de ingresos, los clientes pueden pagar Escasez del producto Incremento de clientes Política del gobierno favorable Programas del gobierno favorables Disponibilidad de asistencia técnica Préstamos con intereses bajos Disponibilidad de materia prima Oportunidades de capacitación adecuadas | Aumento en costo de materia prima Demasiada competencia Burocracia gubernamental Mano de obra inestable Robo de mano de obra calificada Desastres naturales Insuficiente energía Soborno y corrupción Mala infraestructura Cambios en reglamentos del gobierno |

6.4 La red de aliados y contactos

Tener una red de aliados y contactos puede ser de gran utilidad cuando emprendes un bionegocio, por varias razones:

APRENDIZAJE Y ORIENTACIÓN:

Te brinda la oportunidad de aprender de la experiencia y conocimientos de otros emprendedores o expertos en el campo de tu bionegocio. Puedes obtener consejos, compartir buenas prácticas y obtener orientación valiosa para superar desafíos y tomar decisiones informadas.



ACCESO A RECURSOS: Puede facilitarte el acceso a expertos en investigación y desarrollo, financiamiento, distribuidores, mentores o asesores especializados. Estos recursos pueden ayudarte a desarrollar y fortalecer tu emprendimiento de manera más eficiente y efectiva.

OPORTUNIDADES DE COLABORACIÓN: Al establecer conexiones con otros emprendedores, empresas o instituciones en el campo del bionegocio, puedes identificar oportunidades de colaboración. La colaboración puede implicar la combinación de habilidades y conocimientos complementarios, el intercambio de recursos, la realización de proyectos conjuntos.

AMPLITUD DE LA VISIBILIDAD Y EL ALCANCE: Conectar con una red de aliados y contactos te ayuda a aumentar la visibilidad de tu bionegocio. A través de estas conexiones, puedes acceder a nuevas audiencias, clientes potenciales o mercados internacionales. Además, tus contactos pueden convertirse en embajadores de tu negocio, recomendándolo a otros y ayudándote a expandir tu alcance.





Actividad: ABRIENDO LAS PUERTAS DE MI BIONEGOCIO

Tipo de actividad: Individual

Propósito: : A través de esta actividad podrás identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los factores internos y externos que pueden afectar el desempeño y la competitividad de tu bionegocio. .

¿Cómo lo haremos? Recibirás una hoja de papel donde encontrarán 4 puertas cada una tiene un ícono.

Luego, te tomarás un tiempo para pensar qué bionegocio quisieras formar y responderás las siguientes preguntas:

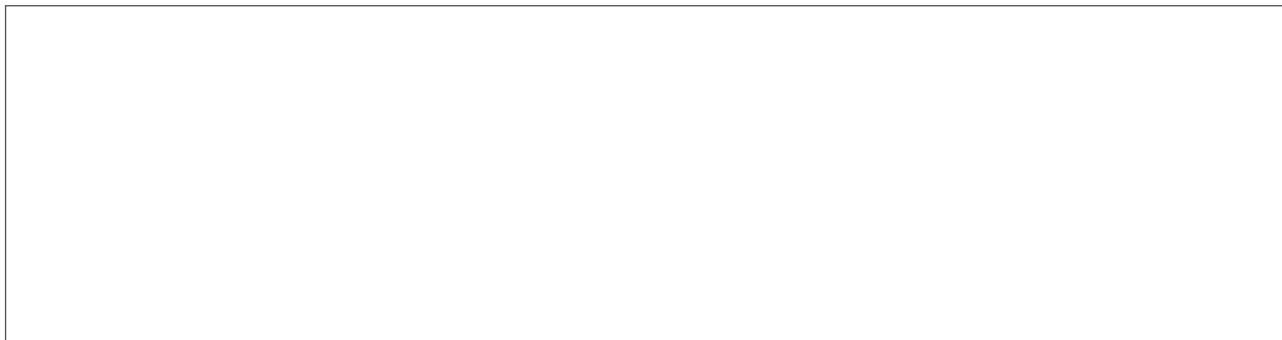
-  **¿Qué fortalezas tengo para emprender mi bionegocio?**
-  **¿Qué debilidades hay en mi realidad que afectarían mi bionegocio?**
-  **¿Qué oportunidades existen a mi alrededor que ayudarían a mi bionegocio?,**
-  **¿Qué amenazas existen a mi alrededor que pueden acabar con mi bionegocio?**

finalmente, elegirás tres y las dibujarás o escribirás en cada puerta.

