

|

Modelos de Negocios de Frijoles - Mujeres indígenas Santa Catalina La Tinta, Alta Verapaz, Guatemala.



Melba Navarro Prado

Experta en agronegocio y género

Septiembre, 2017

Contenido

- I. Generalidades2
- II. Análisis del Modelo de Negocio Actual2
 - Bloque 1: Segmento de Clientes.....3
 - Bloque 2: Propuesta de valor3
 - Bloque 3: Canales3
 - Bloque 4: Relaciones con clientes3
 - Bloque 5: Fuentes de ingresos.....4
 - Bloque 6: Estructura de costos4
 - Bloque 7: Recursos Claves6
 - Bloque 8: Actividades clave6
 - Bloque 9: Socios clave6
- III. Elementos por considerar para mejoras del modelo de negocio7
- IV. Elementos para marketing: estándares de calidad.....7
- V. Mercados Potenciales8
- VI. Esquema Modelo de Negocio Actual.....9
- VII. Conclusiones10
- VIII. Recomendaciones10

Modelo de Negocio Frijoles Municipio Santa Catalina La Tinta

I. Generalidades

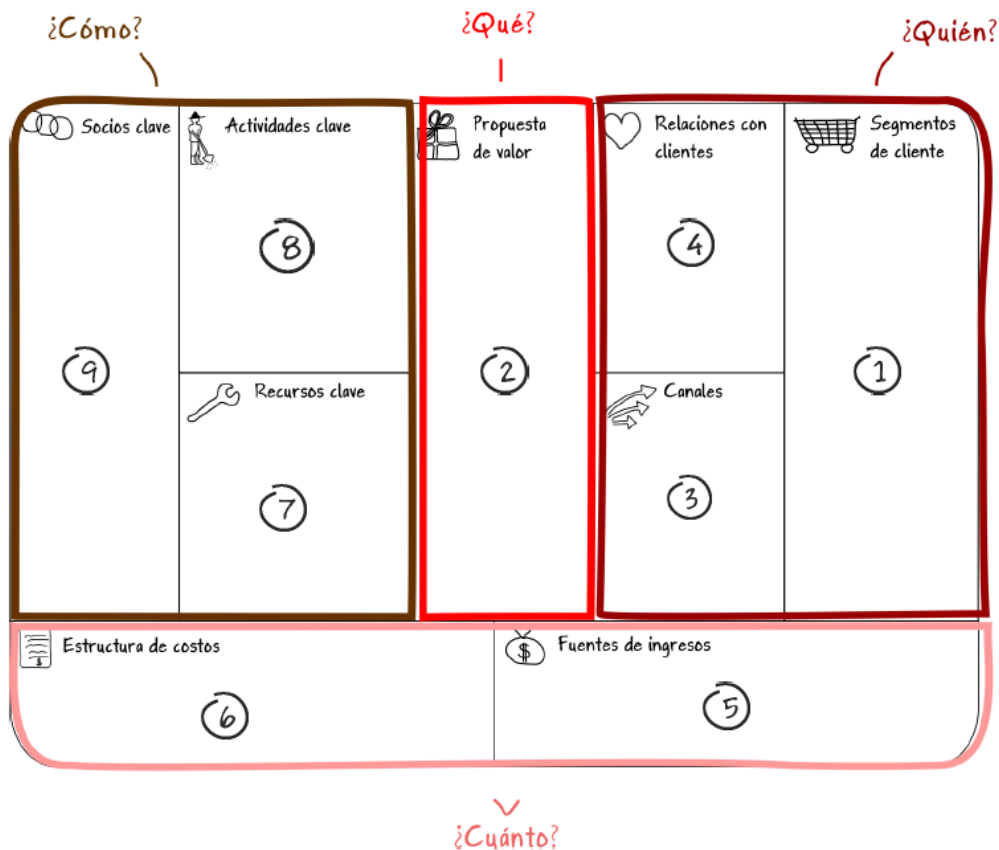
El taller de construcción del CANVAS se realizó el 29 de agosto del 2017 en Santa Catalina La Tinta con mujeres rurales de Agua Sucia 2, Corazal Papalha, C9 y Tampur. Se hizo la priorización entre maíz y frijoles; donde se evidenció la importancia de ambos en la dieta familiar siendo el frijol de mayor interés para el mercado. Se estructuró y validó la información en el mismo taller.

Las personas participantes fueron:

- ❖ 15 mujeres Indígenas de 4 comunidades del municipio Santa Catalina La Tinta 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

Venden en la comunidad lo venden tierno para tamalitos de frijoles y en el mercado municipal cuando está seco.

Comunidad: la libra 1 Quetzal tierno y cuando está seco lo venden a 3 o 4 Quetzales la libra. En el mercado municipal a un intermediario a 250 el quintal, pero si venden por libra pueden llegar hasta 3 Quetzales la libra.

