

COMERCIALIZADORAS DE "FRUVER": UN AGRONEGOCIO PRODUCTIVO



Gustavo E. Jaller G. I.F. MS
Administración de Empresas
Agropecuarias

Introducción



- **Antecedentes**
- **La revolución verde**
 1. **Impulso a la productividad**
 2. **Promoción a la creación de nuevas variedades**
 3. **Utilización intensiva a la aplicación de riego**
 4. **Aplicación agroquímica**
 - **Fertilizantes**
 - **Fungicidas**
 - **Plaguicidas:**

Nuevos Enfoques



- **La globalización: Hizo al mundo pequeño**
- **Nuevos mercados**
- **Cambios en la mentalidad del consumidor**
- **Producción de subsistencia**
- **Cambios en la demanda**
- **Producción para la generación de riqueza y excedentes**
- **Diferencia producto físico Vs. servicio**
- **La agricultura orgánica: servicio de salud sano**

La reflexión:

- **La revolución verde:**
- **Sistema 1. Produccionista**
- **El nuevo enfoque:**
- **Sistema 2. Empresarial: Los agronegocios con un:**
 - **Enfoque integrado**
 - **Orientado al consumidor (cliente)**
 - **Satisfacción al cliente**
 - **Cadenas productivas (Eslabón de la cadena)**
 - **Competitividad (Eficiencia  Costos)**

Objetivos de la presentación

- **Dar a conocer la organización de una empresa mediana de frutas y verduras (“FRUVER”)**
- **Motivar a la audiencia para que piense en un nuevo negocio no para la venta de un producto, sino de un servicio, llamado: Salud**



Generalidades “FRUVER”

Tipos de negocios:

- ❑ **Procesadora interna de FRUVER**
- ❑ **Procesadora externa de FRUVER**

El agronegocio=Concesión

LA EMPRESA FRUVER:

- **Características**
 - **Organización propia y particular**
 - **Gerencia bajo su responsabilidad**
 - **Ejecuta los procesos desde la compra hasta la venta del servicio FRUVER**
 - **Es de orden contractual a término**

Organización por procesos

- Estructura organizacional
- Junta de socios
- Auditor fiscal
 - ◆ Gerencia General
 - ★ Administración
 - ★ Producción
 - ★ Comercialización
 - ★ Ventas

Estructura organizacional

Nombre de la Empresa o Agronegocio



Administración

El área de Administración es el apoyo sistemizado y oportuno para todas las operaciones de la empresa

Personal

Nómina-bienestar-kardex-capacitación--
reuniones-salarios y prestaciones-fondos
de empleados-seguridad industrial-
transportadores

Contabilidad Presupuesto

Registros-informes financieros-informes
especiales-proyecciones-inventarios

Tesorería

Registros-facturas de compra- facturas de
venta-pagos-cartera

Servcios Genarales

Aseo-mantenimiento-conservación de áreas

Almacén

Materiales y suministros-dotación

Comercialización

La palabra *marketing* (comercialización) proviene del vocablo inglés market (mercado) que representa un grupo de vendedores y compradores deseosos de intercambiar bienes y/o servicios por algo de valor

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado.

Más sobre la Comercialización

Las funciones

El intercambio suele implicar compra y venta. La función de **compra** significa buscar y evaluar bienes y servicios de calidad. La función **venta** requiere promover el producto

La función de **transporte** se refiere a trasladar

La función de **almacenamiento** implicar guardar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad

Estandarizar y clasificar incluyen ordenar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad

La **financiación** provee el efectivo y crédito necesarios para operar.(Producir, vender, comprar, almacenar. . .)

La toma de **riesgos** entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización

¿Quién ejecuta las funciones de la comercialización

Los productores, consumidores y los especialistas en comercialización

Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar las funciones de comercialización. Las funciones se pueden desplazar y compartir

Ventas

Las ventas son vitales, no sólo hoy sino a través de la historia económica y en el futuro, debido a una cuestión simple: si no hay ventas, no hay utilidades, no hay rendimientos para el inversionista, no hay salario ni empleo, es decir, no hay nada. Toda empresa, con ánimo de lucro, vive de lo que vende, ya sea una multinacional o un pequeño productor.