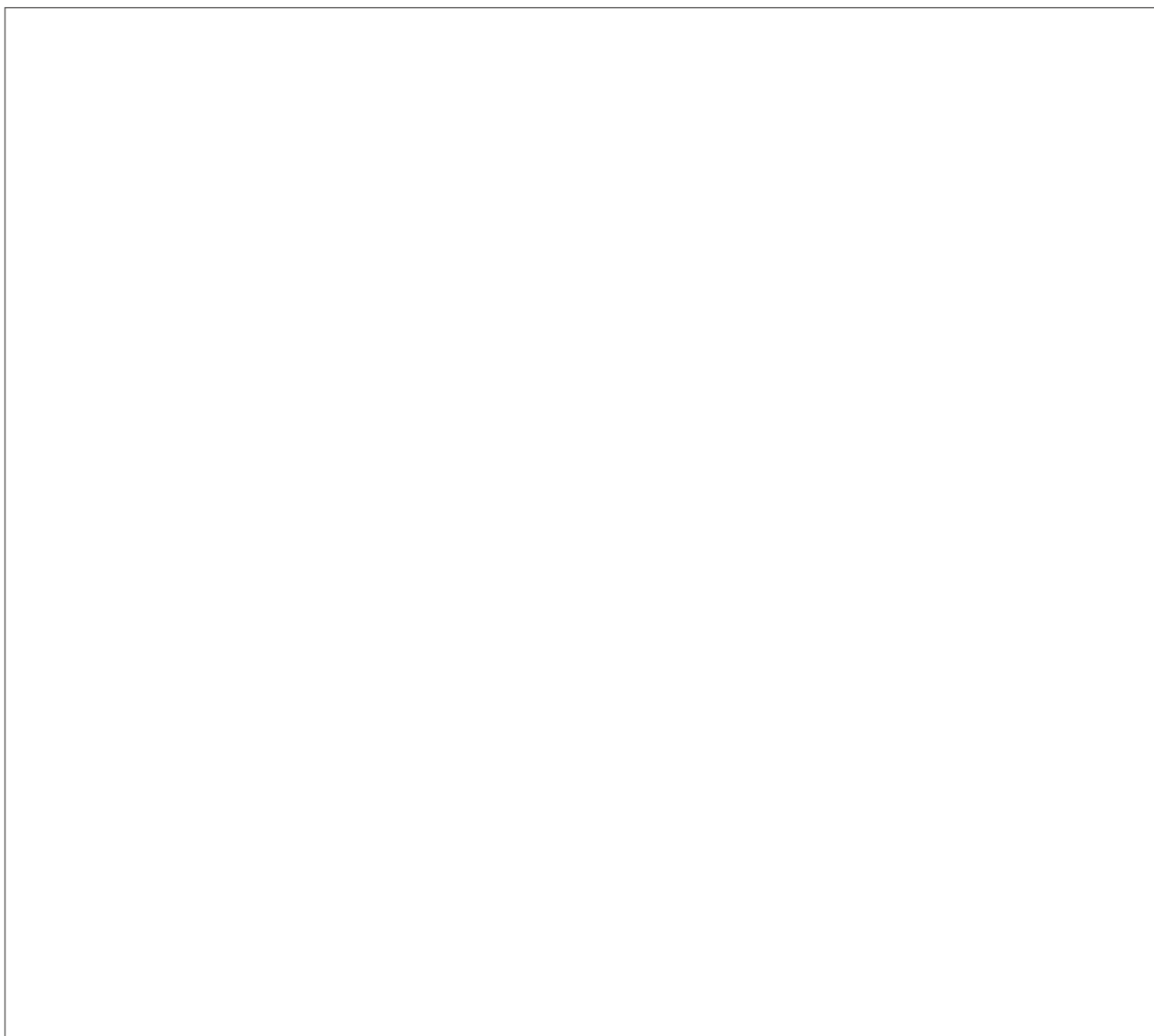
Recordando lo aprendido...

MÓDULO 6: **Organizando mi bionegocio.**

Detalle los puntos más importantes de sus instrumentos de apoyo



Dibuja el organigrama de tu asociación/cooperativa.



MÓDULO 7: Revisando las cuentas del bionegocio

Temas a tratar:

- ▶ Los costos de producción.
- ▶ Los gastos de mi bionegocio.
- ▶ La inversión de mi bionegocio.
- ▶ Estado de ganancias y pérdidas.

Objetivo de aprendizaje:

Los participantes revisan los costos y la inversión para poner en marcha el bionegocio y, analizan y proyectan la situación económica del mismo.



7.1 Los costos de producción

Los costos de producción son todos aquellos gastos en que debemos incurrir para elaborar un producto. Estos costos pueden incluir la materia prima, materiales, mano de obra, alquiler de maquinaria y equipo, energía, transporte, impuestos, entre otros. Los costos de producción se dividen generalmente en:



Diferenciar los costos directos de los indirectos proporciona información valiosa para la toma de decisiones y su control, ayuda a gestionar eficazmente los recursos y permite estimar la rentabilidad del bionegocio.

