



MODELOS DE NEGOCIOS FRIJOL MUJERES INDIGENAS DE PANZÓS ALTA VERAPAZ, GUATEMALA.

*Análisis de modelos
de negocios
existentes en el
marco del
Programa Conjunto
“Empoderamiento
de Mujeres”*

Melba Navarro Prado
Experta en Agronegocio y
Género.

Septiembre de 2017

Índice de contenido

Contents

I.	Generalidades	2
II.	Análisis del Modelo de Negocio Actual	2
	Bloque 1: Segmento de Clientes.....	3
	Bloque 2: Propuesta de valor	3
	Bloque 3: Canales	3
	Bloque 4: Relaciones con clientes	3
	Bloque 5: Fuentes de ingresos.....	3
	Bloque 6: Estructura de costos.....	4
	Bloque 7: Recursos Claves	6
	Bloque 8: Actividades clave	6
	Bloque 9: Socios clave	6
	ELEMENTOS CLAVES.....	7
	Estándares que ofrecen:.....	7
	LOS MERCADOS POTENCIALES	8
	Esquema modelo de negocio actual.....	0
	Conclusiones	0
	Recomendaciones	0
	Anexos.....	¡Error! Marcador no definido.

Modelo de Negocio Frijoles Municipio Panzós

I. Generalidades

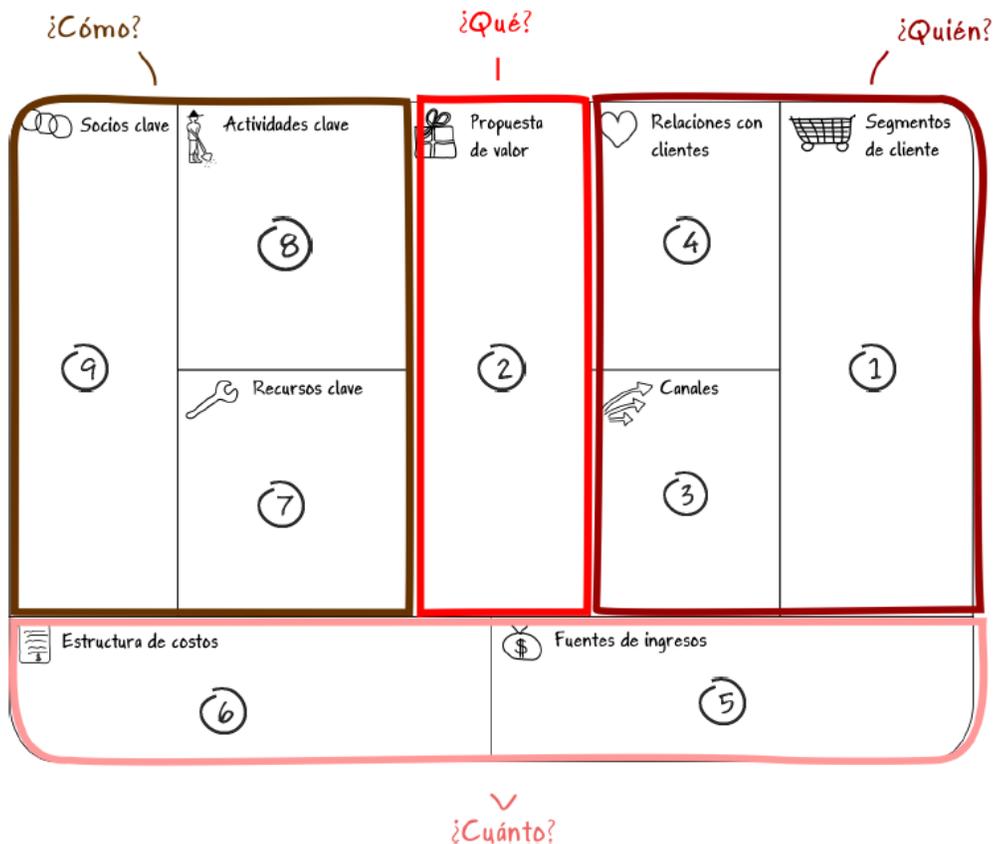
El taller de construcción del CANVAS se realizó el 2 de agosto del 2017 en el auditorio de la Alcaldía Municipal de Panzós con mujeres rurales de Yalicoc, Carabajal, Sepur Limite, Lagartos, Semuy, Santa María, Aguas Calientes y Canlun. Se revisó la información se estructuró y se devolvió para enriquecerla el 30 de agosto del 2017 con la participación de las mismas mujeres en el mismo lugar.

