



# MÓDULO 1

## INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO PARA PEQUEÑOS AGRICULTORES

Valores y Oportunidades



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.

# Módulo 1

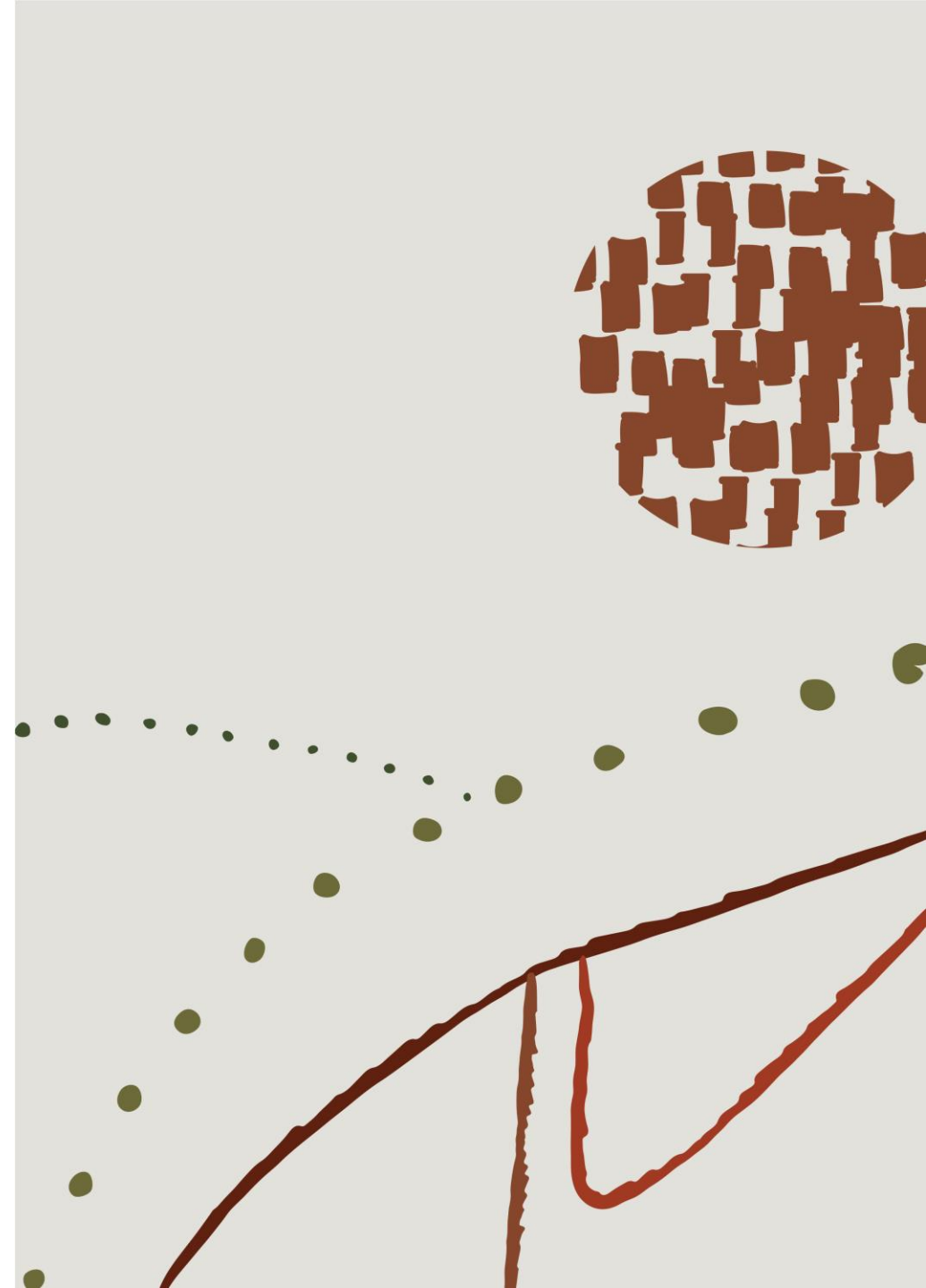
Este módulo sienta las bases para el objetivo sostenible de los pequeños agricultores. Este programa de capacitación es el comienzo de tu viaje desde tu pequeña explotación hacia el crecimiento y la sostenibilidad. Verás tu pequeña propiedad como una empresa y el valor y las oportunidades que se encuentran dentro de ella. Obtendrás información sobre tu empresa desde diferentes ángulos mediante el uso de varias herramientas que te apoyarán en esta misión empresarial.

El módulo 1 concluye con su creciente comprensión del quién, qué y cómo desarrollar ese primer plan de negocios tan importante.

- 1 Introducción del Proyecto y la Importancia de los Pequeños Propietarios
- 2 La Prima de los Productos Patrimoniales
- 3 Oportunidades de Emprendimiento y Probar tu primer producto
- 4 Desarrollo del plan de negocios
- 5 Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

# 01

## INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO Y LA IMPORTANCIA DE LOS PEQUEÑOS PROPIETARIOS



# ¿Quiénes son los minifundistas y por qué son tan importantes?

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (ONUAA), **los minifundistas son agricultores de pequeña escala, pastoralistas, guardabosques y pescadores que gestionan áreas de menos de 10 hectáreas.**

**Y sois una agrupación muy importante.**

- Los minifundistas son contribuyentes clave a la seguridad alimentaria y la nutrición.
- Por lo general, tus fincas son mejores para promover la equidad social y el bienestar de la comunidad y tienen ventajas en términos de sostenibilidad ambiental y abordaje del cambio climático. Esto se debe en parte a su mayor apego a las comunidades y paisajes locales, que fomentan un mayor nivel de interés y cuidado por el entorno natural y el clima del que dependen para la producción agrícola.
- Los pequeños productores producen la mayor parte de los alimentos en muchas regiones del mundo y producen más alimentos y nutrición en las regiones más pobladas y con más inseguridad alimentaria del mundo.

# La importancia de los pequeños agricultores

Alrededor de dos tercios de todas las granjas en Europa son pequeños agricultores. Los minifundistas venden sus alimentos localmente, lo que reduce la huella de carbono de los alimentos. Además, cultivan una variedad de cultivos, aumentando tanto la diversidad de alimentos como la biodiversidad.

Aunque las pequeñas explotaciones producen el 80% del suministro de alimentos del mundo, solo ocupan alrededor del 12% de la tierra cultivable.

Es importante destacar que, por lo general, existe una relación respetuosa entre el agricultor y la tierra, fomentada por el uso de conocimientos locales/tradicionales y técnicas agrícolas para la cría de cultivos y animales.



# Los pequeños agricultores tienen la clave del patrimonio agrícola y alimentario de Europa

- Los pequeños productores pueden describirse como microempresas trabajadoras con un producto heredado en el que creen.
- A pesar de los abrumadores desafíos y desventajas debido al pequeño tamaño de sus operaciones, la débil capacidad técnica, la alta vulnerabilidad a los riesgos y la falta de capital, los pequeños agricultores actúan como un banco de semillas, preservando nuestras razas heredadas y cultivos herbáceos poco comunes.
- Como resultado, la agricultura a pequeña escala es aproximadamente un tercio menos productiva que la agricultura a gran escala (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación).



## Este proyecto...

**El proyecto Sustainable Smallholders EU** quiere empoderar y equipar a los pequeños agricultores como tú con habilidades y conocimientos para mejorar tu pequeña propiedad como negocio.

Nuestra Guía para el Desarrollo Sostenible se centra en las dos últimas acciones.

En este curso de capacitación, nos enfocamos en el aspecto comercial de tu pequeña propiedad y cómo ayudarte a crecer como empresa.

## Lo que puedes conseguir...

- 1** Prepara tus minifundios para el futuro: mejora tu viabilidad a largo plazo y usa el valor patrimonial de tus productos/ganado como tu PSU
- 2** Aumente tu **rentabilidad** mediante: el uso de canales de distribución más eficientes y lucrativos y aprende a responder a las demandas de los consumidores
- 3** **Mejora tu trabajo ambiental, de acción climática y de biodiversidad en curso** centrándote en tus enfoques de seguridad alimentaria, desperdicio de alimentos; y agricultura sostenible
- 4** **Aumenta y diversifica** la forma en que contribuyes a la demanda de alimentos en un mundo con escasez de recursos

# La motivación para proporcionar este curso...

Apasionados y talentosos, los pequeños agricultores son conocidos por ser excepcionalmente buenos en lo que hacen: producir/mejorar/cultivar productos artesanales arraigados en la tierra y las comunidades locales con fuertes valores éticos, ambientales y patrimoniales.

Este curso ayudará a los pequeños agricultores a obtener nuevos conocimientos sobre las habilidades empresariales básicas y cómo **adoptar y comercializar el valor local/patrimonial de sus productos**. Este curso pretende dar confianza y herramientas para afrontar esta clara necesidad.





# La motivación para proporcionar este curso...

En segundo lugar, este curso os equipará como pequeños agricultores (y a quienes os eduquen/apoyen) con habilidades y conocimientos para mejorar la viabilidad de sus explotaciones al **defender el valor local/patrimonial de sus productos y mejorar sus otras habilidades empresariales básicas**, como la planificación comercial, educación financiera, marketing y ventas.

En una experiencia de aprendizaje paso a paso, te beneficiarás y disfrutarás de nuestros módulos de formación específicos del sector. Creamos cada módulo investigándolos y probándolos rigurosamente y ahora presentamos este curso de 6 partes para pequeños agricultores como tú! Sabemos que disfrutarás.



# Lo que este curso pretende lograr...



“

*Facilitar recursos personalizados y específicos a los pequeños productores para ayudarte a **aumentar tus resultados** y hacer que tu pequeña propiedad se vuelva **más visible** como negocio y, por lo tanto, **más sostenible.***

”

# Ya hemos descrito lo que son los PEQUEÑOS PROPIETARIOS pero también son EMPRENDEDORES.

1. **Un emprendedor es un entrante:** un iniciador, un retador y un impulsor. Alguien que crea algo nuevo, ya sea una iniciativa, un negocio o una pequeña propiedad.

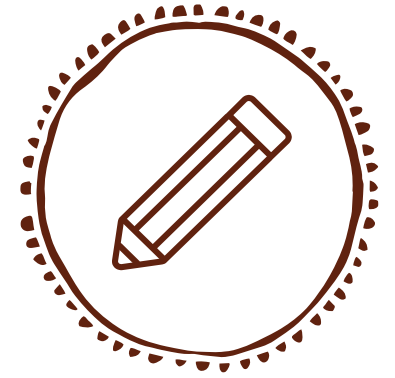
2. **Un emprendedor es el impulsor:** la persona a cargo, el líder y la persona a quien acudir para el liderazgo. Él o ella es el que impulsa e inspira a un equipo o seguidores.

3. **Un emprendedor rinde cuentas y es responsable:** el máximo responsable del destino de su emprendimiento, que puede ser un minifundio, una finca a pequeña escala, un proyecto o cualquier otro emprendimiento.