El siguiente esquema nos ayuda a calcular nuestros costos de producción:

| COSTOS DE PRODUCCIÓN | | | | |
|-------------------------|--------|----------|-----------|----------|
| RUBROS | MEDIDA | CANTIDAD | PRECIO S/ | TOTAL S/ |
| I.- Costos directos | | | | |
| Materia prima | | | | |
| Mano de obra | | | | |
| II.- Costos indirectos | | | | |
| Energía | | | | |
| Alquiler de equipos | | | | |
| Personal administrativo | | | | |
| TOTAL | | | | |

Los costos de producción serán entonces la suma de todos los gastos efectuados en la adquisición de la materia prima, el pago a los trabajadores, consumo de energía, etc. La buena gestión del bionegocio requiere que elaboremos este cuadro mensualmente.

7.2 Los gastos de producción

En la gestión de todo bionegocio se incurre en una serie de gastos relacionados con las actividades de gestión y administrativas, generalmente son parte de los costos indirectos. Los gastos administrativos son necesarios para el funcionamiento general de una empresa, o bionegocio en nuestro caso, y deben ser registrados contablemente. Pueden clasificarse en:

GASTOS ADMINISTRATIVOS:

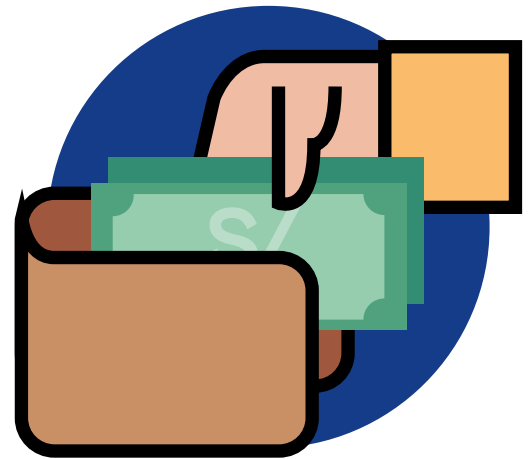
relacionados con la gestión. Ejemplo: sueldos, gratificaciones, alquileres, útiles y materiales de oficina, depreciación, impuestos.

GASTOS DE VENTAS:

relacionados con la comercialización de los productos. Ejemplo: publicidad, impuesto a las ventas, empaques, transporte, almacenamiento, comisiones por venta.

GASTOS FINANCIEROS:

son los desembolsos que se incurren para el pago de préstamos. Ejemplo: intereses.



El siguiente esquema nos ayuda a calcular nuestros gastos:

| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | ... | Mes 11 | Mes 12 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-----|--------|--------|
| Gastos de administración | | | | | | |
| Gastos de ventas | | | | | | |
| Gastos financieros | | | | | | |
| TOTAL DE GASTOS | | | | | | |

El registro de los gastos mensuales nos permitirá tener la información ordenada para elaborar nuestro Estado de ganancias y pérdidas.

Ejercicio: LOS GASTOS DE MI BIONEGOCIO

A partir de lo aprendido en este módulo te proponemos calcular los gastos de los 6 primeros meses de tu bionegocio, puedes utilizar la propuesta y el producto que has venido desarrollando en los módulos.

Para ello puedes utilizar el siguiente cuadro:

| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | ... | Mes 12 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-----|--------|
| Gastos de administración | | | | | | |
| Sueldos | | | | | | |
| Alquiler de local | | | | | | |
| Materiales de oficina | | | | | | |
| Gastos de ventas | | | | | | |
| Publicidad | | | | | | |
| Empaques | | | | | | |
| Transporte | | | | | | |
| Almacenamiento | | | | | | |
| Gastos financieros | | | | | | |
| Pago de préstamos | | | | | | |
| TOTAL DE GASTOS | | | | | | |

7.3 La inversión para mi bionegocio

Los bionegocios se basan en el aprovechamiento rentable de los recursos naturales y, como hemos visto, en algunos casos se vende el producto directamente (peces amazónicos) y en otros casos, el recurso extraído es transformado para elaborar un nuevo producto (aceite de aguaje, chocolate).

Dependiendo del bionegocio que se desee emprender, se requerirá de una mayor o menor inversión en maquinaria, equipos o mobiliario.

Por ejemplo:

Para la producción y comercialización de peces amazónicos se requiere construir una piscigranja y adquirir refrigeradoras; si voy a producir chocolates o aceite de aguaje, voy a requerir máquinas, equipos e instalaciones. Estos requerimientos suelen representar un monto importante de dinero que muchas veces determinan la viabilidad misma del bionegocio y no deben considerarse un gasto.

Los bionegocios se basan en el aprovechamiento rentable de los recursos naturales y, como hemos visto, en algunos casos se vende el producto directamente (peces amazónicos) y en otros casos, el recurso extraído es transformado para elaborar un nuevo producto (aceite de aguaje, chocolate).