Las personas participantes fueron:

- ❖ 24 mujeres Indígenas de 10 comunidades de Panzós beneficiarias del programa conjunto.
- ❖ 2 personas de FAO: Julio Juárez y Mariela Molina Macz
- ❖ Consultora: Melba Navarro

II. Análisis del Modelo de Negocio Actual

Para el análisis del modelo de negocio actual se utilizó el CANVAS que está compuesto por nueve bloques que componen el negocio, basados en la metodología Link.



Bloque 1: Segmento de Clientes

Fortalezas

- Cada una de las mujeres dejan 6 quintales para venta, si llevan un cacao limpio como pide el mercado el precio es bueno.
- El pago es inmediato.

Debilidades

- El intermediario es cambiante, por lo que no se puede hacer negociación.

Bloque 2: Propuesta de valor

No existe negocio por lo cual no se puede generar valor.

Bloque 3: Canales

- El medio de transporte es público, llevan uno o dos sacos por mujer desde la comunidad hasta el mercado municipal de Panzós y/o Telemán.
- El costo de este transporte público lo asumen las mujeres y es equivalente a 10Q (ida y vuelta) de pasaje de la persona y 10 Q adicionales por saco de frijoles.
- Este transporte demora de 10 a 15 minutos.
- Es común que lleguen intermediarios camioneros hasta la comunidad, en ese caso prefieren venderle aun si el precio es más bajo.
- El almacenamiento lo realizan en costales en la casa ya limpio y seco.

Bloque 4: Relaciones con clientes

La relación en compra – venta informal al precio de plaza y pago inmediato; al ser cambiante el comprador intermediario es imposible establecer una relación de negocio que pueda mejorar hacia la inclusividad.

Bloque 5: Fuentes de ingresos

Fortalezas

- Pago inmediato.

Debilidades

- Operan con pérdidas, especialmente no cuantifican su propia mano de obra.
- Los costos de mano de obra son el doble de los costos en La Tinta; debido al uso de tecnología ahorradora de tiempo y esfuerzo que no se tiene en Panzós.
- No hay opción de negociación porque no tienen un cliente fijo, transan con intermediarios varios.

- No existe una expresión organizada (ni formal ni de hecho) para negociar conjuntamente. Existe la intencionalidad de agruparse para venta conjunta.

Bloque 6: Estructura de costos

- Tienen una estructura de costos con pérdidas.
- NO HAY SUBSIDIO para el modelo de negocio.

Tabla 1. Estructura de costo de una cuerda (0.1323) de frijoles en Panzós.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Quetzales	Costo Total
Mano de obra - una cuerda de frijoles				
Limpieza de terreno	jornal	1	45.00	45.00
Siembra de frijoles	jornal	1	45.00	45.00
Aplicación de abono	jornal	1	45.00	45.00
Control de malezas / plagas (3 aplicaciones)	tarea	3	25.00	75.00
Cosecha	jornal	2	45.00	90.00
Secado, aporreado y selección	tarea	1	75.00	75.00
Sub Total Mano de obra				375.00
Insumos				
Herbicidas	unidad	1	120.00	120.00
Abono	unidad	1		0.00
Plaguicida	unidad	1	13.33	13.33
Semilla de frijoles	libras	10	5.00	50.00
Sacos	unidad	2	7.00	10.50
Sub Total Insumos				193.83
Herramientas y equipos				
Sembradora	unidad			0.00
Pulverizadora	unidad			
Machete	unidad			
Sub Total Herramientas y Equipos				0.00
Servicios				
Traslado para comercialización	quintal	1.50	10	15.00
Pasaje de persona para comercializar	viajes	1.00	10	10.00