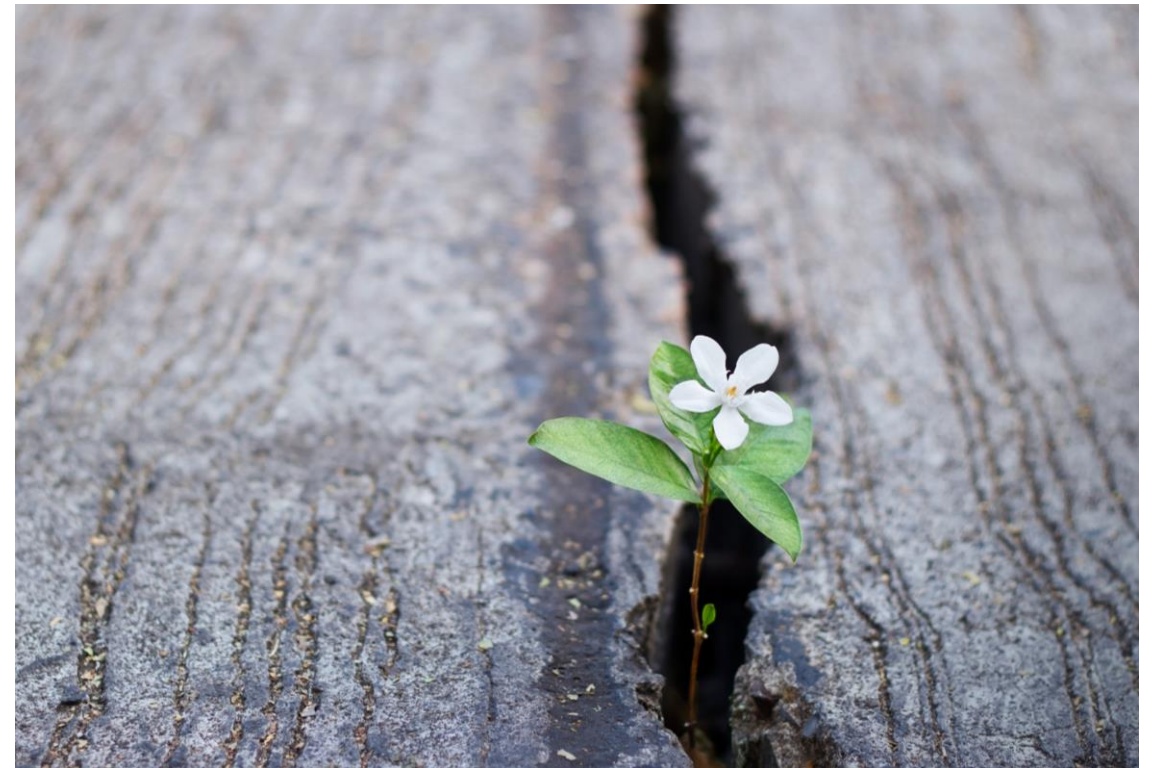
# Reflexión del alumnado:

Antes de continuar, completemos y ejercitemos. Abre un nuevo documento o coge lápiz y papel y escribe algunas notas.



Ahora es buen momento para:

- **Reflexionar** sobre tus necesidades, aspiraciones y deseos para tu minifundio a corto, mediano y largo plazo. Solo algunas líneas.
- **Identificar** tus fortalezas individuales y de equipo (si corresponde).
- **Crear** en tu capacidad para influir en el curso de los acontecimientos hacia la sostenibilidad y, a pesar de la incertidumbre, los reveses y los fracasos en el camino.



02

# LA PRIMA DE LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES



# Valor patrimonial



“Tener conocimiento de nuestra historia nos permite entender de dónde venimos, lo que a su vez nos permite entender nuestro presente. No solo revela el pasado, sino que también nos ayuda a crear un futuro mejor..”

En el Módulo 4, profundizamos en la importancia de los Alimentos Patrimoniales y cómo vosotros, como pequeños productores, podéis desbloquear vuestro valor patrimonial. Sin embargo, aquí también queremos resaltar la oportunidad que tenéis a través de la procedencia de vuestros productos y cómo esto puede significar un Premium.

# Procedencia y Premium

**Procedencia de los alimentos:** es el término utilizado para describir el origen de los alimentos, por ejemplo, dónde se cultivaron, criaron o capturaron. Es importante destacar que proporciona al consumidor una comprensión de cómo se han producido y transportado sus alimentos. Los diferentes métodos de cultivo utilizados para producir alimentos afectan la calidad y el sabor en general. Cada vez más, los consumidores exigen con razón una mayor transparencia y cadenas de suministro de alimentos más cortas.

Cuando hablamos de la procedencia de los alimentos locales, nos referimos a personas, lugares y pequeña escala. Los consumidores identifican lo local con la capacidad de vincular el producto o la marca con una persona en particular y, a menudo, con una ubicación.



# Procedencia y Premium

La UNESCO reconoce una gran cantidad de tradiciones relacionadas con la comida y la bebida, que están incluidas en la **Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.**

**Premium:** según el diccionario de Cambridge, *Premium* significa "una cantidad superior a la habitual", es decir, tu producto puede clasificarse como producto *Premium* debido a su procedencia.





# Artesanal

"Artesanal" es un término utilizado para describir los alimentos producidos por métodos no industrializados, a menudo transmitidos de generación en generación, pero ahora, a veces, se encuentra en peligro de perderse. Se permite que los gustos y los procesos se desarrollen de forma lenta y natural, en lugar de restringirlos para la producción en masa.

El movimiento *Artisan Food* se centra en proporcionar alimentos tipo granja a la mesa con productos de origen local que benefician al consumidor, a los pequeños productores y productores, y a la economía local. Es un mercado popular y en crecimiento en Europa impulsado por los gustos y tendencias de los consumidores.



# ¡Cree en tu valor!

El valor *Premium* se ha asociado durante mucho tiempo con afirmaciones o certificados basados en el valor como "orgánico" o "cultivado de forma sostenible". Necesitas creer que esta percepción es de alto valor.

Comprar localmente es beneficioso para todos en muchos aspectos. Los consumidores disfrutan de productos de mayor calidad al mismo tiempo que ayudan al medio ambiente. Limitar las millas de alimentos reduce la huella de carbono que dejan los alimentos y apoya al sector alimentario y agrícola europeo y sois vosotros, como pequeños agricultores, quienes estáis haciendo que esto suceda.



# Vender tu patrimonio o procedencia...

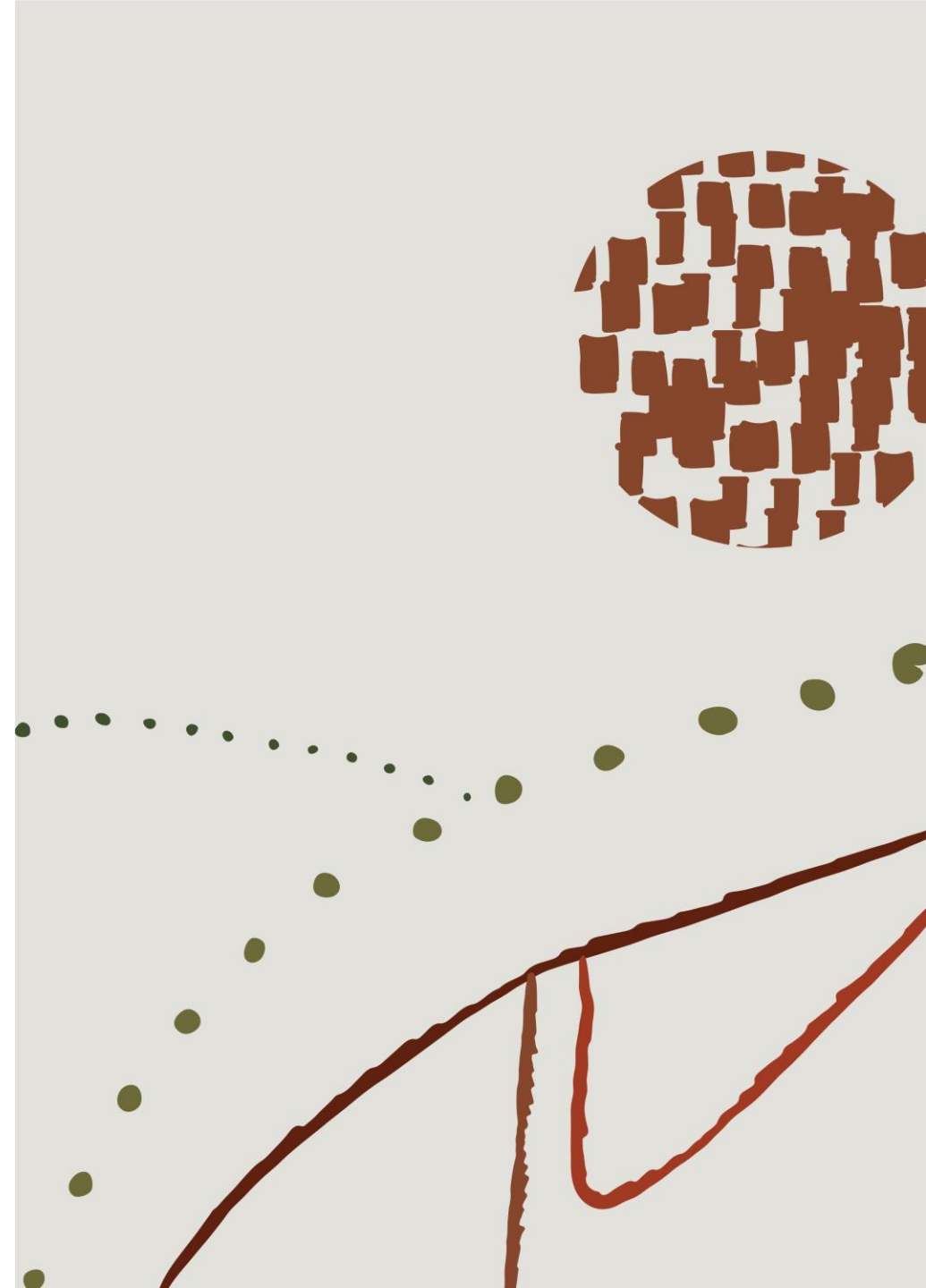
En nuestro mundo post-Covid-19, el mantra de "comprar productos locales" ha resonado con fuerza. Muchos consumidores han roto viejos hábitos de compra y alimentación para probar nuevas formas de alimentar a sus familias. Como resultado, las tiendas agrícolas y los mercados de agricultores están prosperando, e incluso estamos viendo el advenimiento de mercados emergentes semanales en pueblos y ciudades pequeñas.

En cierta medida, estamos asistiendo a un retorno a los hábitos de compra de nuestros padres y abuelos. Compartiremos el aprendizaje sobre formas de vender más adelante en el Módulo X.



# 03

## OPORTUNIDADES DE EMPRESARIADO Y PRUEBA DE TU PRIMER PRODUCTO



# Aprender a adaptarse...

En el Módulo 2, exploraremos lo importante que es conocer a tu consumidor y sus necesidades. En él también encontrarás oportunidades como emprendedor. Las necesidades pueden verse como desafíos, pero los desafíos necesitan soluciones y ahí es donde estás tú, como emprendedor, ¡entra!

Hay oportunidades a nuestro alrededor, pero a menudo se requiere cierta mentalidad para identificar, verificar y aprovechar esa oportunidad. Recuerda, los mejores líderes son conocidos por ser los mejores aprendices. A través de este curso, aprenderás diferentes enfoques para el crecimiento empresarial y las habilidades para maximizar tu éxito.

*“La adaptabilidad es la nueva ventaja competitiva.”*

# Oportunidades para que los emprendedores crezcan ...

No importa en qué industria o sector te encuentres, para que los empresarios tengan éxito en los negocios, así como las estaciones traen cambios, debe aceptar el cambio.

Te recomendamos que empieces por ti mismo y te centres en estas seis oportunidades de crecimiento empresarial.

- 1 Adopta una mentalidad de aprendizaje
- 2 Aprende la estrategia comercial
- 3 Mejora tu propia visión
- 4 Utiliza redes
- 5 Recibe comentarios críticos y transmite tu conocimiento
- 6 Desarrolla la autoconciencia

# 1. Adopta una mentalidad de aprendizaje

La voluntad de aprender es una de las habilidades más cruciales para adquirir en la vida y el espíritu empresarial. Los estudios muestran que las personas logran más con una mentalidad de crecimiento que con una mentalidad fija. El deseo de aprender puede ser vital para el éxito empresarial.

Aprender de los errores o de un fracaso también es algo a considerar como una oportunidad. La naturaleza nos enseña esto. Estas lecciones son necesarias y viables para ampliar el conocimiento y la comprensión de cómo funcionan los negocios.

Para mejorar tu adaptabilidad, reserva tiempo para seguir aprendiendo nuevas habilidades con regularidad. Muchas habilidades pueden ser una habilidad natural, pero las habilidades comerciales y de gestión a menudo se desarrollan a través de la capacitación y la educación.



## 2. Aprende la estrategia comercial

En el Módulo 2, te presentamos herramientas y plantillas para ayudarte a construir una estrategia comercial para brindar estructura y potencial para el crecimiento de tu pequeña propiedad. No te preocupes por el lenguaje corporativo...

**una estrategia = un plan**





### 3. Mejora tu propia visión

Algunos pequeños productores pueden quedar atrapados en cómo otros están logrando sus éxitos. Miran cómo otros pequeños productores hacen negocios y pierden de vista su propia visión. A menudo intentan seguir sus pasos. Sin embargo, tú, como pequeño agricultor que estableces/haces crecer tu negocio, debes darte cuenta de que puedes diseccionar tus propias plantas, adaptarte y avanzar a lo largo de tu viaje... recuerda ENFOCARSE y reflexionar regularmente sobre por qué comenzaste.