Dependiendo del bionegocio que se desee emprender, se requerirá de una mayor o menor inversión en maquinaria, equipos o mobiliario.

¿CÓMO DISTINGO UN GASTO DE UNA INVERSIÓN EN EL BIONEGOCIO?



GASTOS: Son los desembolsos de dinero que se realizan para producir y comercializar un bien o producto y pueden ser costos de producción, gastos administrativos, de marketing, etc.



INVERSIÓN: Son los desembolsos de dinero que se realizan con el propósito de generar beneficios futuros y a largo plazo. No se consumen en un proceso productivo, por ejemplo, las máquinas, mobiliario para la oficina, el local, etc.

La distinción entre gastos e inversión es importante a nivel contable para calcular nuestra rentabilidad. El siguiente esquema nos ayuda a calcular nuestra inversión:

| ITEM | CANTIDAD | MEDIDA | PRECIO S/ | TOTAL S/ |
|----------------------|----------|--------|-----------|----------|
| Maquinaria y equipos | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | Subtotal | |
| Mobiliario | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | Subtotal | |
| Instalaciones | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | Subtotal | |
| | | | TOTAL | |

Por ejemplo:**BIONEGOCIO VENTA DE PESCADOS AMAZÓNICOS:**

Si bien este es un producto que no sufre transformación, para que llegue fresco al consumidor requiere de refrigeración para que no se malogre. El gasto en refrigeradoras será para una inversión, al igual que el gasto efectuado en la construcción de una piscigranja, pues en ambos casos producirán beneficios durante varios años.

BIONEGOCIO PRODUCCIÓN CHOCOLATES:

Para la producción de chocolates se requiere maquinaria para el pelado y cocción del cacao y para otras etapas del proceso productivo. Esta maquinaria también cumplirá funciones durante varios años, por lo que debe ser considerada como una inversión y no un gasto.

7.4 Estado de ganancias y pérdidas

El Estado de Ganancias y Pérdidas, también conocido como **Estado de Resultados**, es un estado financiero básico en el cual se presenta información ordenada y detallada sobre la forma como se obtuvo el resultado de la empresa (o asociación) durante un período determinado de tiempo.

Su propósito es mostrar el desempeño financiero de la empresa y se compone con el registro de los ingresos, costos y gastos de la empresa en un período determinado (mensual, trimestral o anual).

En el siguiente cuadro se muestra la estructura del Estado de ganancias y pérdidas

| ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS | | | | |
|-------------------------------------|-------|-------|-----|--------|
| RUBROS | Mes 1 | Mes 2 | ... | Mes 12 |
| I. INGRESOS | | | | |
| Ingresos por ventas | | | | |
| Otros ingresos | | | | |
| II. EGRESOS | | | | |
| Costos, de producción | | | | |
| Materia prima | | | | |
| Mano de obra | | | | |
| UTILIDAD BRUTA (UB) I - II | | | | |
| III. GASTOS DE OPERACIÓN | | | | |
| Gastos de administración | | | | |
| Gastos de ventas | | | | |
| UTILIDAD OPERATIVA: UB - III | | | | |
| Impuesto a la renta | | | | |
| UTILIDAD NETA | | | | |
| | | | | |

Hacemos a continuación una breve descripción de los principales rubros del Estado de Ganancias y Pérdidas:



INGRESOS: Se refiere al monto total de dinero que ingresa por ventas. En ocasiones puede ocurrir que ingrese a la empresa dinero por otros conceptos (por ejemplo, con la venta de algún subproducto)



EGRESOS: Aquí se incluyen los gastos que conforman los costos de producción, básicamente materia prima y pago a los trabajadores.



UTILIDAD BRUTA: Se calcula restando a los ingresos por ventas el costo de producción. La utilidad bruta refleja la capacidad de una empresa para generar ingresos después de cubrir los costos directos relacionados con la producción y ventas del producto.



GASTOS DE OPERACIÓN: Incluye los gastos de administración (por ejemplo: alquileres, publicidad, luz, etc.) y los gastos de ventas (por ejemplo: el empaque del producto, comisiones, alquiler de stand, muestras gratis, etc.)



UTILIDAD OPERATIVA: se calcula restando a la Utilidad Bruta los gastos operativos, el resultado indica la rentabilidad de las operaciones principales de la empresa.



UTILIDAD NETA: La utilidad neta es el resultado o beneficio final que queda para la empresa después de considerar todos los costos y gastos, y refleja la rentabilidad global de la empresa. Es el indicador más utilizado para evaluar el rendimiento financiero y la rentabilidad de una empresa.

Actividad: EL CUADRADO FIGURADO

Tipo de actividad: Grupal

Propósito: : A través de esta actividad pondrás en práctica la comunicación, el liderazgo, el trabajo bajo presión del tiempo y el desarrollo de estrategias.