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Quetzales	Costo Total
Alquiler de tierra	cuerdas	1.00	25	25.00
Sub Total Servicios				50.00
Total costos directos				618.83
Gastos indirectos				
Administración (10% costos directos)	porcent			0
Sub Total gastos indirectos				0
Gastos de imprevistos (5% costos directos)	porcent			0
Sub total gastos imprevistos				0
Total Costos				618.83
Resumen				
Costos de Establecimiento y Manejo				375.00
Costos de Insumos				193.83
Costos de Herramientas y Equipos				-
Costos de Servicios				50.00
Prestaciones				
Costos indirectos				-
Imprevistos				-
Total costos				618.83
Ingresos				
Venta de frijoles	quintal	1.50	250	375.00
Consumo y semilla	quintal	0.25	250	62.50
Total ingresos				437.50
COSTO BENEFICIO				-181.33

Bloque 7: Recursos Claves

Cuentan con tierra en poca área y tienen opción de alquilar otras áreas en caso de decidan aumentar su producción. No tienen acceso a financiamiento para siembra y si surge un financiamiento esperan que no sea en insumos porque prefieren la semilla local. Requieren capacitación y tecnificar la producción.

Bloque 8: Actividades clave

Las actividades claves están más vinculadas a la producción, cosecha y venta. Las cuales están en el esquema del CANVAS y corresponden a: limpieza del área, selección de semilla, Siembra y abono (Solo en Lagarto con químicos), fumigación de plagas herbicidas e insecticidas, hacen dos limpiezas o deshierba, arranque o cosecha, secado, aporreado, limpieza, almacenamiento, venta, autoconsumo.

Bloque 9: Socios clave

Socios Directos: No se encuentran asociadas ni formal ni de hecho o informal.

Con esta iniciativa se ha despertado el interés de 189 mujeres de 8 comunidades del municipio de Panzós con lo cual pueden ofertar 283 quintales de frijoles por año. Con ello pueden bajar costos y operar sin perdidas.

Tabla 2. Comunidades y mujeres involucradas en producción de frijoles, con interés de agruparse para la comercialización conjunta.

Total de mujeres	Comunidad
37	Semuy
5	Yalicoc
28	Carabajal
41	Lagartos
26	Sepur Limite
22	Santa Maria
37	Agua Caliente
30	Canlul
189	TOTAL
1.5	QQ / MUJER
283.5	Quintales a ofrecer para venta por año

Socios indirectos:

- Solamente FAO en el Programa conjunto ha apoyado con semilla de frijoles en sus inicios

- Potencialmente están:
 - PMA con apoyo a la organización de la venta o bien realizando compras a estas mujeres y
 - Alcaldía municipal si logra poner en marcha el proyecto de Empresa Municipal donde se debe incidir para que exista diferenciación en la transacción con mujeres (preferencia, incentivos, ...) que pueda vincularse con negocios inclusivos desde su concepción hasta la operativización. Apoyando además en la institucionalización de las políticas hacia la inclusividad en el abastecimiento con productos de mujeres rurales indígenas de la zona.

Fortalezas

- Conocen el rubro de frijoles de experiencia pasada de generación.
- Pago inmediato.
- Existe mercado local y municipal en Panzós y Telemán.
- Apoyo del programa conjunto: FAO y potencialmente PMA.

Debilidades

- Casi nula tecnificación.
- Costos muy elevados y
- El precio no se puede negociar.

III. Elementos por considerar para mejoras del modelo de negocio

- Tienen interés en juntar su producción de frijoles para vender a un mercado.
- Después del primer taller socializaron y las señoras están de acuerdo en organizar la comercialización de forma conjunta.
- En general prefieren vender en la comunidad, que será un patrón por modificar si existe oportunidad de mejora.
- Les interesa la oferta de la Alcaldía como empresa municipal, esperando que se concrete y entren con elementos preferenciales en este negocio.
- Una limitante es la calidad de los granos que venden.