**La clave es aprender de todos los que conoces y esforzarte por ser lo mejor que puedas ser, en tus propios términos.**



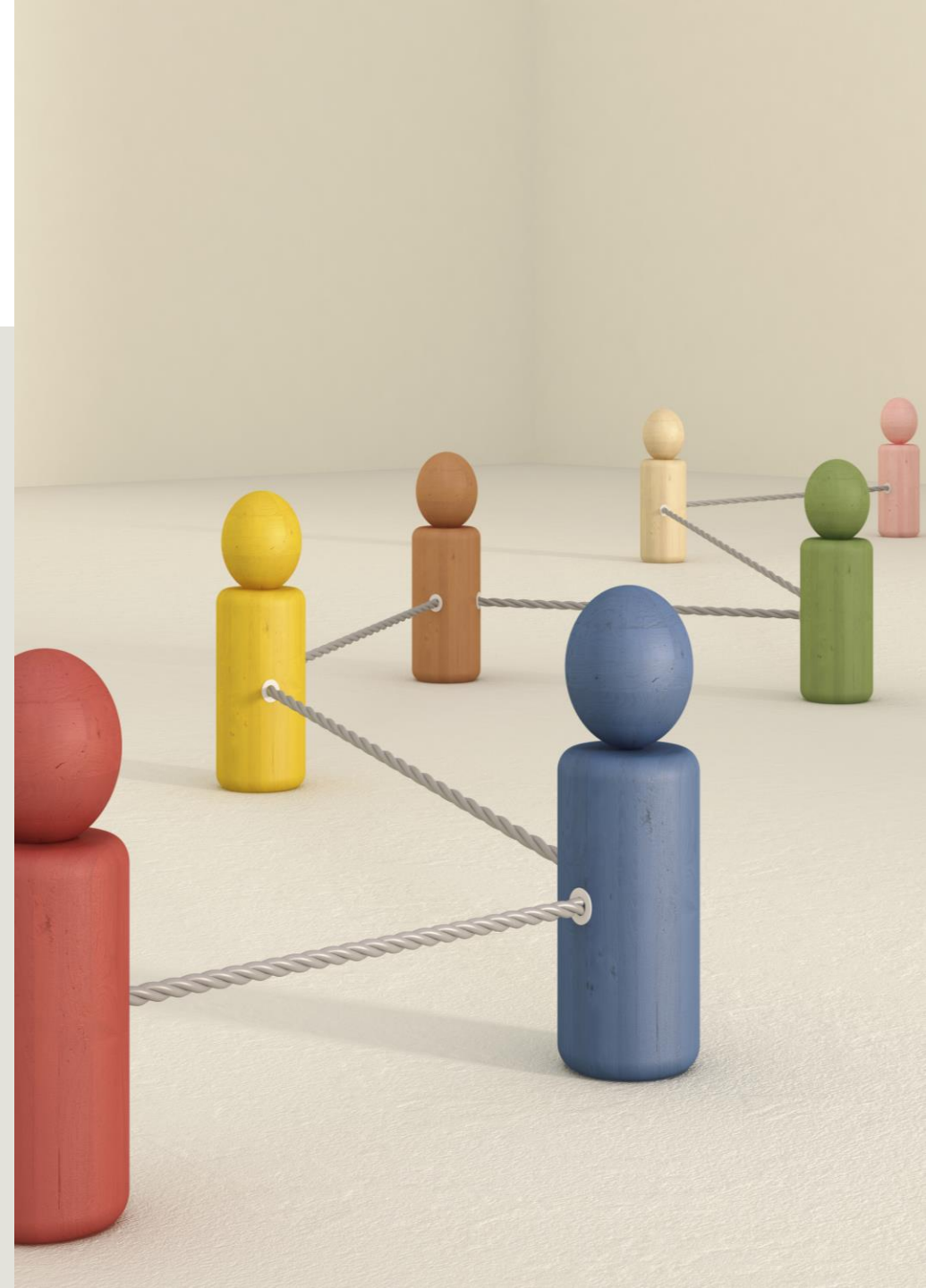
## 4. Utiliza Redes

Concéntrate en obtener consejos prácticos de expertos comprobados dentro de tus redes. Esto te ofrece la oportunidad de tomar tus ideas y convertirlas en un plan de acción.

Algunos métodos para utilizar tu red pueden ser reuniones amistosas entre pares o grupos profesionales:

- Cooperativas de agricultores y asociaciones nacionales de agricultores.
- Redes locales de alimentos y grupos de mercadeo.

Puedes descubrir que hablar con alguien durante horas puede brindarte una gran claridad. Asegúrate de consultar nuestro kit de herramientas de colaboración de la cadena de suministro de pequeños agricultores e inspírate con el poder de las colaboraciones.



## 5. Recibe comentarios críticos y transmite tu conocimiento

A algunos empresarios emergentes les resulta difícil recibir críticas. Muchos solo quieren escuchar los aspectos positivos de lo que sus clientes tienen que decir (por supuesto, muchos de nosotros nos sentimos así de alguna manera).

Sin embargo, para tener un valor real, deben de escucharse ambas partes. Compartir lo que ya sabes sobre el lado comercial de las pequeñas propiedades ayuda a otros y abre nuevos puntos de vista y posibilidades.

Este tipo de compromiso también te lleva a ampliar tus percepciones del a menudo desalentador mundo de los negocios.



## 6. Desarrolla la autoconciencia

La autoconciencia es fundamental para operar cualquier empresa comercial. Debes observar tus propias acciones durante los días laborales y pensar en las mejoras que se pueden realizar, dado que equilibrará las muchas tareas de un pequeño agricultor, la planificación y el cuidado de cultivos/ganado, las finanzas y la venta.

Cuando se trata de la autoconciencia, también debes averiguar qué impulsa tu motivación. Necesitas saber dónde se encuentran tus fortalezas y aprovecharlas y abordar tus debilidades para que puedas realizar mejoras más rápidamente.

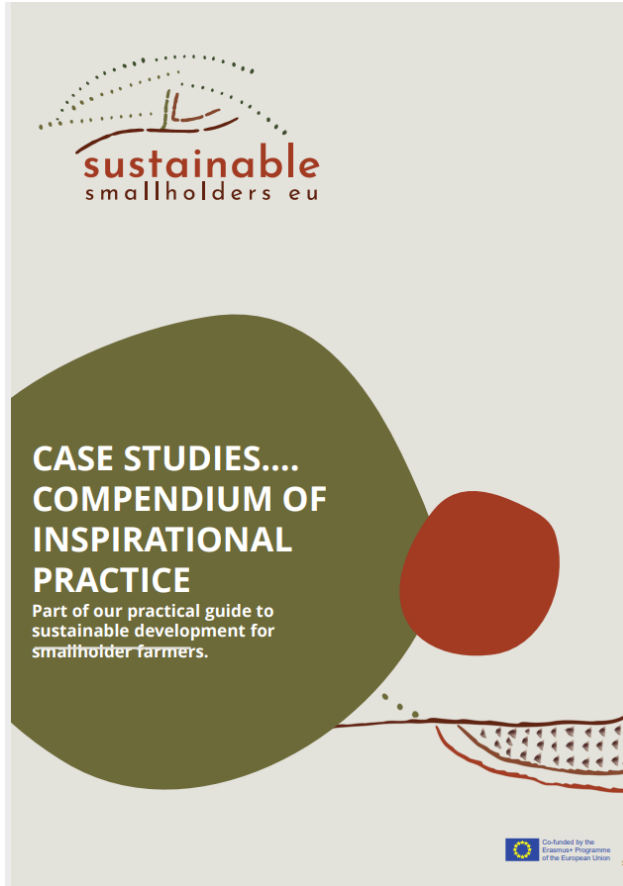
Más adelante en este módulo, discutimos el análisis FODA que puede hacer que sea mucho más fácil identificar posibles obstáculos y oportunidades.



# Inspírate... cómo los desafíos pueden convertirse en OPORTUNIDADES

HAZ CLICK  
PARA  
ACCEDER

.....



¡¡Un reto o un problema también puede ser visto como una oportunidad!!

En nuestro **Compendio de estudios de casos**, examinamos a más de 30 pequeños productores de toda Europa y vemos cómo se han adaptado y prosperado utilizando los recursos que los rodean, creando valor para ellos y sus clientes.

# ¿Has oído hablar de la innovación frugal?

La innovación frugal es la capacidad de "hacerlo mejor con menos recursos para más personas", es decir, crear un valor significativamente mayor y minimizar el uso de recursos. [Fuente](#)

La innovación frugal es **un intento de maximizar la relación entre valor y recursos**. El valor podría ser para tu pequeña empresa, tus clientes o la sociedad en general. Los recursos pueden ser energía, capital o tiempo.



# REPRODUCE: Innovación Frugal – tres principios de como todos podemos hacer más con menos

Navi Radjou ha pasado años estudiando "jugaad", conocida como innovación frugal. Iniciada por empresarios en mercados emergentes que descubrieron cómo obtener un valor espectacular de recursos limitados, la práctica ahora se ha popularizado a nivel mundial. ¡Vamos a transferirlo a los minifundios!



REPRODUCIR

FUENTE

Navi Radjou:  
Resolución  
creativa de  
problemas  
frente a límites  
extremos -  
YouTube

# ¡Inspírate! Un ejemplo...

Un ejemplo de **innovación frugal**, es promover el uso y reciclaje de “Alimentos Feos”. Se trata de alimentos que no logran entrar en la cadena de comercialización debido a la falta de conformidad con las normas de envasado pero que, por lo demás, son nutritivos y seguros. Es una forma obvia y sencilla de reducir drásticamente los residuos innecesarios en los mercados mayoristas y minoristas.

Requiere crear conciencia a través de campañas de educación y comunicación de los productores a los consumidores. Este tipo de experiencias interesantes ya existen en todo el mundo.

Lectura interesante

[La belleza oculta de la comida fea](#)





# Prueba tu primer producto

Apasionados y talentosos, los pequeños agricultores son conocidos por ser excepcionalmente buenos en lo que hacen: producir/mejorar/cultivar productos artesanales arraigados en la tierra y las comunidades locales con fuertes valores éticos, ambientales y patrimoniales. Así que sabes que tienes un producto especial. Te recomendamos que pruebes tu oferta de productos. ¿Por qué?

El propósito de una prueba en el mercado es proporcionar un ensayo general para probar el producto y los elementos de marketing juntos. Pone a prueba tu producto y la estrategia planificada en un entorno real antes de realizar una inversión significativa. Puedes probar el producto y el plan de marketing y realizar cualquier cambio para lanzar un producto que tendrá la máxima probabilidad de éxito en el mercado.

# ¿Por qué prueba de mercado?

La prueba de mercado te dará un banco de información que resume cómo reaccionarán los consumidores a tu producto, el precio, su comercialización, comunicaciones y promoción. Permite tomar decisiones tempranas que generan importantes ahorros de costos a largo plazo.

Hacer un seguimiento de tu producto te permite obtener comentarios de los clientes e información sobre las fortalezas y debilidades antes del lanzamiento completo del producto. Es mejor identificar errores o inquietudes antes de distribuir un producto, en lugar de descubrirlos después del hecho.

Los clientes también pueden identificar ciertos atributos o características de un producto que les gustaría que modificaras. Los primeros usuarios, aquellos clientes a los que les gusta ser los primeros en comprar un nuevo producto, pueden volverse leales a tu negocio cuando les permite participar en las pruebas. Tener a estos clientes de tu lado es especialmente beneficioso para crear un efecto dominó a través de la publicidad de boca en boca después del lanzamiento de un producto. Ayuda a construir una lealtad importante.

# Pruebas: un ingrediente esencial en tu negocio de pequeña propiedad

La investigación de mercado a través de pruebas es el elemento crítico del proceso, ya que aconseja la dirección de toda tu prueba y la dirección futura. Informa sobre tu cliente objetivo, cómo se debe posicionar tu producto, qué necesita y valora tu público objetivo y cómo puede posicionar tu oferta de una manera que resuene con los clientes potenciales.

Además, identificará tu estrategia de ventas: ¿modelo directo o de distribución? ¿Dónde debe distribuir tu producto y a través de qué canales de distribución? ¿Tu público objetivo preferiría comprar tu producto en línea o directamente?

Tu investigación también ilustrará la importancia de tu modelo de fijación de precios. ¿Cómo debe fijar el precio de tu producto? ¿Cuál es el ingreso promedio de tu grupo demográfico objetivo? ¿Encontrarán el producto demasiado caro o lo percibirán demasiado barato en función de la calidad esperada? ¿Qué tipo de ajustes puedes hacer para adaptarse a su punto de precio percibido?

