Región Cusco

Región Apurímac

Región Puno

Suyana Fundación

PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE CAPACIDADES NEGOCIADORAS DE JÓVENES

Producción de Lacteos
OECA Limanqui, Huanipaca 2014

Emprendimiento Escolar
IES Cc. Pacaje 2016

Emprendimiento Escolar
IES Hnos. Ayar Paruro 2019

POSCOSECHA Y CONTROL DE CALIDAD COMERCIAL

NIVEL INICIAL

CURSO: EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO

3º Secundaria

“Sembremos para un mundo mejor”

PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE CAPACIDADES NEGOCIADORAS DE JÓVENES

Suyana Fundación

POSCOSECHA Y CONTROL DE CALIDAD COMERCIAL

NIVEL INICIAL

CURSO: EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO

3º Secundaria

“Sembremos para un mundo mejor”

TÍTULO: POSCOSECHA Y CONTROL DE CALIDAD COMERCIAL
Nivel Inicial

Autor - Editor:
Fundación Suyana
RUC: 20478085967
Urb. Santa María L-17, San Sebastián

Revisión y Corrección:
Lic. Alberto Arango De La Torre

Adecuación y Revisión:
Ing. Ilich Céspedes Alarcón
Lic. José Abel Condori Caucha

Segunda Edición - Mayo 2021:
500 ejemplares

Fotografías:
Archivos de Fundación Suyana.

Página Web: www.suyana.org

E-mail: info@suyana.org

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2021-04839.

Impresión:
Se terminó de imprimir en Mayo del 2021 en:
Danny's Graff E.I.R.L Calle Quera 238 - Telf.: 084 240932
Cusco - Perú.

PRESENTACIÓN

En estos tiempos de COVID, no podemos dejar de aprender, Fundación Suyana y los gobiernos locales en estos años de intervención apoyan la política y currícula educativa, orientando metodologías al área rural y fortalecer los conocimientos teóricos-prácticos para los jóvenes de las regiones de Apurímac – Cusco –Puno.

El material que se presenta en esta guía es para ayudar al docente a cumplir sus metas y motivar a los jóvenes emprendedores en las comunidades rurales desarrollando competencias para el emprendimiento en el marco del curso de Educación para el Trabajo, a fin de asegurar en los estudiantes la capacidad para elegir con libertad y autonomía su futuro laboral y profesional, para ello toma en cuenta el marco curricular nacional, que se encarga del acompañamiento socio afectivo y cognitivo de los estudiantes, dentro del marco formativo y preventivo, con el objetivo de potenciar su desarrollo humano.

Esta guía de capacitación ha sido diseñada a partir de las experiencias pedagógicas y prácticas, con el fin de lograr un cambio de actitud en los jóvenes, referente a su situación en tiempos de crisis y su participación dentro de la sociedad, con un aporte a la comunidad y su autoestima. Los temas que se describen responden a una valoración de los problemas comunales y a la incertidumbre que presentan en los jóvenes estudiantes, buscando una reflexión histórica social y una ubicación de su rol frente a los cambios políticos, económicos y socioculturales.

Fundación Suyana pretende que este material sea comprendido y aplicado en actividades cotidianas, captando el mensaje, promoviendo la reflexión y sensibilización ante los hechos climatológicos, de salubridad y socioeconómicos para reaccionar de forma positiva.

Deseamos que este texto llegue a manos de jóvenes, docentes y líderes comunales, quienes podrán reconocer la importancia del liderazgo, la economía; descubriendo, orientando, renovando y reforzando sus conocimientos y técnicas de negociaciones campesinas en los mercados urbanos.

Ursula Kuhn
Presidenta
FUNDACIÓN SUYANA MUNDIAL

CURSO: POSCOSECHA Y CONTROL DE CALIDAD COMERCIAL

Este curso ayuda a la implantación de programas, mecanismos, herramientas y/o técnicas en una empresa para la mejora de calidad de sus productos, servicios y productividad.

NIVEL 1 INICIAL

Los participantes:

Conocen mecanismos, herramientas y/o técnicas para la mejora y control de calidad de productos, servicios y productividad.

1.1. Objetivo

Partiendo de la base productiva local, capacitar y desarrollar en los participantes, conocimientos y prácticas de control de calidad de productos agropecuarios y artesanales que permitan mercadear y enfrentar a la competencia en condiciones iguales de calidad, higiene, garantía y precio de los productos, mejorando los ingresos familiares y comunales.