IV. Elementos para marketing: estándares de calidad

Al realizar un ejercicio sobre la diferencia de su producto (que esperan mejorar) con otros en el mercado indicaban las siguientes cualidades de calidad:

- Suave, fácil de cocer y queda espeso
- Grano seleccionado
- Sin moho
- Ofrecen muestra

- Buena presentación
- La gente nos busca por buena presentación

Para lograr estas cualidades del producto que pasos deben realizar:

- Ver desde el principio la selección de la semilla y el manejo
- Organizarnos por grupo de promotoras
- Cada promotora apoya para que las mujeres produzcan bien
- Selección de producto y rechazo de los que no cumplen calidad se debe hacer en la comunidad.
- Si cumplimos con eso no será fácil que los intermediarios bajen el precio de plaza con lo que podemos negociar el mejor precio de mercado en ese momento.
- Se debe apoyar la incursión en mercado estable y venta directa a consumidor
- Debilidades de algunos mercados: Falta CONFIANZA no podemos entregar producto sin recibir el pago de forma inmediata por eso aunque vendamos a un precio más bajo preferimos el pago en el momento.

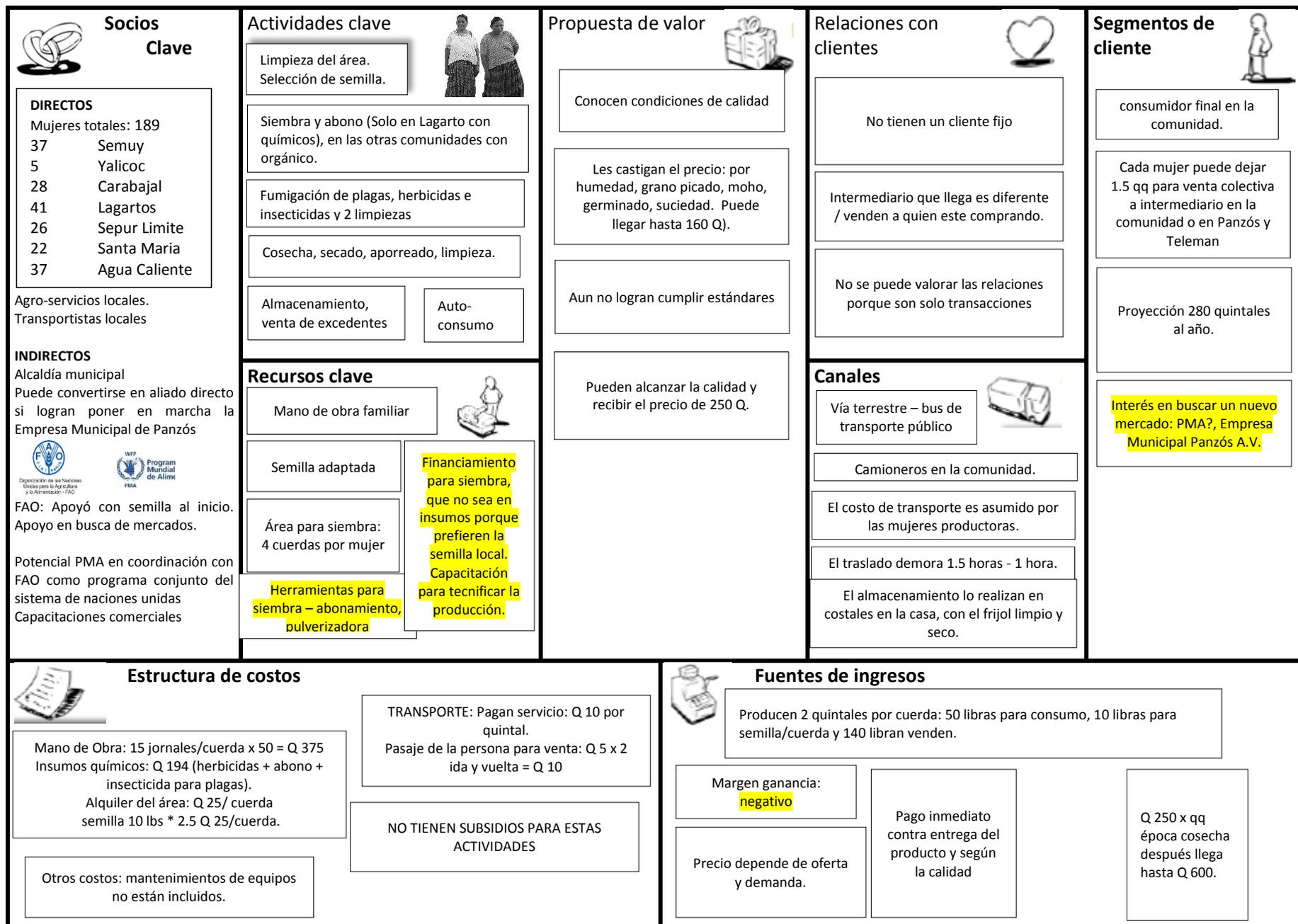
V. Mercados Potenciales

Dentro de los mercados que se visualizan en el corto y mediano plazo son:

1. A corto plazo: En Panzós o Teleman: siempre con intermediarios, pero cumpliendo con estándares para mantener el precio de plaza y en la medida de lo posible retener o guardar la cosecha hasta la época de mejor precio. Hacer esfuerzos para ventas directas a consumidores de forma organizada.
2. Potencialmente está la propuesta de la empresa municipal que solicitan apoyo al programa conjunto para la puesta en marcha de un pilotaje, requiere apoyo para el desarrollo de las líneas estratégicas, definición de etapas y rubros y un plan de negocio que guíe todo el proceso garantizando las acciones diferenciadas para la preferencia de los productos comercializados por las mujeres indígenas.

VI. Esquema Modelo de Negocio Actual