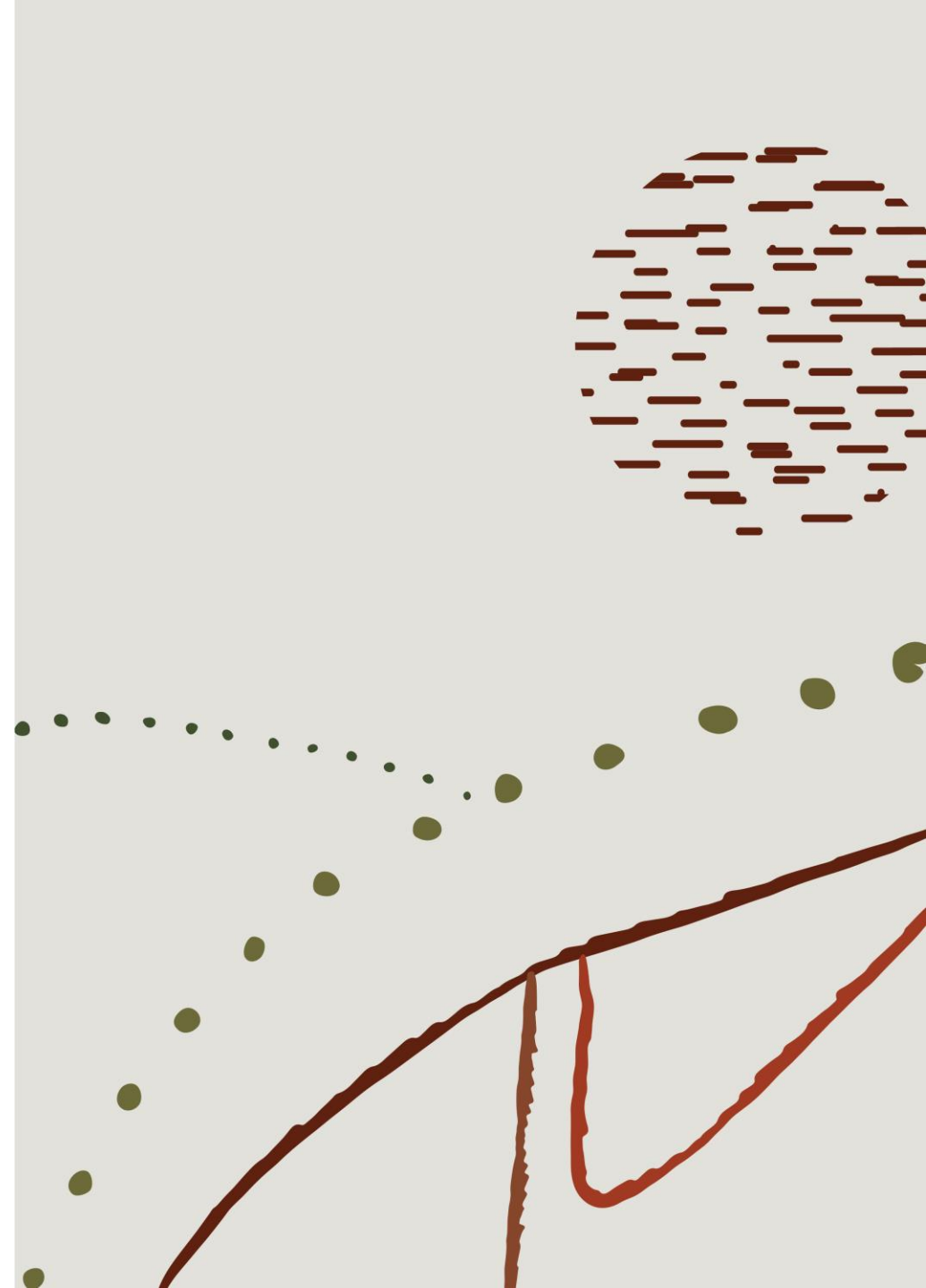
# Cómo rastrear tu producto

Comenzar a llevar tus productos de tu minifundio al público puede resultar desalentador, sobre todo debido a cualquier "burocracia" que pueda aplicarse a la venta de tu producto. Los siguientes **9 elementos clave** describen lo que abordarás en una prueba de producto:

1. Investigación de mercado
2. Planificación del ensayo
3. Reclutamiento de participantes del ensayo
4. Requisitos de apoyo
5. Marca del producto y garantía
6. Marketing y planificación promocional
7. Configuración e implementación del ensayo
8. Informe de prueba
9. Plan y presupuesto de lanzamiento del producto

# 04

## DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS



# Explorando Ideas y Oportunidades:



Estás realizando este curso porque deseas mejorar el aspecto comercial de tu pequeña propiedad. La creación de un plan de negocios es un paso en la dirección correcta en ese viaje, y puede abrir puertas para la financiación, etc. Antes de escribir tu plan de negocios, debes tener ideas de oportunidades para ampliar.

Hay algunas etapas en esta exploración:

1. **Ideación:** desarrolla un concepto para un nuevo producto tradicional/premium que funcione para ti y el mercado en el que elegiste vender
2. **Valora estas ideas:** sácales el máximo partido a ellas y a las oportunidades asociadas
3. **Moviliza los recursos:** recopila y gestiona los recursos que puedas necesitar
4. **Planificación y gestión:** prioriza, organiza y determina las mejores soluciones para hacerlo realidad.



# Creando tu Plan de Negocios... contigo para tu futuro!

Desarrollar un plan de negocios implica pensar estratégicamente sobre tu negocio y hacer un plan para que se lleve a cabo.

En este curso, te ayudamos a desarrollar un plan de negocios simple y práctico que te permita alcanzar tus ambiciones de crecimiento. Construido en torno a herramientas, plantillas y recursos que te ayudarán, como el proceso de pensamiento de diseño, el *Business Model Canvas* y estudios de casos de la vida real, te ayudaremos a articular los objetivos de tu pequeña empresa.



# Lo primero es lo primero, un plan de negocios es...

... un estudio realizado para comprender la viabilidad de un negocio, analizando las operaciones productivas, financieras, de mercado y otros puntos de vista.

En definitiva, es una forma clara y organizada de proyectar los recursos necesarios y los rendimientos esperados para un negocio. Esto reduce los riesgos y las incertidumbres.





# Los resultados... después de completar este módulo habrás:



**Producido e implementado un plan de negocios práctico para generar crecimiento comercial para tu pequeña explotación.**



**Establecido procesos para comunicar el plan de negocios a las partes interesadas importantes para el éxito de tu pequeña empresa.**



**Desarrollado la confianza y la capacidad para adaptar aún más el plan para abordar las necesidades cambiantes del mercado a medida que surgieran.**

# Creación de un plan de negocios para tu pequeña propiedad

## El panorama general primero...

Sí, aquí se habla de negocios, ¡pero interpretemos!



# Los pasos del proceso de planificación estratégica...

1

**Empieza con una visión:** ¿Cómo es el futuro de su minifundio? Refleje su singularidad, sus características distintivas y lo que es capaz de lograr

2

**Define tu modelo de negocio:**  
Un modelo de negocio describe el motor económico que impulsa tu negocio.

3

**Prepárate:** para obtener información sobre el desempeño, el mercado y los competidores de tu pequeña propiedad

4

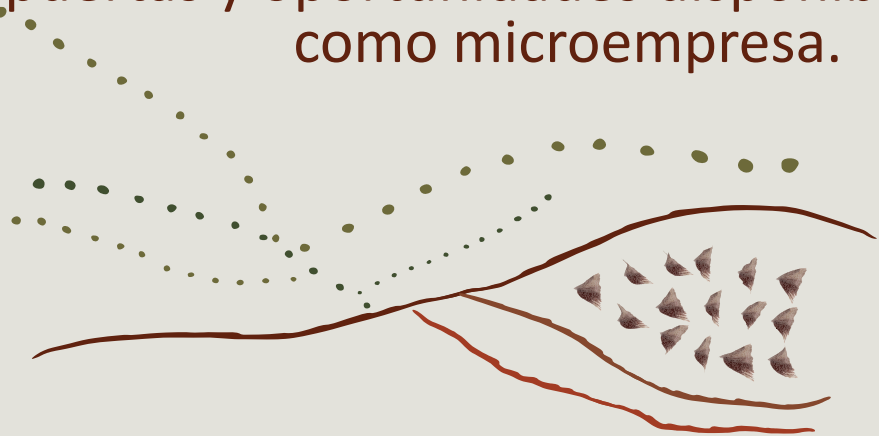
**Ejecuta un Proceso de Planificación Estratégica Eficaz:** debe estar bien pensado y bien planificado

5

Enfócate en “las GRANDES Rocas” y **crea un plan o lienzo de una página ...** continuamente revisa el plan

# Reagrupémonos...

Ha habido mucha discusión hasta ahora sobre la ESTRATEGIA... por favor, no dejes que esta palabra te asuste o te intimide. En última instancia, en este curso **queremos ayudarte a crear y reconocer el valor del trabajo y los productos en los que ya estás involucrado**, pero también queremos mostrarte que el cambio y las adaptaciones pueden ser buenos para ti, la naturaleza y tus clientes. Por ello te animamos a profundizar un poco en esto para que haya mayor potencial de apertura de puertas y oportunidades disponibles para ti como microempresa.



# Un modelo de negocio

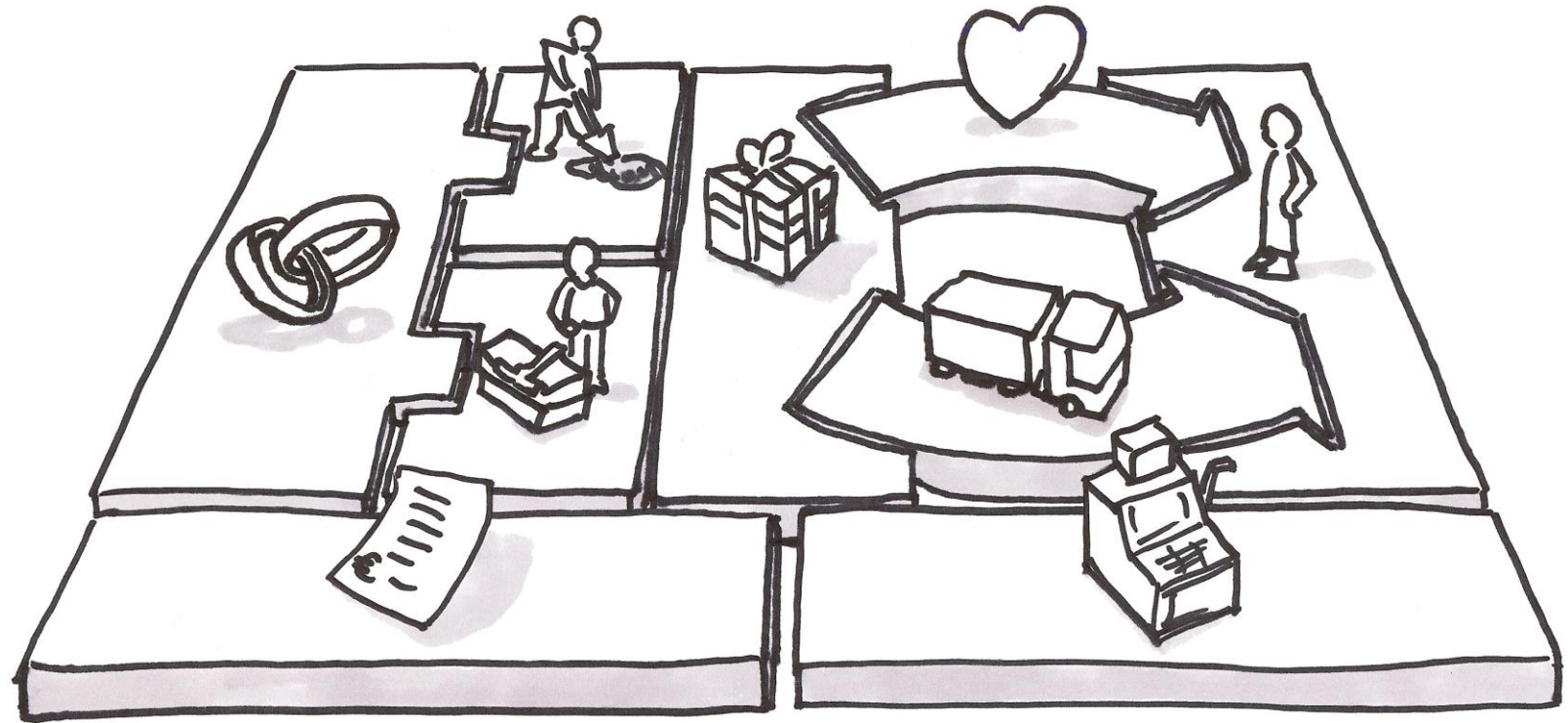
es una herramienta que

consiste en un plan utilizado para

organizar los diversos

recursos y partes

clave de un negocio



# El modelo de negocio...

Un modelo de negocio describe cómo tu pequeña propiedad/empresa **CREA, ENTREGA Y CAPTURA VALOR** en todos los contextos.