- Investigacion de mercados
- Planes de ventas
- Investigación precios del mercado mayoritario-Listas de precios
- Canasta familiar
- Conflictos ventas Vs. Compras y producción-: calidad-inventarios
- Tipos de clientes
- Puntos de venta fijo
- Fuerza de ventas
- Ventas directas en planta
- Devoluciones y aprovechamientos

Producción

Selección

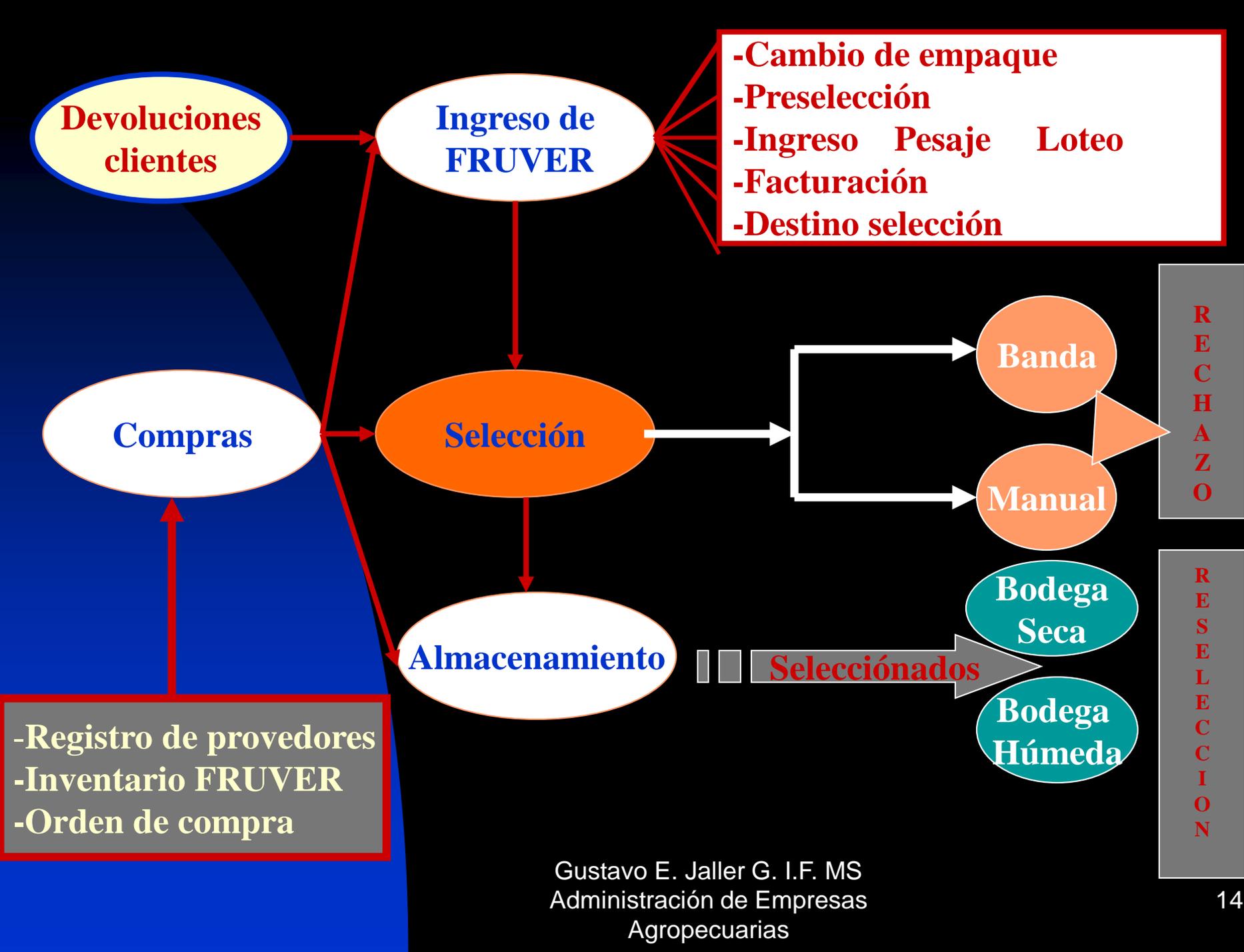
**Ingreso de
FRUVER**

**Procesamiento
Agroindustrial FRUVER**

Almacenamiento

Despacho

El procesamiento de los FRUVER está ligado con la perescibilidad del producto y con Ud. como empleado o empresario: si el producto perece, y Ud. lo hará con el