¿Cómo lo haremos? organizándonos en equipos de trabajo, repartiendo las responsabilidades y siguiendo las indicaciones. Los participantes tendrán la oportunidad de experimentar una situación en la cual algunos planifican la tarea que será realizada por otros.

La tarea es ensamblar un CUADRADO, un rompecabezas hecho de 12 piezas de cartón y 4 figuras que deberán armar y ubicar lo más rápido posible.

Nos dividiremos en el Equipo de Planificación (EP) y el Equipo Operativo (EO) y el Equipo de Observación (EO).

La actividad tendrá un tiempo determinado para ser realizada y es muy importante seguir las reglas de juego

Reglas Generales:

- ▶ El EP, no podrán mostrar la solución del rompecabezas en ningún momento.
- ▶ No está permitido marcar ninguna de las piezas.
- ▶ Los miembros del Equipo Operativo deben obedecer las reglas antes establecidas.
- ▶ Cuando se inicie la etapa del ensamble, ya no podrá dar ninguna información; sólo está permitido observar el desarrollo de la tarea.

Recordando lo aprendido...

MÓDULO 7: Revisando las cuentas del bionegocio.

| N° | PREGUNTA | DESARROLLO |
|----|--|------------|
| 1 | ¿Cuál es la diferencia entre costos directos e indirectos? | |
| 2 | Indique en que gastos debe incurrir para desarrollar su bionegocio? (administrativos, ventas, financieros) | |
| 3 | ¿Cuál es la diferencia entre un gasto y una inversión? | |
| 4 | ¿Cómo se calcula la utilidad bruta? | |
| 5 | ¿Qué es la utilidad neta? | |



MÓDULO 8: La tecnología y el desarrollo del bionegocio

Temas a tratar:

- ▶ ¿Qué son las TICs y para que se usan?
- ▶ Oportunidades y beneficios para los emprendedores

Objetivo de aprendizaje:

Revisar herramientas tecnológicas útiles para el desarrollo del bionegocio.



8.1 ¿Qué son las TICs y para qué se usan?

Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones, más conocidas como TICs, son un conjunto de recursos y herramientas que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: computadoras, teléfonos, televisores, etc.



A través del paso del tiempo la utilización de este tipo de recursos se ha incrementado y actualmente presta servicios de utilidad como el correo electrónico, la búsqueda y el filtro de la información, descarga de materiales, comercio en línea, entre otras.

Las TICs como herramientas tecnológicas, abren nuevas posibilidades de comunicación, acceso a nuevos mercados y a la modernización de tu bionegocio. Por eso, es importante que tú también desarrolles habilidades para aprovechar las oportunidades de mejora que se presenten.

Algunos ejemplos de los usos más comunes en negocios, de las TICs tenemos:



TELECOMUNICACIONES

Teléfonos celulares, laptop, computadoras



REDES Y COMUNICACIONES:

Engloba los medios que permiten la comunicación (Whatsapp, Twitter, Facebook, Instagram), las infraestructuras (wi-fi, red de área local) y programas informáticos (Word, Excel, correo electrónico, etc.).



PÁGINA WEB:

Documento digital al que se accede mediante un navegador y que contiene información referida a un tema, es ampliamente utilizada para difundir información y publicitar productos.



MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICO:

dispositivos para pagos con débito o crédito y aplicativos para transferencia de dinero (Yape, Plin).

8.2 Oportunidades y beneficios para emprendedores

El uso de las tecnologías puede proporcionar varios beneficios en los diferentes aspectos de nuestro bionegocio.



COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS EN LÍNEA: Las TICs permiten llegar a un público más amplio a través de plataformas de comercio electrónico, sitios web y redes sociales. Esto facilita la comercialización y las ventas de productos, ya sea vendiendo directamente al consumidor final o estableciendo relaciones con distribuidores y minoristas.



ACCESO A INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTOS: Las TICs brindan acceso a una amplia gama de información y conocimientos sobre buenas prácticas agrícolas, técnicas de cultivo, tendencias del mercado, precios y demanda de productos. Esto permite a los bionegocios mantenerse actualizados y tomar decisiones informadas.