Como una microempresa ya establecida, debes esperar que tu modelo de negocio se modifique y se adapte regularmente para satisfacer las necesidades y demandas de los clientes y para reaccionar ante eventos (por ejemplo, el COVID).

**Tu Modelo de Negocio es en esencia la visión de tu negocio**



# Cómo un lienzo de modelo de negocio puede ayudarte...

Un lienzo de modelo de negocio es una herramienta comercial y de marketing que sirve como guía para que los dueños de negocios creen modelos de negocios. Como es un formato simple, ayuda a los dueños de negocios a ver cómo encajan todos los elementos comerciales clave.

La plantilla de lienzo del modelo de negocio está estructurada para ayudar a los dueños de negocios a pensar cómo van a llenar su negocio con clientes, dinero y recursos, todo a la vez. Puede ayudarlo a descubrir qué quiere su público objetivo, cómo planea vender sus productos y/o servicios, e incluso pronosticar cuántos ingresos espera generar cada mes.



# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

Como hemos explorado, el lienzo del modelo de negocio es clave para la planificación empresarial. Es una herramienta comercial esencial que los dueños de negocios deben usar cuando crean planes comerciales o fomentan ideas comerciales. Los dueños de negocios pueden crear un lienzo de modelo de negocio respondiendo las preguntas provistas para cada sección del lienzo a continuación.

**1. SOCIOS CLAVE** – Esta sección debe incluir una lista de todas las demás organizaciones e individuos que deben participar para que el negocio de los pequeños agricultores sea un éxito. Toma nota.

- ¿Quiénes son tus socios clave?
- ¿Quién más tiene interés en el éxito del negocio?
- ¿Cómo contribuyen a su crecimiento?

¿Cómo puede contribuir cada organización/persona? ¿Necesitan ser compensados por sus esfuerzos? ¿Cuánto cuesta?



# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 2. ACTIVIDADES CLAVE

La sección Actividades Clave incluirá una lista de todas las tareas que deben completarse para que funcione el modelo de negocio de tu pequeño productor.

- ¿Qué actividades se requieren para respaldar tu propuesta de valor? Por ejemplo, si deseas producir y vender productos orgánicos, además de tu calendario y tareas de cultivo, incluiría el proceso para obtener la certificación orgánica.
- ¿Qué actividades se requieren para apoyar las relaciones con tus consumidores?
- ¿Qué actividades se requieren para respaldar tus fuentes de ingresos?

# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 3. RECURSOS CLAVE

La sección de Recursos clave debe centrarse en qué tipos de equipos, mano de obra y fondos se necesitan para que este negocio tenga éxito.

- ¿Qué equipo se necesita para iniciar este negocio de pequeña propiedad?
- ¿Qué tipo de mano de obra requiere este pequeño negocio? ¿Tu propio? ¿Con otros?
- ¿Cuánto financiamiento necesitaré para iniciar este pequeño negocio?



# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 4. PROPUESTA DE VALOR

La sección Propuesta de valor detalla lo que tu base de clientes recibirá a cambio de tu dinero y tiempo.

- ¿Qué hace que tu producto u oferta sea único?
- ¿Qué valor aporta en comparación con otras empresas similares de pequeños agricultores?
- ¿Cuáles son los diferentes beneficios que tu pequeña empresa agrícola ofrece a tus clientes?
- ¿Cómo podrás diferenciarte de otras marcas o productos en el mercado?

# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 5. RELACIONES DEL CLIENTE

La sección Relaciones con el cliente debe incluir todas las formas en que planeas comunicarse con tus consumidores, incluidas las redes sociales para ayudar a promocionar tu oferta.

- ¿Cómo te comunicarás con los consumidores a lo largo del recorrido del comprador?
- ¿Cuál es la mejor manera de comercializar tu negocio de pequeños agricultores?
- ¿Qué plataformas de redes sociales utilizas?

# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 6. CANALES DE DISTRIBUCION

La sección Canales de distribución trata sobre cómo se venderá el producto.

- ¿Cuáles son los mejores canales de venta para llegar a tu público objetivo?
- ¿Cómo se integran estos canales?
- ¿Qué canales funcionan mejor?
- ¿Qué canales son los más rentables?

# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 7. CLIENTES POTENCIALES

Esta sección incluye una lista de todos los clientes potenciales dentro de tu grupo objetivo.

- ¿Cómo identifico mis segmentos de clientes?
- ¿Cuáles son sus datos demográficos?
- ¿En qué áreas geográficas se ofrecerá este producto de pequeños agricultores?
- ¿Por qué estos grupos en particular me comprarían a mí en lugar de otros que venden productos similares a los míos?

# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 8. ESTRUCTURA DE COSTO

La sección Estructura de costos es una lista de todo lo que necesitarás invertir para administrar tu negocio de pequeños propietarios con éxito.

- ¿Cuáles son los diferentes costos asociados con iniciar y operar este negocio?
- ¿Cuánto dinero necesito por adelantado?
- ¿Qué recursos puedo proveerme sin tener ningún gasto adicional?

Por ejemplo, si estás creando un negocio que venderás online, es importante incluir cosas como los costos de alojamiento o las tarifas de diseño del sitio web. Si tu inicio requiere productos físicos, entonces deberás tener en cuenta los costos de materiales y mano de obra en esta sección del lienzo.

# Cómo crear un modelo de lienzo para tu empresa

## 9. FUENTES DE INGRESOS

La sección Fuentes de ingresos es una lista de todas las formas en que planeas ganar dinero con tu negocio de pequeños propietarios.

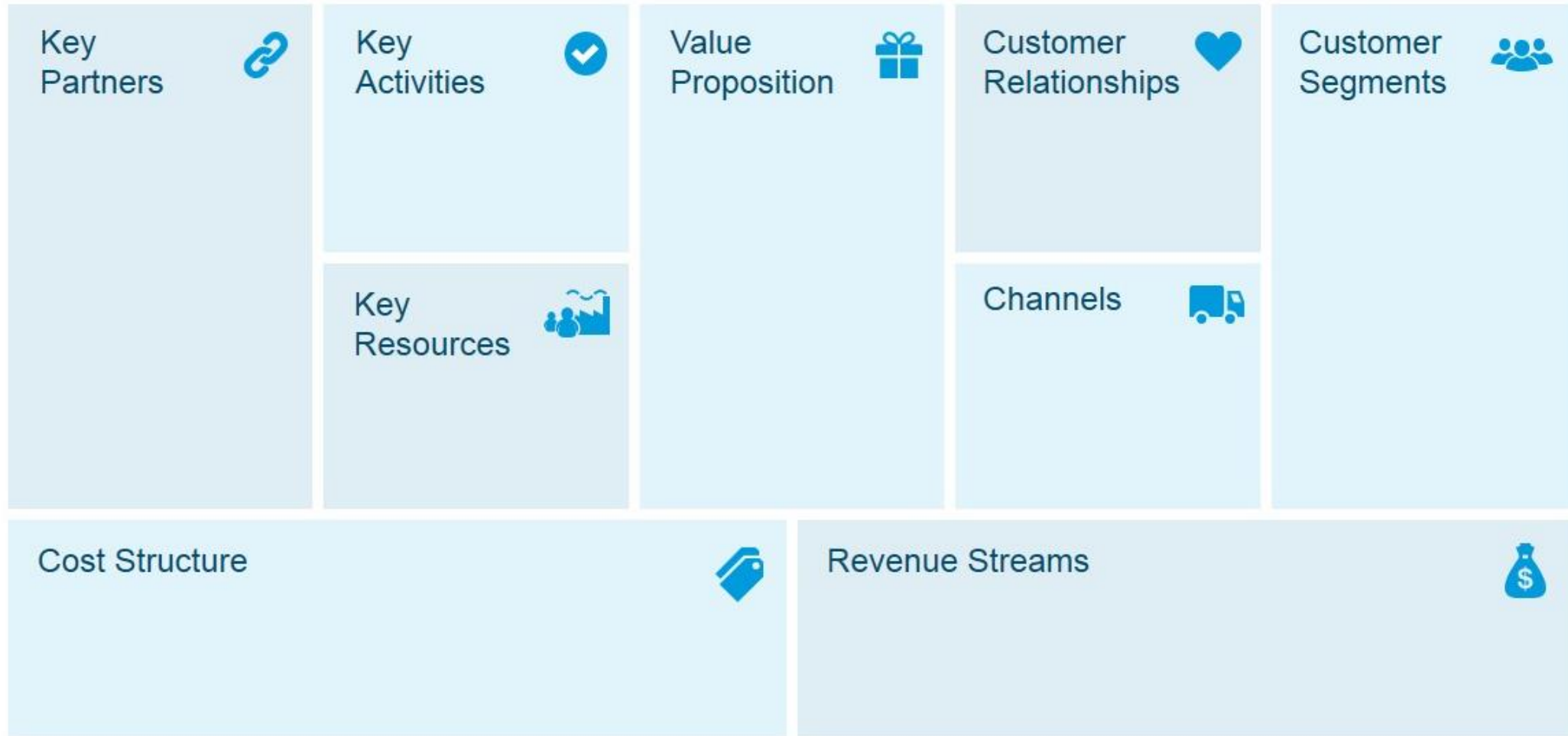
- ¿Cuáles son mis diferentes fuentes de ingresos?
- ¿Cuánto dinero puedo ganar con cada uno?
- ¿Qué recursos puedo proporcionar sin tener costos o gastos adicionales asociados a ellos?

Por ejemplo, si estás vendiendo un producto, entonces tu fuente de ingresos sería el precio de cada unidad vendida, entonces es importante enumerar todos los clientes potenciales aquí para que tengas claro exactamente qué pagarás por esto y cuánto dinero te proporcionarán potencialmente.



# EJERCICIO: Crea un modelo de lienzo para tu empresa

Usa nuestra plantilla editable para juntar todas las secciones. Recuerda que tiene que ser conciso y muy claro.

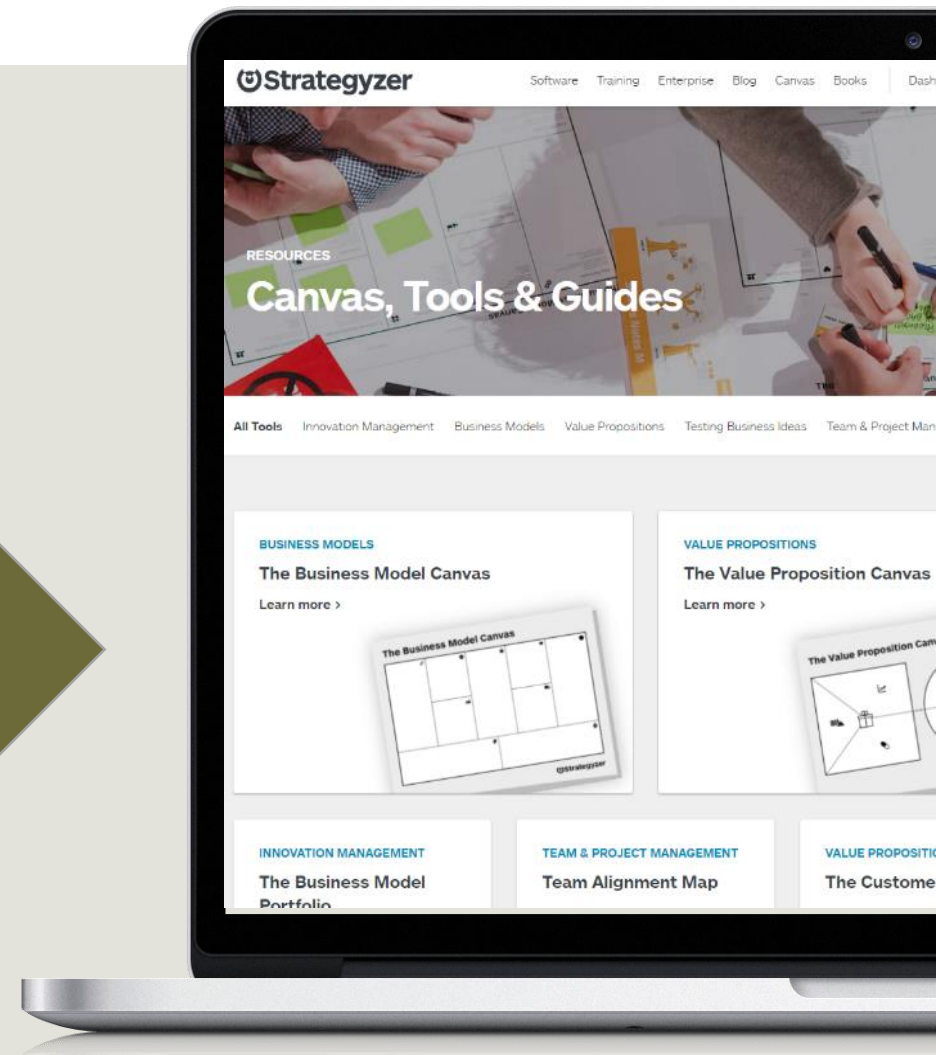


Aquí hay algunos recursos útiles y fáciles de usar para ayudarte en este viaje...