1.2. Productos Esperados:

Al finalizar el curso los participantes:

- ✓ Conocen conceptos elementales sobre control de calidad comercial en el acopio, higiene en el mercadeo, mercadeo y ventas.
- ✓ Conocen estrategias y plan de control de calidad.
- ✓ Aplican y desarrollar programas, herramientas y/o técnicas para la mejora del control de calidad.

1.3. Contenido programático:

Módulo 1.
Introducción al control de calidad comercial.

Módulo 2.
Control de calidad en el acopio, almacenamiento y distribución

Módulo 3.
Control de calidad e higiene en el mercadeo.

Módulo 4.
Control de calidad en el mercadeo y ventas.

Módulo 5.
Estrategias y plan de control de calidad.

Módulo 6.
Intercambio de experiencias.

MÓDULO 1.

INTRODUCCIÓN AL CONTROL DE CALIDAD COMERCIAL

1. ¿Qué producimos en la comunidad?

   ¿Dónde vendemos?

2. Calidad ¿Qué es?

3. ¿Por qué necesitamos aprender sobre calidad en la poscosecha?

4. Los clientes y la calidad

5. Factores que integran el control de calidad comercial

6. Principales deficiencias en el control de calidad.

7. ¿Puedo yo hacer control de calidad?

Práctica grupal

Cc. Patapallpa Alta 2014

INTRODUCCIÓN AL CONTROL DE CALIDAD COMERCIAL

1.1. ¿Qué producimos en la comunidad?

Nosotros como productores nos dedicamos a sembrar y cosechar diferentes productos agrícolas, por ejemplo, papa, lechuga, cebada, así también otros productos de origen animal, como cuyes, gallinas, llamas, vacas, cerdos, conejos, entre otros animales.

Cc. Rosaspata, Ollachea 2019

OECA Munay Ticlla, Pitumarca 2019

Ejercicio 1:

¿Cómo se llama tu comunidad?

……

¿Qué productos producen en tu comunidad?

1. ……
2. ……
3. ……
4. ……
5. ……

¿Dónde vendemos?

Una vez cosechada la producción, está lista para llevarla al **mercado** o feria mayorista municipal.

Pero…¿A qué llamamos **mercado**?

Mercado es el lugar donde se reúnen los ofertantes y los demandantes.

Los productores ofrecen sus productos y las personas demandan ó necesitan nuestros productos, además tienen el dinero y la voluntad para gastar.

La producción y los mercados son importantes para satisfacer las necesidades de los clientes y, en consecuencia para los comerciantes obtengan beneficios.

Mercado Vinocanchon 2018

Feria mayorista Municipal, Checca - 2018

Ejercicio 2:

¿Dónde está el mercado para mis productos?

……

……

……

……

Sin embargo, al llevar nuestros productos al mercado suelen presentarse algunos problemas, por ejemplo, tener la cantidad suficiente de productos y envolverlos en cajas o bolsas para que estén protegidos (empaque), depender del transporte, estado de los caminos, costo de transporte, precio que paga el intermediario, la competencia y otros problemas.

Feria Mayorista Municipal, Cc Pucarumi 2019

Deslizamientos carretera Cusco - Abancay 2020

Ejercicio 3:

¿Cuáles son mis problemas como productor para llegar al mercado?

1. ……...
2. ……...
3. ……...
4. ……...
5. ……...

Los productores interesados en sobrevivir y crecer tienen que satisfacer plenamente las expectativas del cliente, tratando de conseguir la preferencia hacia sus productos. Una de las formas más importantes para conseguir esta preferencia es la calidad de los productos.

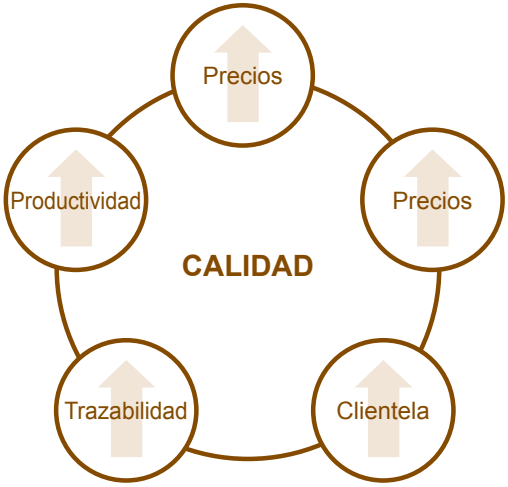
1.2. Calidad ¿Qué es?

En general, se dice que un producto es de **calidad** cuando cumple con los requisitos del mercado y satisface las expectativas de los consumidores.