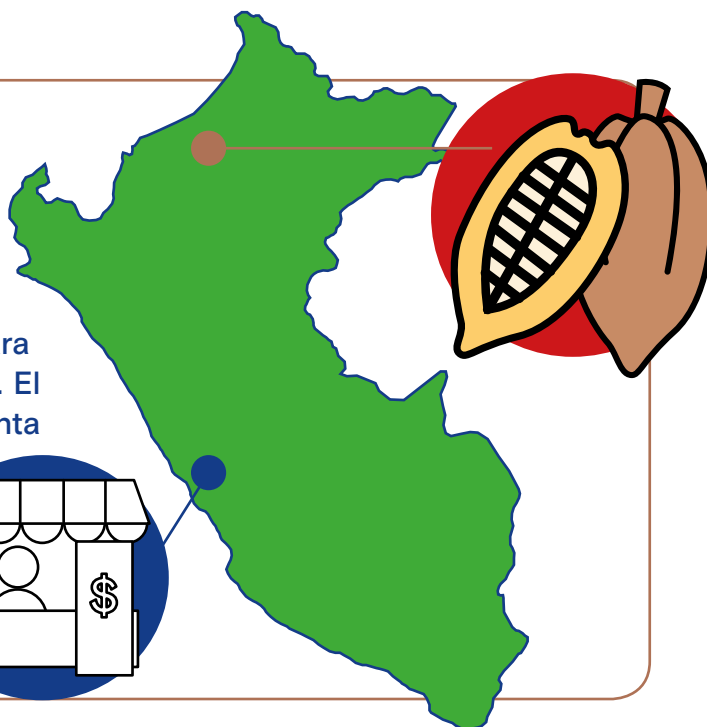
GESTIÓN FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA: Las TICs ofrecen soluciones de software y herramientas en línea para la gestión financiera, como el control de inventario, la facturación, la gestión de costos y la contabilidad. Estas herramientas simplifican los procesos administrativos y ayudan a mantener un registro preciso de los ingresos y gastos del negocio.

Con el uso de las tecnologías el problema de las distancias ya no es un obstáculo. Se puede buscar información y aprovechar oportunidades de acceso y oportunidades para organizaciones que requieren capital de trabajo, dotación de maquinaria y equipos que mejoren el proceso productivo, procurar apoyo para gastos en actividades sostenibles

Ya no es necesario que se encuentren en un mismo lugar, vendedores y compradores, ahora se pueden hacer a través del uso de las tecnologías. El comercio en línea es cada vez más habitual.

Ejemplo.-

Una tienda en Lima puede contactarse (vía correo, videollamada, WhatsApp, Facebook, etc.) para comprar chocolate a una asociación de productores. El cliente no necesita ir hasta la comunidad para efectuar el pago y recoger la mercadería. El comprador puede hacer el pago en la cuenta de la asociación por transferencia electrónica (o aplicativo como Yape o Plin) y ésta enviar el pedido a Lima a través de una empresa de transporte formal, seria y responsable.



Las nuevas tecnologías nos dan también la oportunidad de buscar y obtener información sobre el acceso a recursos para emprender nuestro bionegocio:

- @ INVESTIGACIÓN EN LÍNEA:** Utiliza motores de búsqueda, sitios web especializados y bases de datos en línea para buscar información sobre los recursos que necesitas. Puedes buscar términos específicos relacionados con el tipo de recurso que buscas, como “subvenciones agrícolas”, “créditos para bionegocios” o “programas de apoyo a emprendedores”. Explora diferentes fuentes confiables y verifica la actualidad de la información.
- @ CONSULTA A ORGANISMOS GUBERNAMENTALES:** Ministerios, municipalidades y otras agencias del gobierno, suelen ofrecer programas y recursos para apoyar a los emprendedores y a los sectores específicos, como la agricultura y los bionegocios. Accede a los sitios web de los organismos gubernamentales relevantes, a nivel nacional o regional, para obtener información sobre los programas, subsidios, préstamos o asistencia técnica disponibles.
- @ RED DE CONTACTOS:** Conecta con otras personas y organizaciones que estén involucradas en el mismo sector o rubro de tu emprendimiento. Asiste a eventos o ferias comerciales donde puedas conocer a otros profesionales y emprendedores. Establecer relaciones y compartir experiencias con personas que ya tienen acceso a recursos puede brindarte información valiosa y oportunidades de colaboración.



CÁMARAS DE COMERCIO Y ASOCIACIONES DE EMPRENDEDORES: Ellos suelen tener información sobre programas de apoyo, financiamiento y recursos disponibles para los emprendedores y las empresas. Ponte en contacto con estas organizaciones para obtener orientación y asesoramiento sobre cómo acceder a los recursos que necesitas.



CONSULTA A EXPERTOS Y CONSULTORES: Si necesitas asesoramiento más específico y personalizado, considera buscar expertos en el campo de tu bionegocio. Ellos pueden brindarte información precisa y recomendaciones sobre cómo acceder a los recursos adecuados para tu proyecto o negocio.



INFORMACIÓN SECTORIAL Y PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS: Explora revistas, boletines y publicaciones especializadas en el campo de tu bionegocios. Estas fuentes suelen estar disponibles en internet y proporcionar información actualizada sobre tendencias, programas de financiamiento y otros recursos.