Strategyzer es una plataforma completa de varios métodos, herramientas y plantillas para capturar el enfoque de tu modelo de negocio.

Accede a contenidos gratuitos a través de este enlace

<https://www.strategyzer.com/resources/canvas-tools-guides>



# El modelo de lienzo de empresa Strategyzer. Su definición:

Un modelo de negocio describe la lógica de cómo una empresa **crea, entrega y captura valor**.

Se puede describir a través de **9 bloques de construcción**:

- Segmentos de clientes
- Propuestas de valor
- Canales
- Relaciones del cliente
- Flujos de ingresos
- Recursos clave
- Actividades clave
- Asociaciones clave
- Estructura de costo



# Lo que has aprendido hasta ahora...

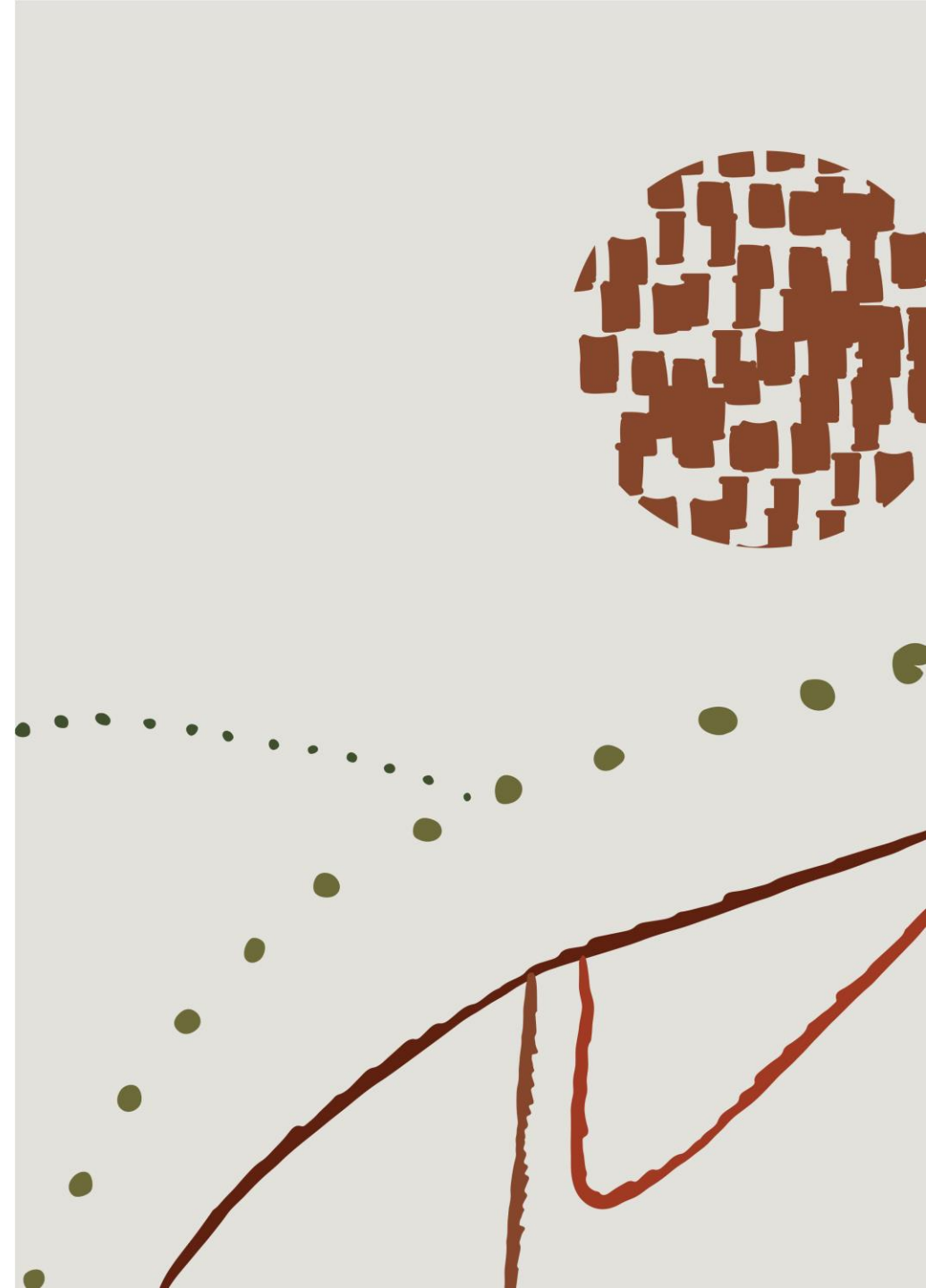
## Un modelo de negocio efectivo te ayuda a descubrir elementos tales como:

- Tu concepto de negocio
- ¿Qué problema estás resolviendo y para quién?
- ¿Cómo llegará a los clientes el producto de tu pequeño productor?
- ¿Cómo se mantendrá competitiva tu empresa?
- Todos los ingresos y costos que puedes anticipar.



05

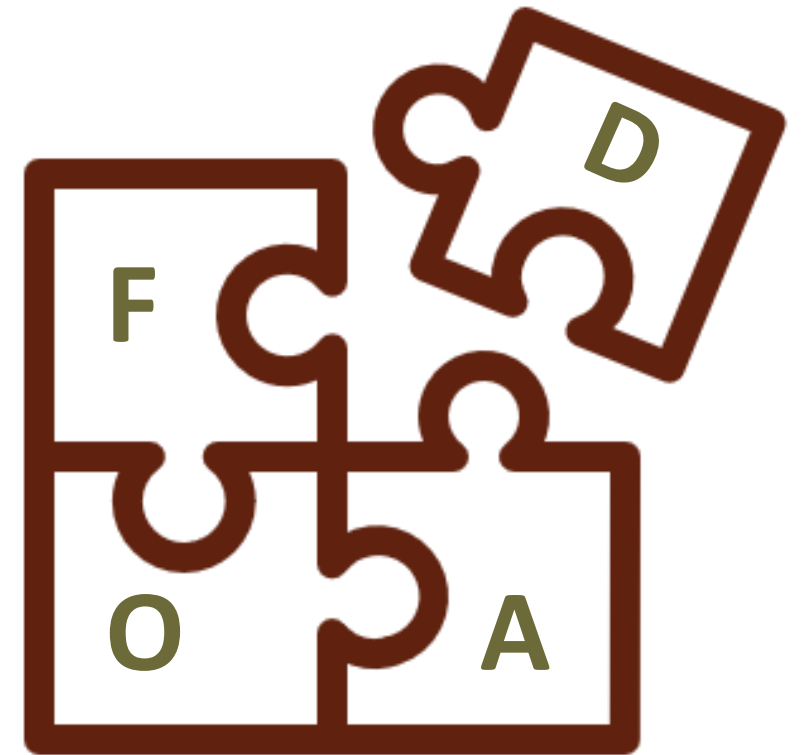
FORTALEZAS,  
DEBILIDADES,  
OPORTUNIDADES Y  
AMENAZAS



# Reconocemos la oportunidad y podemos identificar a nuestro cliente, ¿qué sigue?

Ahora sabes que un modelo comercial es un plan para el funcionamiento exitoso de tu pequeña empresa, mediante la identificación de **fuentes de ingresos, la base de clientes prevista, los productos y los detalles de la financiación.**

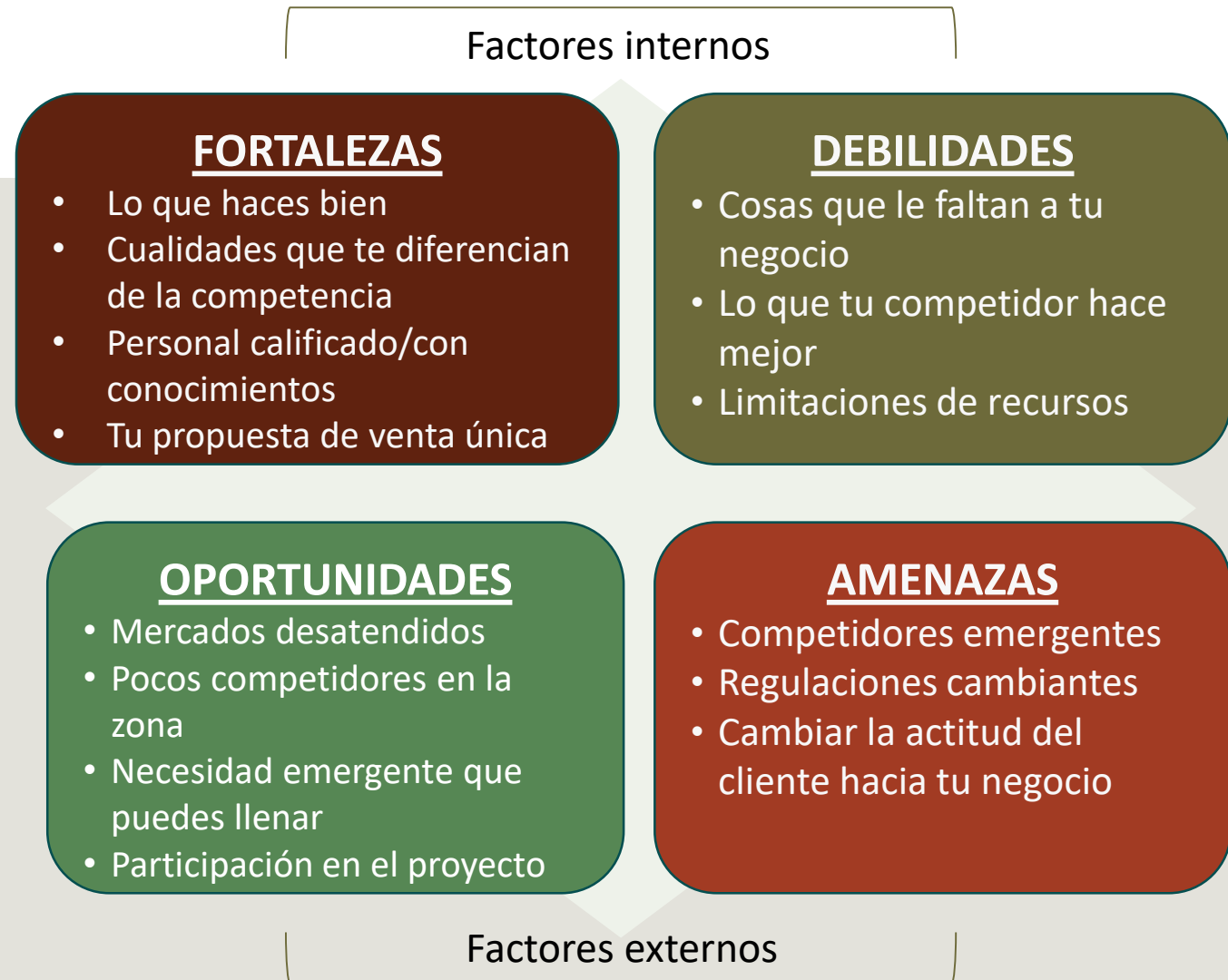
Un componente clave de nuestro modelo comercial incluye las fortalezas y desafíos de tu negocio. Estos los podemos obtener realizando un **análisis FODA.**



# Análisis FODA

Un análisis **FODA** es un marco simple, pero poderoso, para aprovechar las **Fortalezas** de cualquier negocio o proyecto, mejorar las **Debilidades**, minimizar las **Amenazas** y aprovechar al máximo las **Oportunidades**.