La **calidad** es esencial. Es vital construir la filosofía de **calidad** en todas las etapas del proceso de producción y mercadeo.

1.3. ¿Por qué necesitamos aprender sobre calidad en la poscosecha?

El productor que produce con la calidad esperada por el mercado, podrá vender bien; satisfaciendo a los clientes, logrando que repitan la compra, enfrentando a la competencia y asegurando la clientela.



Ejercicio 4:

En mi caso, ¿Por qué necesito aprender calidad en la poscosecha?

1. ……...
2. ……...
3. ……...
4. ……...

1.4. Los clientes y la calidad.

La calidad y la creación de valor, comienza en la producción y concluye con los clientes. De esta manera, antes de iniciar con la actividad de producción agropecuaria, es fundamental comprender **"qué calidad esperan y requieren los clientes en el mercado",** con el objetivo de determinar qué insumos utilizar y cómo cosechar, para, posteriormente, vender los productos, destacando su calidad y precio.

Sin clientes no hay ventas y sin ventas no hay ingresos.

1.5. Factores que integran el control de calidad comercial.

Esta guía presenta la **calidad** comercial desde la poscosecha hasta llegar al mercado. Sin embargo, el proceso de **calidad** tiene inicio en la preparación de la tierra y la siembra.

- ✓ Cosecha y poscosecha.
- ✓ Limpieza y almacenamiento.
- ✓ Transporte.
- ✓ Distribución en los mercados.
- ✓ Venta a clientes.

Piscigranja OECA Kuty Anansaya, Checca 2019

Producción de papa - 2019

1.6. Principales deficiencias en el control de calidad

Las deficiencias en el control de calidad tienen origen en errores humanos, tanto en la siembra y en la cosecha, como también en los procesos de poscosecha hasta llegar al mercado.

A continuación, se detallan las deficiencias:

- ✓ **Errores humanos:** Negligencia en seguir las normas o tradiciones de cultivo.
- ✓ **Siembra:** Uso de semillas defectuosas o de mala calidad.
- ✓ **Cosecha:** Falta de cuidado en la manipulación de los productos.
- ✓ **Almacenamiento:** Uso de cuartos sucios y mal ventilados.
- ✓ **Transporte:** Carga excesiva.
- ✓ **Distribución:** Venta por lotes a mayoristas, sin negociar eficientemente la calidad.
- ✓ **Venta a los consumidores:** Poco cuidado en la limpieza. Falta de atención al cliente. Poco cuidado en la limpieza.
- ✓ **Protocolos de Bioseguridad:** no contar con un protocolo de bioseguridad limita la confianza con el cliente.

1.7. ¿Puedo yo hacer control de calidad?

Claro que SÍ. Si pasamos este curso, conoceremos como vender más y mucho mejor.

Ejercicio 5:

¿Qué calidad quiero lograr en mis productos?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

MÓDULO 2

CONTROL DE CALIDAD EN EL ACOPIO, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN

2.1. ¿Cómo llega el producto al mercado?

2.2. Las Buenas Prácticas de Agrícolas (BPA).

2.3. Prácticas recomendadas de calidad, en el acopio y almacenamiento.

a. Acopio.

b. Embalaje.

c. Almacenamiento.

d. Transporte.

e. Selección.

f. Distribución y venta.

Práctica grupal.

Emprendimiento Escolar, IES Chucchucalla - Yanaoca 2019

CONTROL DE CALIDAD EN EL ACOPIO, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN.

2.1. ¿Cómo llega el producto al mercado?

La mayoría de los productores no venden directamente al consumidor final, pues utilizan intermediarios de diferentes clases.

- ✓ Productor
- ✓ Transportista.
- ✓ Mayorista.
- ✓ Minorista.
- ✓ Consumidor.

Durante este proceso, el producto pasa por diferentes manos antes de llegar al consumidor final, dañando su calidad por la contaminación y una manipulación inadecuada.

Emprendimiento Escolar
IES Cc. Pacaje 2016

Emprendimiento Escolar
IES Virgen de Natividad - Ccapi 2019

2.2 Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

Las Buenas Prácticas Agrícolas son las acciones excelentes en la producción, desde la preparación del terreno, la cosecha y el embalaje, hasta el transporte del producto. De esta manera, se asegura la calidad e higiene de los productos, evitando su contaminación al llegar a los mercados.