Transporte: Inocuidad e integridad de los FRUVER

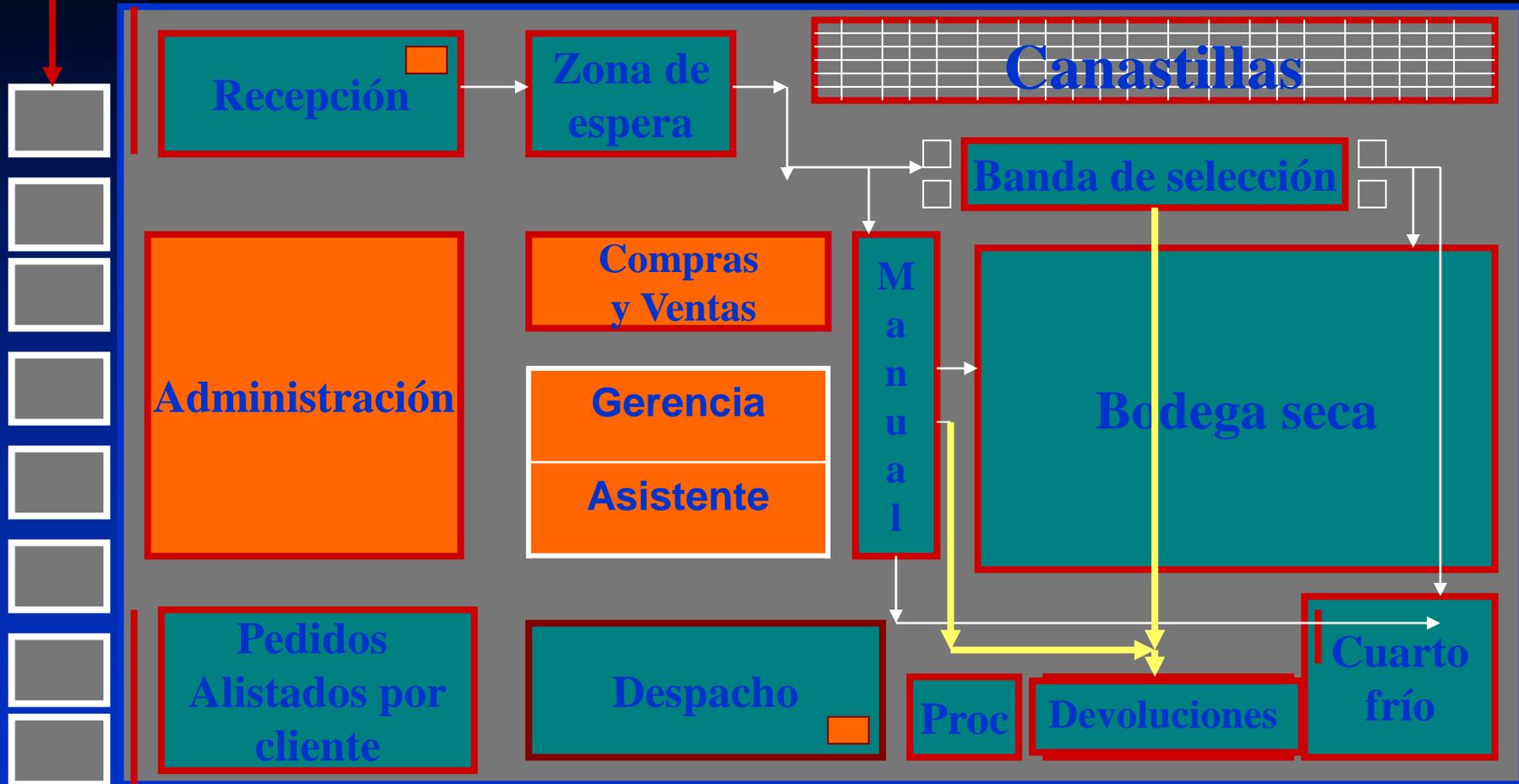
Despacho



- Recepción y preparación de pedidos y logística
- Retiro de productos ((Bodegas seca y húmeda, prioridad secuencial))
- Pesaje de productos
- Facturación simultánea
- Ubicación en área según clientes (Láminas)
- Verificación de pedidos
- Conteo de canastillas o empaques
- Cargue de vehículos
- Conteo de canastillas por vehículo
- Salida de vehículos y organización de bodegas
- Controles: Cerrados de vehículos, ruta, horario, de salida y verificación de llegada
- Regreso de vehículos
- Entrega de devoluciones y nuevos pedidos
- Lavado de vehículos