El análisis FODA es un proceso en el que puedes identificar los factores internos y externos que afectarán el desempeño futuro de tus pequeñas explotaciones o proyectos.

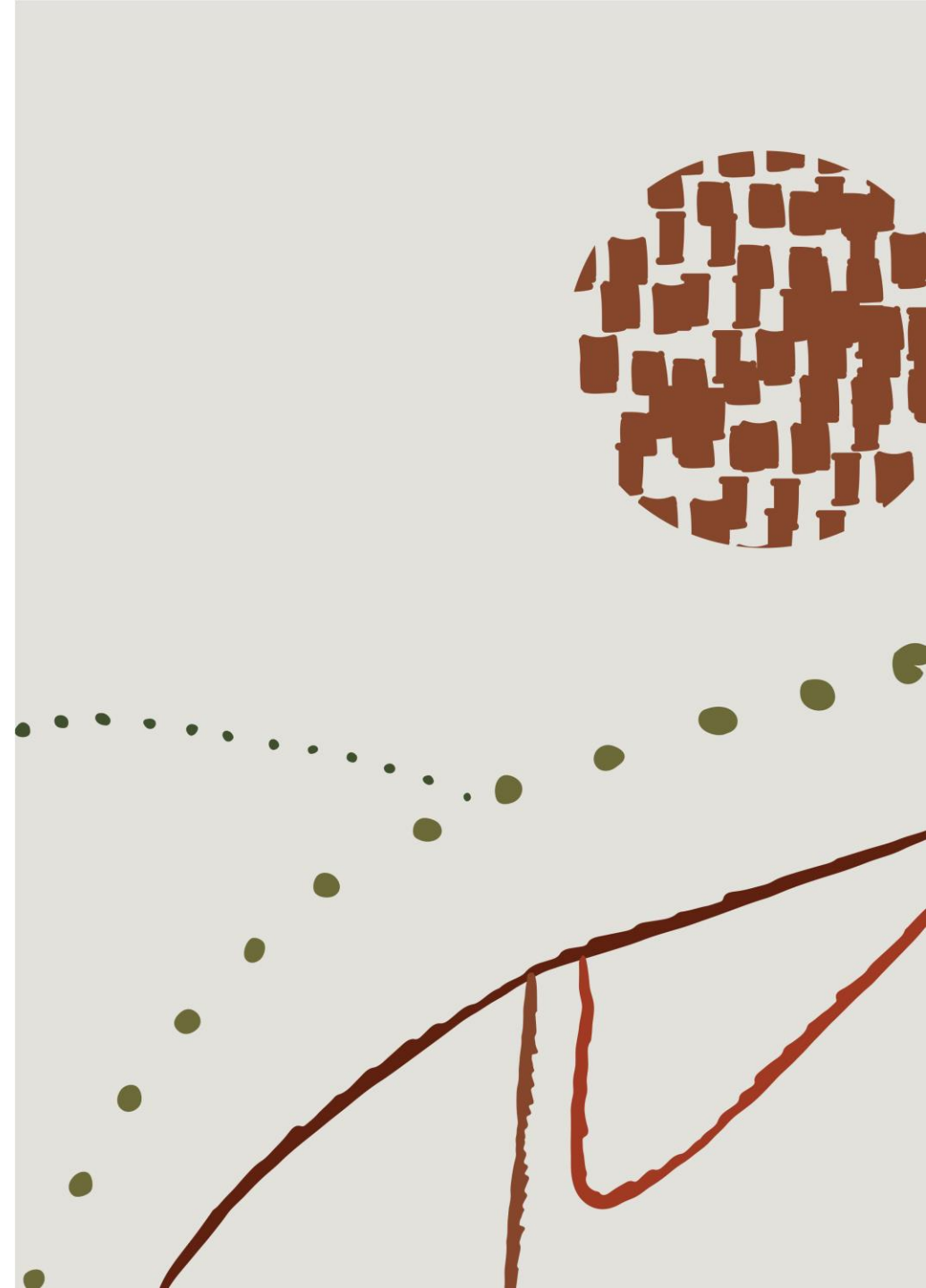


# Fortalezas:

Esto se refiere a las áreas internas de tu minifundio. Examinar estas áreas te ayuda a comprender lo que va a funcionar. Luego puedes usar las técnicas que sabes que funcionan (tus puntos fuertes) en otras áreas que podrían necesitar apoyo adicional, como mejorar tus procesos de cultivo, etc.

**Al analizar las fortalezas de tu minifundio, hazte las siguientes preguntas:**

- ¿Qué hacemos bien? O, mejor aún: ¿Qué hacemos mejor?
- ¿Qué tiene de especial nuestra granja o producto?
- ¿Qué le gusta a nuestro cliente objetivo de nosotros?
- ¿Qué características superan a nuestros competidores?



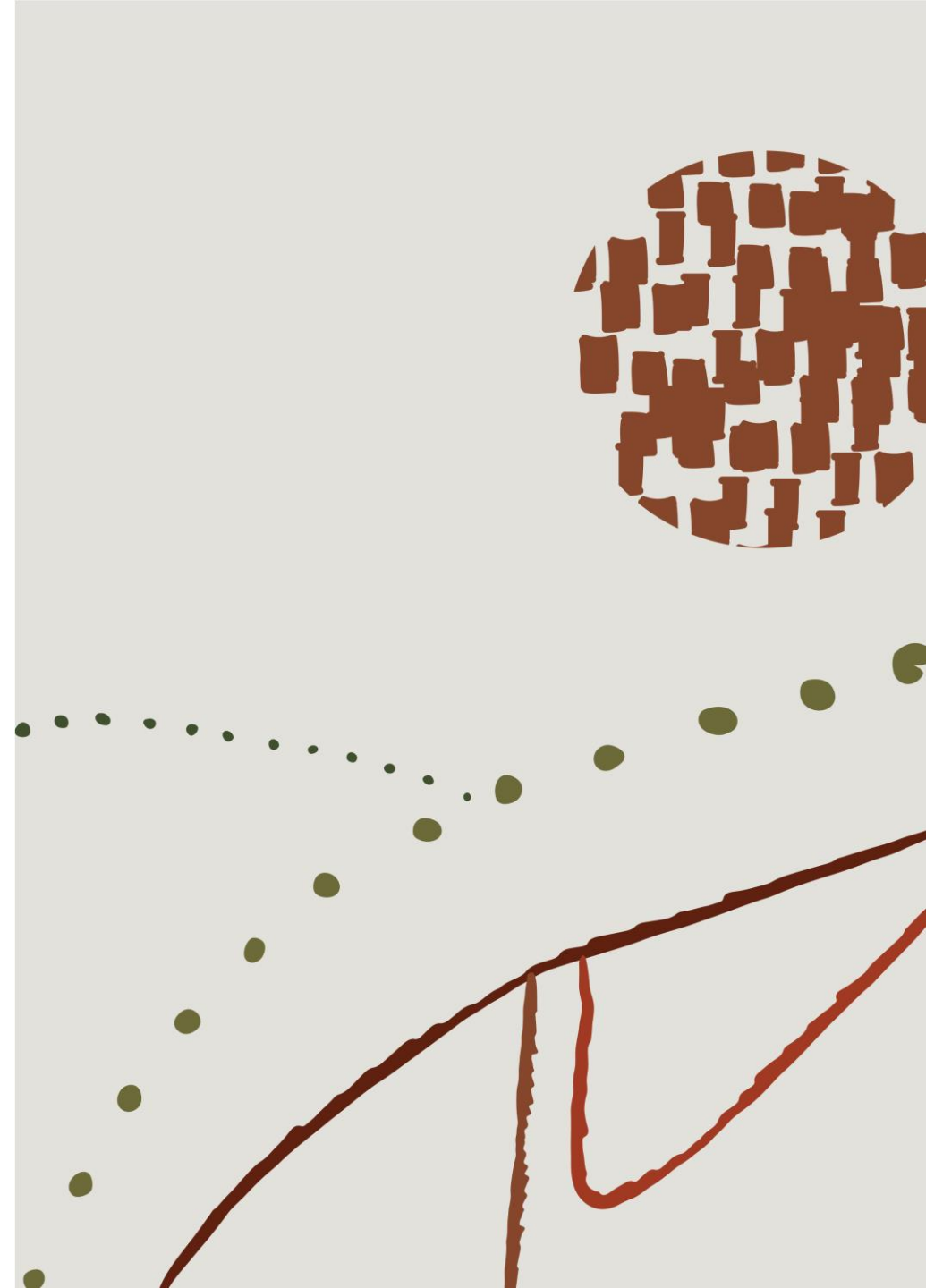


# Debilidades:

Esto se refiere a las áreas internas que tienen un bajo rendimiento. Es una buena idea analizar tus fortalezas antes que tus debilidades para crear la línea de base del éxito y el fracaso. Identificar las debilidades internas proporciona un punto de partida para mejorar esas áreas.

## Identifica las debilidades de la finca preguntando:

- ¿Qué iniciativas tienen un bajo rendimiento y por qué?
- ¿Qué se puede mejorar?
- ¿Qué recursos podrían mejorar nuestro desempeño?
- ¿Cómo nos posicionamos frente a nuestros competidores?

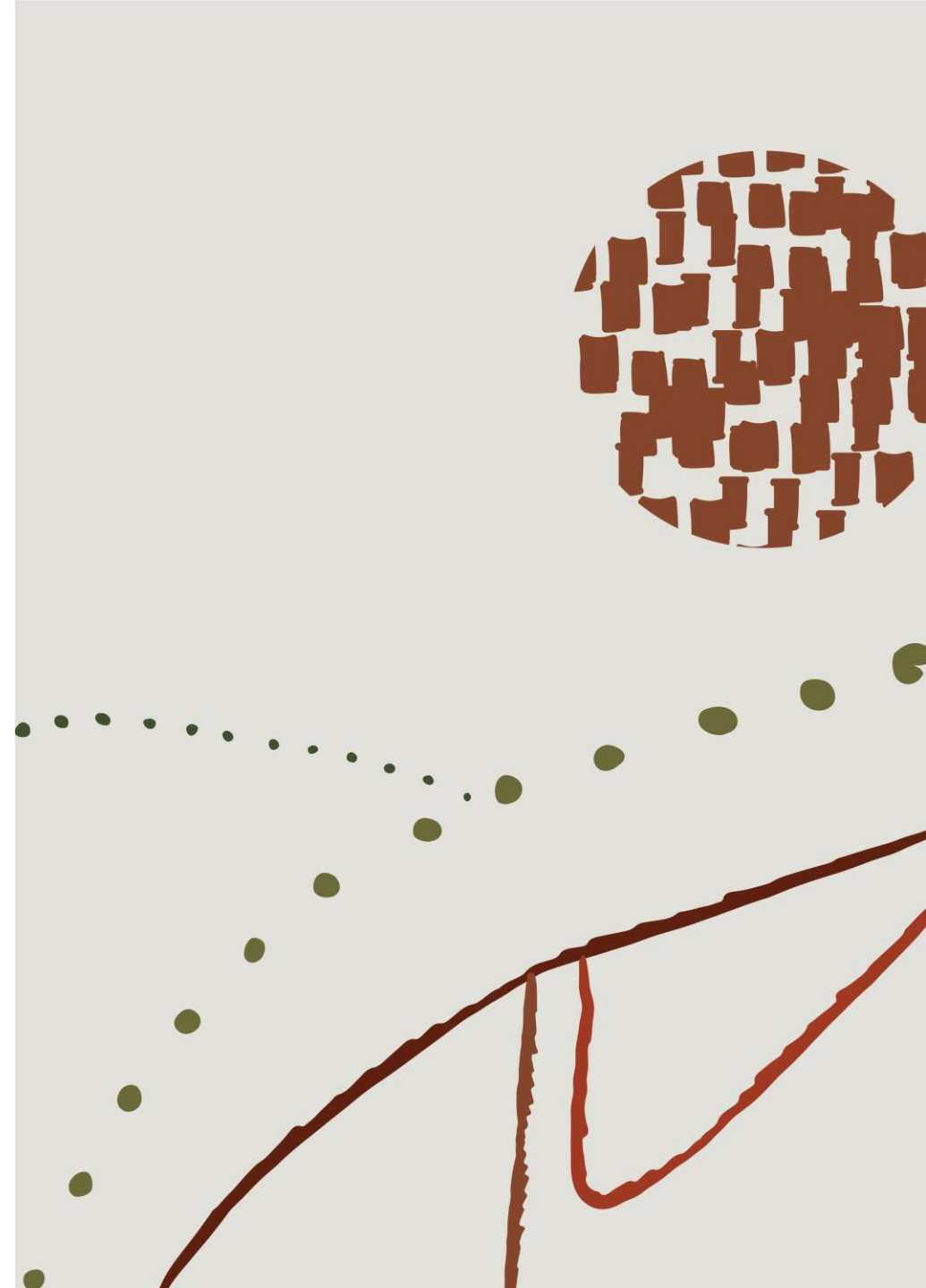


# Oportunidades:

Las oportunidades en FODA resultan de tus fortalezas y debilidades existentes, junto con cualquier oportunidad externa que te colocará en una mejor posición competitiva. Estos podrían ser cualquier cosa del mercado que te gustaría mejorar o áreas que no se identificaron en las dos primeras fases de tu análisis.