Fortalezas

- En el caso que se cumplan con los estándares de calidad, el intermediario mantiene el precio de plaza.
- El pago es inmediato.
- Cuando es poco frijol y aunque esté más tiempo en el mercado venden por libra al consumidor. Todas están conscientes que es mejor vender directamente.

Debilidades

- El intermediario es cambiante, por lo que no se puede hacer negociación.
- El intermediario puede decidir en base a la calidad si el frijol cumple los estándares, en caso de que no cumpla con la calidad esperada baja el precio de compra por humedad, grano picado, moho, germinado y suciedad.
- Desconfianza en general y sobre todo en la exactitud de la pesa del intermediario. Quita hasta 10 libras por pesa alterada.

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.
- El costo de este transporte público lo asumen las mujeres y es equivalente a 10Q (ida y vuelta) de pasaje de la persona y 5 Q adicionales por saco de frijoles.
- Este transporte demora de 5 minutos.
- 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

La fuente de ingreso es la venta de frijoles, además de consumo y semilla que dejan para el siguiente ciclo productivo.

Fortalezas

- Pago inmediato.

Debilidades

- Operan sin pérdidas, llegando un poco por encima del punto de equilibrio. Con lo cual generan ingresos y garantizan la alimentación de la familia.
- Los costos de mano de obra equivalen a menos del 50% de los costos de Panzós; debido al uso de tecnología ahorradora de tiempo y esfuerzo que utilizan en La Tinta.
- 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 positiva, estando cercano al punto de equilibrio.
- NO HAY SUBSIDIO para el modelo de negocio.

Tabla 1. Estructura de costo de una cuerda (0.1323) de frijoles en Sata Catalina La Tinta.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Quetzales	Costo Total
<i>Mano de obra - una cuerda de frijoles</i>				
Limpieza de terreno	jornal	0.50	60	30.00
Siembra de frijoles	tarea	0.25	60	15.00
Aplicación de abono orgánico	jornal			0.00
Control de malezas	Tarea	0.25	60	15.00
Control de plagas / insecticidas	Tarea	0.25	60	15.00
Cosecha y aporreado /secado de vaina en campo	Tarea	0.25	60	15.00
Secado final y selección/ almacenamiento	quintal	0.25	60	15.00
Sub Total Mano de obra		1.75		105.00
<i>Insumos</i>				
Abono	quintal	1.00	50	50.00
Insecticida	unidad	1.00	10	10.00

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Quetzales	Costo Total
Semilla de frijoles	libras	7.00	5	35.00
Sacos	unidad	1.00	7	7.00
Sub Total Insumos				102.00
Herramientas y equipos				
Sembradora	unidad			0.00
Pulverizadora	unidad			
Machete	unidad			
Sub Total Herramientas y Equipos				0.00
Servicios				
Traslado para comercialización	quintal	1.00	5	5.00
Pasaje de persona para comercializar	viajes	10.00	1	10.00
Alquiler de tierra	cuerda	50.00	1	50.00
Sub Total Servicios				65.00
Total costos directos				272.00
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				272.00
Resumen				
Costos de Establecimiento y Manejo				105.00
Costos de Insumos				102.00
Costos de Herramientas y Equipos				0.00
Costos de Servicios				65.00
Prestaciones				
Costos indirectos				0.00
Imprevistos				0
Total costos				272.00

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Quetzales	Costo Total
Ingresos				
Venta de frijoles	quintal	1.00	250	250.00
Consumo y semilla	quintal	0.25	250	62.50
Total ingresos				312.50
COSTO BENEFICIO				40.50

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.

Cuentan con conocimientos y tecnologías ahorradora de tiempo y esfuerzo como la sembradora – abonadora, pulverizador de carretilla con los cuales otra dinámica de producción de las mujeres.

Se han capacitado y tecnificado la producción de frijoles con el uso de las herramientas ahora siembran a la distancia correcta y abonan al mismo tiempo.

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, fumigación de plagas herbicidas e insecticidas, hacen dos limpiezas o deshierba, arranque o cosecha, secado, aporreado, limpieza, almacenamiento, venta y autoconsumo (consumo familiar y semilla para siguiente ciclo productivo).

Bloque 9: Socios clave

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

En Tampur han pensado trabajar juntas, organizarse y vender a otros lugares como COBAN.

Socios indirectos:

- Solamente FAO en el Programa conjunto ha apoyado con semilla de frijoles con tecnología ahorradora de tiempo y esfuerzo, además de mejora en las prácticas de cultivo.

Fortalezas

- Conocen el rubro de frijoles y tienen experiencia de generaciones pasadas.
- Pago inmediato.
- Existe mercado municipal en La Tinta.
- Apoyo del programa conjunto FAO.

Debilidades

- El precio no se puede negociar.
- Traslado de la producción fuera del municipio encarece el producto por lejanía.

III. Elementos por considerar para mejoras del modelo de negocio

- Tienen interés en juntar su producción de frijoles para vender a un mercado.
- Están de acuerdo en organizar la comercialización de forma conjunta.
- Organizar la venta en feria local para llegar directo al consumidor podría ser una buena estrategia a corto plazo y estudiar oportunidad de aumento de producción para ventas fuera del municipio con un buen estudio del mercado y costos.