Zona de parqueo

La planta FRUVER



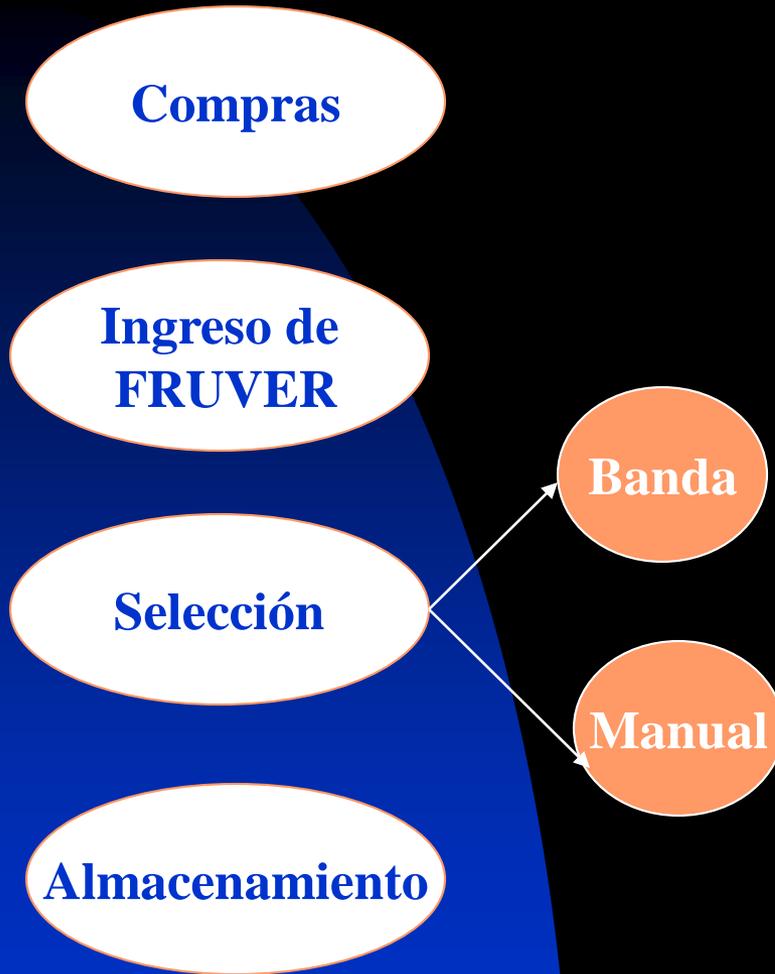
Balanzas

Desperdicios

Lavadero de Canatillas

Gustavo E. Jaller G. I.F. MS
Administración de Empresas
Agropecuarias

CALIDAD TOTAL



C
A
L
I
D
A
D

Conceptos:

1. Inspección al producto
2. Calidad total, a la empresa
 - Satisfacción al cliente
 - Mejora continua
 - Compromiso de todos
 - Gestión por proceso
 - **OPINION:**

La calidad no está en el producto (objeto) está en en el interior de las personas porque Ud. Es quien Selecciona entre lo óptimo y lo peor

El agronegocio FRUVER: Más allá de lo contractual

INTEGRACION COMERCIAL

**A
L
I
A
N
Z
A
S**

**CLIENTES
FRUVER**

- ✓ Aceptación mutua
- ✓ Incorporar la comercializadora a su estructura
- ✓ Facilitar la operación
- ✓ Integrar al personal FRUVER
- ✓ Oportunidad en los pagos

**COMERCIALIZADORA
FRUVER**

- ✓ Calidad y oportunidad en los suministros
- ✓ Honorabilidad y credibilidad en la operación
- ✓ Desarrollar pertinencia
- ✓ Integrar al personal cliente
- ✓ Oportunidad en los pagos

**PROVEEDORES
FRUVER**

- ✓ Calidad en los productos
- ✓ Oportunidad en las entregas
- ✓ Seriedad comercial
- ✓ Organización y administración adecuadas
- ✓ Trabajo de campo creíble

El agronegocio FRUVER: Más allá de lo contractual

INTEGRACION DE SERVICIOS









RECONOCIMIENTOS BIBLIOGRAFICOS

Comercialización: Sistemas y Organizaciones - Monografía.com

Comercialización. Sistemas y Organizaciones. ¿ QUE ES LA **COMERCIALIZACION** ? ...

Como se relaciona la **comercialización** con la producción. ...

www.monografías.com/trabajos/ comercializa/comercializa.shtml - 101k - 4 Mar 2005 - - [Páginas similares](#)

InfoAserca: Información de Apoyos y Servicios a la ...

Instrumento para el impulso a la **comercialización** de la producción agropecuaria en beneficio de los productores del campo. Órgano ...

www.infoaserca.gob.mx/ - 20k - 4 Mar 2005 - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

“Manual Para la Preparación y Venta de Frutas y Hortalizas Del campo al mercado”

Departamento de Agricultura FAO

Andrés F. López Camelo

Ph.D.

INTA E.E.A. Balcarce

Balcarce, Argentina