**Dado que hay muchas maneras de crear oportunidades, es útil hacer estas preguntas antes de comenzar:**

- ¿Qué oportunidades surgen en mi mercado local?
- ¿Hay brechas de mercado en nuestros servicios?
- ¿Cuáles son nuestros objetivos comerciales para el año?
- ¿Qué ofrecen nuestros competidores?

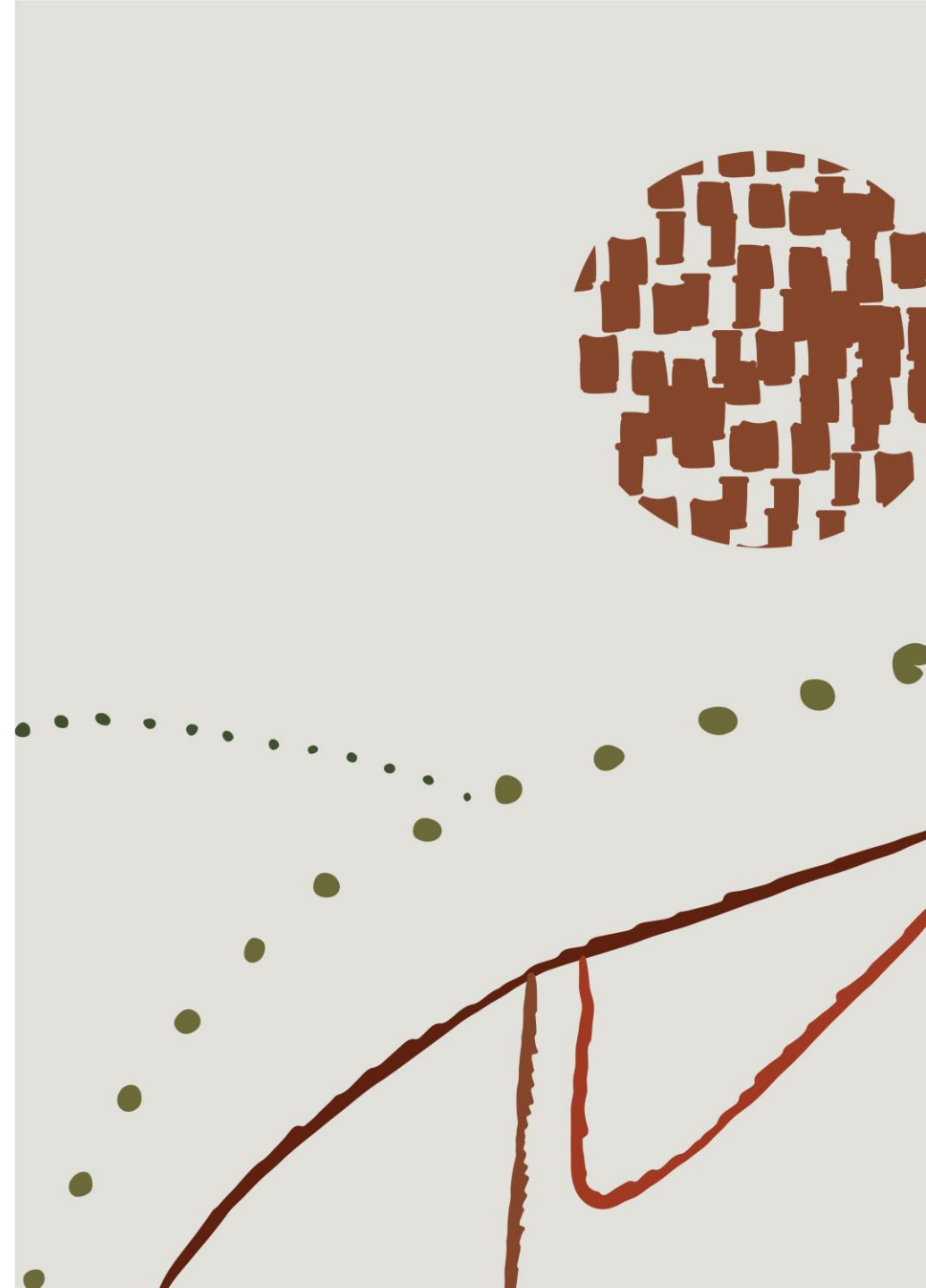


# Amenazas:

Las amenazas en FODA son áreas con el potencial de causar problemas. A diferencia de las debilidades, las amenazas son externas y están fuera de tu control. Esto puede incluir cualquier cosa, desde una pandemia global hasta un cambio en el panorama competitivo.

## **Aquí hay algunas preguntas que debes hacerte para identificar amenazas externas:**

- ¿Qué cambios en el sector agroalimentario son motivo de preocupación?
- ¿Qué nuevas tendencias de mercado se vislumbran en el horizonte?
- ¿Dónde nos están superando nuestros competidores?



# Ahora puedes profundizar en...

- **Tu concepto de negocio** – Promoción de tu minifundio de manera sostenible y restauración del patrimonio culinario y cultural a través de la protección de especies y técnicas agrícolas tradicionales.
- **¿Qué problema estás resolviendo y para quién?**– Cubrir una necesidad de alimentos de bajo kilometraje en la región. Prevenir la pérdida de nuestro patrimonio cultural. (Para la comunidad local) Aumentar y agregar valor a los ingresos de productos primarios. (Para ti y tu familia)
- **¿Cómo vas a crear valor para el cliente?** – Mantener vivas varias especies, razas y variedades y contar la historia de nuestro patrimonio a través de una oferta diversa de productos.
- **¿Cómo llegará tu producto o servicio a los clientes?** – Ventas directas o a través de cooperativas locales y desarrollando alianzas dentro del sector.
- **¿Cómo se mantendrá competitiva tu empresa?** Innovando y diversificando constantemente tu oferta de productos y la forma en que atiende al mercado
- **Todos los ingresos y costos que puede anticipar.** Cómo puedes aumentar los ingresos al reposicionar tu producto para un mercado premium



# Uniando tu PLAN DE NEGOCIOS...

Como se mencionó anteriormente, un plan de negocios es un documento escrito que describe su negocio, en términos de objetivos, estrategias, ventas, marketing y finanzas.

Un plan de negocios te ayuda a:

- aclara tu idea de negocio
- detectar problemas potenciales
- establece tus metas
- mide tu progreso

Necesitarás un plan de negocios si deseas asegurar una inversión o un préstamo bancario. También puedes ayudar a convencer a los proveedores y posibles partes interesadas para que te apoyen.

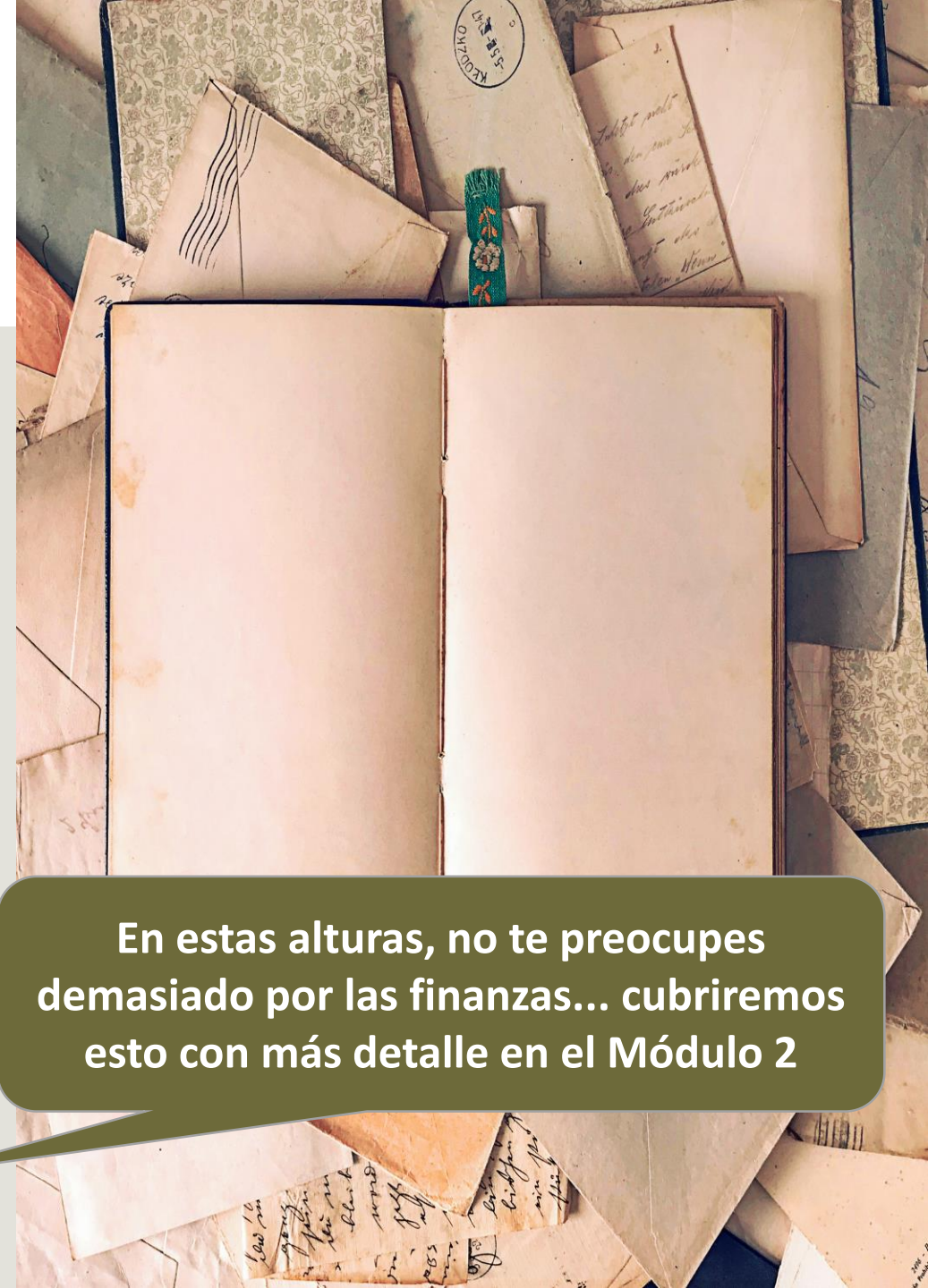


# Escribiendo tu PLAN DE NEGOCIOS...

Los siguientes documentos son plantillas de planes de negocios en blanco y ayudas que puedes descargar, editar, imprimir y completar para ayudarte a comenzar tu viaje de crecimiento o desarrollo...

- [Plantilla de plan de negocios de Enterprise Ireland](#)
- [Plantilla de plan de negocios con ayudas útiles](#)
- [Guía Teagasc paso a paso para hacer las figuras](#)

¡Ha llegado el momento de hacer tu primer intento de escribir tu plan de negocios y reunir todo tu trabajo hasta el momento en un solo documento!



En estas alturas, no te preocupes demasiado por las finanzas... cubriremos esto con más detalle en el Módulo 2

# ¡¡¡Bien hecho!!!

Has completado el modulo 1. No era fácil y hemos cubierto muchos temas los cuales puede que no estés familiarizado. Empezar es siempre el paso más complicado.

Sigue así y ve al módulo 2 dónde discutimos **Evaluar y mejorar tu educación financiera**



[www.small-holders.eu](http://www.small-holders.eu)

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union