La disponibilidad de recursos puede variar según tu ubicación geográfica y el entorno empresarial específico. Es importante investigar y verificar la información para asegurarte de que se ajuste a tus necesidades y circunstancias particulares. Además, mantente actualizado y revisa regularmente las fuentes de información para aprovechar nuevas oportunidades que puedan surgir.

Ejercicio: TUTIFRUTI

Tiempo: 20 minutos

Instrucciones

Cada participante recibe una catilla y un juego de figuras.

Deberán colocar en cada columna las figuras que pertenecen a la categoría que se mencionará

Sirve para...enviar y recibir pagos, y así sucesivamente.

Al terminar las cuatro categorías el facilitador dará la indicación de alto y dará la solución del ejercicio.

Los participantes tendrán la oportunidad de validar o reorientar sus respuestas.

| Sirve para... | | | |
|------------------------|--------------------------------|------------------------|-------------|
| Enviar y recibir pagos | Recibir pedidos y organizarlos | Publicar mis productos | Comunicarme |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Recordando lo aprendido...

MÓDULO 7:

La tecnología y el desarrollo de mi bionegocio

| N° | PREGUNTA | DESARROLLO |
|----|---|------------|
| 1 | ¿Qué estrategia aplicarías para destacar tu producto en el mercado? | |
| 2 | ¿Qué estrategias utilizarías para vender tu producto? | |
| 3 | ¿Qué harías para promocionar tu producto y hacerlo conocido? | |
| 4 | Aplicar descuentos según el volumen de venta. ¿Qué tipo de estrategia es? | |
| 5 | ¿Qué estrategia utilizaras para superar a tu competencia? | |



RECOMENDACIONES FINALES

- ✓ Tener un cuaderno de apuntes para llevar el registro de todos los pagos y cuentas.
- ✓ Tener una agenda con todos tus contactos de proveedores y clientes.
- ✓ Contar con un planificador donde apuntes las actividades que vas a realizar por cada día y mes.
- ✓ Tener a la mano el Manual del emprendedor indígena para aportar a tu bionegocio.

ANEXO 1

El **Plan de Negocios** es una de las principales herramientas de planificación del emprendedor. Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio. Hacer el plan le ayudará al emprendedor a estudiar a profundidad todas las variables que le pudieran afectar y le aportará la información necesaria para determinar su viabilidad.

Además de informarnos sobre la viabilidad técnica y económica de nuestra idea de negocio y ayudarnos a tomar la decisión de llevarlo adelante, el Plan de Negocios nos sirve como:

- ✔ **Carta de presentación:** el plan se puede presentar ante otras personas o entidades financieras, ONG, instituciones públicas o privadas, para solicitar colaboración, apoyo económico.
- ✔ **Guía de acción:** una vez que el emprendimiento está en marcha, el plan servirá como herramienta interna para guiar acciones, evaluar resultados y controlar las desviaciones sobre el escenario previsto.

No existe un modelo único, lo recomendable es que sea un documento sencillo y corto. A continuación, y a manera de ejemplo, te mostramos una posible estructura e indicamos el contenido de cada sección.

RESUMEN EJECUTIVO

Es una descripción concisa del bionegocio, sus productos o servicios, el mercado objetivo y los objetivos principales. Es una introducción que captura la atención del lector y resume los aspectos más importantes del plan.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O ASOCIACIÓN

Aquí se detalla la información básica sobre la empresa o asociación, como su nombre, ubicación, estructura legal, misión, visión y valores. También puede incluir información sobre la historia de la comunidad y asociación, su equipo directivo y su estructura organizativa.

ANÁLISIS DE MERCADO

Se realiza una investigación detallada del mercado en el que vamos a intervenir, incluyendo el tamaño del mercado, las tendencias, la competencia y el perfil del cliente objetivo. También se analizan las oportunidades y los desafíos que enfrenta la empresa o asociación en ese mercado.

PRODUCTOS O SERVICIOS

Aquí se describen los productos o servicios que ofrece nuestro bionegocio, resaltando sus características distintivas y ventajas competitivas. Se incluyen detalles sobre el desarrollo, la propiedad intelectual, la producción, el ciclo de vida del producto y cualquier ventaja tecnológica o de propiedad exclusiva.

ESTRATEGIA DE MARKETING Y VENTAS

Se detalla cómo la empresa o asociación planea comercializar y vender sus productos o servicios. Esto incluye la estrategia de precios, distribución, promoción y posicionamiento de la marca. También se pueden incluir estrategias para el servicio al cliente y la fidelización.

ANÁLISIS FODA

Aquí se identifican las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta el bionegocio. Esto ayuda a comprender la posición competitiva de la empresa o asociación y a desarrollar estrategias para aprovechar las fortalezas y oportunidades, mientras se mitigan las debilidades y amenazas.