Secado de hongos comestibles
Hanccoyo Yanoca 2019

OECA Munay Ticlla - Pitumarca 2019

Ejercicio 6:

Según Ud., ¿Los productos agrícolas están libres de contaminación antes de llegar al mercado? ¿Por qué?

1. ……...
2. ……...
3. ……...
4. ……...

2.3. Prácticas recomendadas para mantener la calidad durante el acopio y almacenamiento

a. **Acopio:** Todos los materiales de cosecha, contenedores y otros, deben estar limpios. Se debe considerar el tiempo que los productos tardan en llegar al mercado y garantizar su consumo fresco.

b. **Embalaje:** Se debe embalar cuidadosamente, evitando dañar los frutos. Los materiales de embalaje deben estar limpios y en buen estado.

c. **Almacenamiento:** Es preciso el aislamiento y resguardo, como también la protección contra plagas y factores ambientales.

d. **Transporte:** Se protegerá al producto, para evitar daños y contaminación, con un buen embalaje.

e. **Selección:** La selección de los frutos a comercializar debe realizarse descartado todos aquellos que presenten algún grado de descomposición o daño

f. **Distribución y venta:** Las autoridades promueven **Ferias Mayoristas Municipales** con espacios adecuados para la venta de productos locales de calidad; la seguridad del vendedor y comprador son prioridad, con normativas para el manejo y segregación de residuos solidos, reducción del uso del plástico, y cumplimiento de normativas de bio seguridad y distanciamiento social.

Ejercicio 7:

¿Cumplo con estas normas mínimas? SÍ o NO, ¿Por qué? Sugerencias.

1. ……...
2. ……...
3. ……...
4. ……...

Mercado mayorista municipal seguro

PRÁCTICA GRUPAL

¿Cuáles considera son sus fallas actuales en la práctica agrícola poscosecha?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

¿Qué Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) incorporá en su trabajo productivo?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Presente y exponga sus respuestas en el aula.

MÓDULO 3.

CONTROL DE CALIDAD E HIGIENE EN EL MERCADEO

3.1. Buenas prácticas de manipulación, higiene poscosecha - mercado.

3.2. Ejemplos de malas y buenas practicas de manipulación.

a. Poscosecha.

b. Almacenamiento.

c. Transporte.

d. Higiene personal en las ventas.

e. Puesto de ventas.

f. Limpieza del puesto de venta.

3.3. Buenas prácticas de higiene personal y presentación del vendedor.

a. Higiene personal.

b. Presentación personal y salud.

3.4. Buenas práctica de atención al público.

Emprendimiento Escolar
IES San Martin de Porres - Ccapi 2019

CONTROL DE CALIDAD E HIGIENE EN EL MERCADEO

3.1. Buenas prácticas de manipulación, higiene poscosecha - mercado.

Los productos agropecuarios, desde el campo hasta su consumo en el mercado, pasan por una serie de etapas (vistas anteriormente) que podrían denominarse en su conjunto: **Cadena poscosecha mercado.**

Durante esta cadena, los productos agropecuarios se maltratan cuando son manipulados sin cumplir mínimas condiciones higiénicas y al ser expuestos a varias formas de contaminación.

Por este motivo, el consumo de estos productos puede provocar, indirectamente, enfermedades al consumidor.

El productor y el comerciante agropecuario deberán prever estos riesgos de contaminación en los productos que venden en los mercados. Deberán adoptar Buenas Prácticas de Manipulación Poscosecha - Mercado (BPMPM) durante las etapas de: poscosecha, transporte, almacenamiento y venta; reduciendo los riesgos de los productos comercializados.

Estas prácticas incluyen los programas de manipulación de alimentos, programas de limpieza, desinfección, control de plagas y el sistema de puntos de control crítico **(este último punto se tratará en el manual del nivel superior).**

Producción de Lácteos, OECA Limanqui, Huanipaca 2014

3.2. Ejemplos de malas y buenas practicas de manipulación.

Entre las malas prácticas de manipulación que pueden provocar contaminación, se encuentran las siguientes:

a. Poscosecha:

- ✓ Cosecha temprana de granos y cereales (con alta humedad).
- ✓ Falta de higiene en el proceso de faenamiento de animales y mala sangría.

OECA KIUÑALLA
Producción de granos, Pacobamba 2014

Emprendimiento Escolar
IEP Cc. Huanipaca 2014

Ejercicio 8:

¿Cuáles considera son sus fallas actuales en su práctica agrícola de poscosecha?