Tabla 3. Modelo de Negocio Frijoles en Panzós.



VII. Conclusiones

1. Este análisis del modelo de negocio de frijoles de Panzós opera con pérdidas.
2. Las mujeres desvalorizan su propia mano de obra.
3. No existe ninguna expresión organizada ni formal ni informal.
4. Como grano básico el mercado de frijol cuenta con una cadena larga de intermediación.
5. Los Intermediarios son cambiantes en cada ciclo productivo.
6. No hay relación de negocio que puede mejora hacia la inclusividad; es un ejercicio de compra y venta

Recomendaciones

A nivel estratégico Municipal:

1. Para lograr generar un pilotaje de modelo de negocios inclusivos se requiere contar con un mercado interesado en mejoras se debe impulsar un apoyo estratégico a la alcaldía de Panzós para iniciar con ejercicios de mercado con mujeres indígenas incluyendo sus perspectivas a corto, mediano y largo plazo.
2. La asesoría que se brinde a la alcaldía debe incluir los negocios inclusivos y con enfoque de género donde las mujeres tengan una política de abastecimiento diferenciada de los hombres, lo que se conoce como discriminación positiva a favor de mujeres para que pueda generar cierto impacto a nivel de reducción de las brechas de género.
3. Acompañado con este esfuerzo se deben realizar capacitaciones específicas empresariales, inclusividad, género y de temas legales (en función de la institucionalización) así como conocer (intercambio) y retomar los aprendizajes de otras alcaldías con experiencias similares en Guatemala.

A nivel de las mujeres y sus comunidades:

4. Asesoría técnica en la producción para volverla rentable.
5. Promover el uso de tecnologías ahorradoras de tiempo y esfuerzo para apoyarles en las actividades agrícolas que también impulsa la reducción de mano de obra volviendo rentable la actividad.
6. Capacitarlas en empresarialidad al nivel y contexto de ellas con elementos básicos de cuentas, costos – beneficios, organización, liderazgos, transparencia, entre otros elementos claves para hacer negocios de forma conjunta.