IV. Elementos para marketing: estándares de calidad

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

- Suave, fácil de cocer y queda espeso
- Grano seleccionado
- Sin moho
- Bien seco

Para lograr estas cualidades del producto deben realizar los siguientes pasos:

- Desde el inicio cuidar 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: es la DESCONFIANZA 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. Venta en el municipio de Santa Catalina La Tinta, con intermediarios, pero cumpliendo con estándares para mantener el precio de plaza.
2. En la medida de lo posible retener o guardar la cosecha hasta la época de mejor precio.
3. Hacer esfuerzos con otros actores (Alcaldía) para ventas directas a consumidores de forma organizada.
4. A mediano plazo identificar mercados fuera del municipio (¿Coban?) y valorar la factibilidad económica dado el incremento de costos por transporte en que se incurre.

VI. Esquema Modelo de Negocio Actual

Tabla 2. Modelo de Negocio Frijoles en Santa Catalina La Tinta.

<p>Socios Clave</p>  <p>DIRECTOS Mujeres totales: 13 mujeres de Agua Sucia 2, Corazal Papalha, C9, Tampur.</p> <p>Agro-servicios locales. Transportistas locales</p> <p>INDIRECTOS</p>  <p>FAO: Apoyó con semilla al inicio. Asesoría y entrega de herramientas ahorradoras de tiempo y esfuerzo: sembradora – abonera, pulverizadora de carretilla. Apoyo en busca de mercados.</p> <p>Potencial PMA en coordinación con FAO como programa conjunto del sistema de naciones unidas para búsqueda de mercado y capacitaciones comerciales.</p>	<p>Actividades clave</p>  <p>Limpieza del área. Selección de semilla.</p> <p>Siembra y abono con tecnología ahorradora de tiempo y esfuerzo: sembradora – abonadora, pulverizadora.</p> <p>Fumigación de plagas, herbicidas e insecticidas y 2 limpiezas</p> <p>Cosecha, secado, aporreado, limpieza.</p> <p>Almacenamiento, venta de excedentes</p> <p>Autoconsumo y resguardo de semilla</p>	<p>Propuesta de valor</p>  <p>Conocen estándares de calidad del mercado de frijoles, pero no se puede generar valor si no existe una relación comercial estable. El intermediario es cambiante.</p> <p>Les castigan el precio: por humedad, grano picado, moho, germinado, suciedad.</p>	<p>Relaciones con clientes</p>  <p>No tienen un cliente fijo</p> <p>Intermediario que llega es diferente / venden a quien este comprando.</p> <p>No se puede valorar las relaciones solo hacen el ejercicio de compra - venta</p>	<p>Segmentos de cliente</p>  <p>consumidor final en La Tinta.</p> <p>Intermediarios en el Municipio La Tinta. Ejercicio de compra y venta sin existencia de una relación de negocio.</p>
<p>Estructura de costos</p>  <p>Mano de Obra: jornales/cuerda = Q 105 Insumos químicos: Q 102 (herbicidas + abono + insecticida para plagas). Alquiler del área: Q 50/ cuerda semilla 7 lbs * 2.5 Q 25/cuerda.</p> <p>Otros costos: mantenimientos de equipos no están incluidos.</p> <p>TRANSPORTE: Pagan servicio: Q 5/quintal. Pasaje de la persona para venta: Q 5 x 2 ida y vuelta = Q 10</p> <p>NO TIENEN SUBSIDIOS PARA ESTAS ACTIVIDADES</p>	<p>Fuentes de ingresos</p>  <p>Producen 1.25 quintales por cuerda y si es mucha pendiente 0.75 quintales por cuerda: 25 libras para consumo y semilla y 100 libran venden.</p> <p>Margen ganancia: 40 Quetzales.</p> <p>Pago inmediato contra entrega del producto y según la calidad</p> <p>Precio depende de oferta y demanda.</p> <p>Q 250 por quintal en época cosecha después llega hasta Q 600 por quintal</p>			

VII. Conclusiones

1. Este análisis del modelo de negocio de frijoles de Santa Catalina La Tinta opera sin pérdidas, aunque su margen es cercano al punto de equilibrio.
2. Los jornales son sensiblemente reducidos con el uso de las tecnologías ahorradoras de tiempo y esfuerzos en comparación de Panzós que no cuenta con esta tecnología.
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

VIII. Recomendaciones

A nivel de las mujeres y sus comunidades:

1. Asesoría técnica en la producción para volverla más rentable.
2. Capacitarlas en empresariedad 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.
3. Identificar oportunidad de organizar la venta directa a consumidores.
4. Estudiar la factibilidad de llevar frijoles de forma organizada hasta Coban. Como indican en Tampur que ya han pensado trabajar juntas solo falta organizarse bien y vender a otros lados como COBAN.