PLAN DE OPERACIONES

Se describe cómo se llevarán a cabo las actividades operativas diarias del bionegocio. Esto puede incluir la ubicación y las instalaciones, los procesos de producción, la cadena de suministro, la gestión de inventario, la logística y cualquier requisito de licencias o regulaciones específicas.

EQUIPO DE GESTIÓN

Se presenta al equipo directivo y se resaltan sus habilidades y experiencia relevantes. Esto proporciona confianza en la capacidad de gestión para llevar a cabo el plan de negocio y lograr los objetivos establecidos.

PROYECCIONES FINANCIERAS

Se incluyen estados financieros proyectados (Estado de Ganancias y Pérdidas) y el flujo de efectivo. Estas proyecciones se basan en supuestos realistas y muestran cómo se espera que el negocio genere ingresos y beneficios en el tiempo.

ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO

Se detallan los planes para el crecimiento futuro de la empresa. Esto puede incluir la expansión a nuevos mercados, el lanzamiento de nuevos productos o servicios, alianzas estratégicas, entre otras estrategias.

¿CÓMO SABER SI ESTOY PREPARADO PARA EMPRENDER UN BIONEGOCIO?

A lo largo de este manual hemos analizado y evaluado todo lo que requerimos para nuestro emprendimiento. Es probable que aún tengas dudas y te preguntes si ya estás en condiciones de poner en marcha el bionegocio. El siguiente cuestionario te ayudará a evaluar tus planes y preparativos.

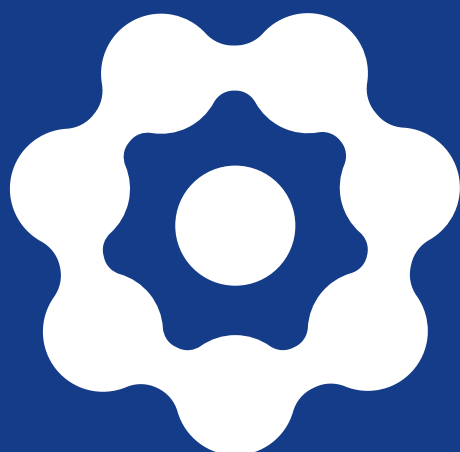
Contesta las preguntas del cuadro que se muestra a continuación con un SÍ o un NO. Si no estás seguro de la respuesta marca NO.

| Lista de comprobación | | Sí | No |
|-----------------------|--|----|----|
| 1 | ¿Ha decidido qué productos vender? | | |
| 2 | ¿Sabe quiénes serán sus clientes? | | |
| 3 | ¿Ha preguntado a sus clientes potenciales qué piensan acerca de sus productos? | | |
| 4 | ¿Sabe quiénes serán sus competidores? | | |
| 5 | ¿Sabe qué precios cobran sus competidores? | | |
| 6 | ¿Ha decidido qué precios va a cobrar? | | |
| 7 | ¿Ha encontrado una buena ubicación para su negocio? | | |
| 8 | ¿Ha decidido qué tipo de distribución va a utilizar? | | |
| 9 | ¿Ha decidido qué tipo de promociones va a hacer? | | |
| 10 | ¿Ha decidido cuantos trabajadores necesitará y cuánto le costará? | | |
| 11 | ¿Ha calculado sus costos de producción? | | |
| 12 | ¿Ha calculado cual será el beneficio económico que obtendrá del bionegocio? | | |
| 13 | ¿Ha decidido el tipo de organización que tendrá su bionegocio? | | |
| 14 | ¿Realizó el análisis FODA de su organización? | | |
| 15 | ¿Ha elaborado un Plan de Negocio? | | |
| 16 | ¿Ha hecho la proyección de su Estado de Pérdidas y Ganancias? | | |
| 17 | ¿Ha decidido qué productos vender? | | |
| 18 | ¿Sabe quiénes serán sus clientes? | | |
| 19 | ¿Ha preguntado a sus clientes potenciales qué piensan acerca de sus productos? | | |
| 20 | ¿Sabe quiénes serán sus competidores? | | |

Una vez que hayas respondido todas las preguntas y contado las respuestas afirmativas y negativas, ve la tabla que te mostramos a continuación. Te ayudará a evaluar los preparativos que has realizado para iniciar el bionegocio.

Número de respuestas afirmativas

| | |
|---------|--|
| 20 | Ya estás preparado y probablemente debes continuar adelante e iniciar tu bionegocio. |
| 11 - 19 | Analiza las razones por las que tu respuesta es "NO" a algunas preguntas y decide qué tienes que hacer para que cómodamente y con franqueza puedas contestar "SÍ" a todas las preguntas. |
| 0 - 10 | Sería muy arriesgado iniciar tu bionegocio. Debes revisar el material desde el Manual desde el principio. Tal vez necesites cambiar tu idea de negocio. |



Profonanpe



www.profonanpe.org.pe