1. ……..
2. ……..
3. ……..
4. ……..
5. ……..
6. ……..

b. Almacenamiento:

Almacén con pisos sucios y contaminados, así como presencia de humedad y falta de ventilación en los almacenes de productos, puede provocar:

- ✓ Presencia de roedores, moscas, etc. que producen contaminación en los productos y alimentos.
- ✓ Presencia de hongos y plagas.

c. Transporte:

- ✓ Evitar el transporte a granel en camiones usados para otros fines, como por ejemplo, ganado, verduras, material de construcción, fertilizantes, transporte de personas, etc.
- ✓ Durante el transporte se deberá tener cuidado con los envases, evitando que se rompan y vacié el contenido.
- ✓ Las carrocerías de los camiones de transporte deberán limpiarse y desinfectarse antes y después de cada uso.

VS

Ejercicio 9:

¿Cuáles considera son sus fallas actuales en su práctica de almacenamiento y transporte?

1. ……...
2. ……...
3. ……...
4. ……...
5. ……...

d. Higiene y protección personal en las ventas:

- ✓ No lavarse las manos (después de tocar objetos contaminados y/o después de ir al baño), antes de manipular alimentos (corte de carne, verduras, frutas, etc.).
- ✓ Empleo de envases, cuchillos y utensilios mal lavados.
- ✓ Manipular los productos estando enfermos o toser directamente sobre los productos a ser comercializados.
- ✓ No usar mascarilla y protector facial y no disponer de alcohol para desinfección de manos y producto de venta
- ✓ Personas con heridas infectadas que venden o preparan alimentos directamente con las manos.
- ✓ Productos a granel envueltos con papel periódico.

- ✓ Personas que cobran y manipulan alimentos a la vez.
- ✓ Falta de limpieza y desinfección del local y ambiente de venta de productos agropecuarios.
- ✓ Productos con cuerpos extraños (piedra, astillas, heces de roedores etc.) húmedos y que tengan olor a hongos o rancios.
- ✓ Productos lácteos y cárnicos que no se almacenen en refrigeración.
- ✓ Frutas y verduras frescas que presenten magulladuras y mordeduras extrañas (quizás de ratones).
- ✓ Aglomeramiento en puestos de venta.

Aglomeramiento Mercado San Pedro - Cusco

Ejercicio 10:

¿Cuáles considera son sus fallas actuales en su higiene general en las ventas?

1. ……...

2. ……...

3. ……...

4. ……...

5. ……...

e. Puesto de ventas:

- ✓ Se ordenarán los productos de manera que puedan ubicarse fácilmente, así como para su adecuada limpieza y detección de la presencia de plagas.
- ✓ Los productos a granel deberán exhibirse en depósitos que puedan cubrirse, taparse o cerrarse (costales) y no haber sido usados para otros fines, por ejemplo, químicos, tóxicos, combustibles o lubricantes.
- ✓ Los granos contenidos en costales o
- ✓ bolsas deberán colocarse sobre tarimas o mesas, nunca directamente sobre el suelo.
- ✓ Se usarán tarimas de exposición en los mercados.
- ✓ Se debe evitar la exposición y el almacenamiento de productos en el suelo.
- ✓ El área del puesto de venta deberá ser apto para el tráfico de personas disponiendo de espacios suficientes para la comunidad de compra de los clientes.
- ✓ Las canaletas de drenaje deben ser fáciles de limpiar y estar protegidos, para evitar la salida de roedores e insectos.

Producción de Lácteos, OECA Limanqui, Huanipaca 2014

- ✓ Se colocarán techos o toldos protectores del sol en los puestos de venta, que impida el recalentamiento de los productos agropecuarios expuestos, evitando la formación de costras y mohos.
- ✓ Los puestos de venta de carnes, pescados, lácteos, etc. deberán disponer de refrigeradoras y/o congeladoras para la conservación de los productos perecederos que se comercializan en los establecimientos.
- ✓ La basura deberá recolectarse en recipientes de plástico o metal, adecuadamente tapados o cubiertos, que se ubicarán en un área separada de los alimentos y donde serán recogidos por el servicio de limpieza municipal. Los recipientes serán lavados y desinfectados periódicamente, después de su uso.
- ✓ En el puesto de ventas, los productos deberán almacenarse en envases cerrados que impidan el ingreso de insectos y roedores.
- ✓ Deberá verificarse la calidad de los productos a ser expuestos para la venta, retirando aquellos que no cumplan con los criterios de calidad (frescura, color, olor, etc.), especialmente los productos cárnicos, frutas y verduras.

Feria Escolar Suyana IES José María Arguedas, Huanipaca 2015

Taller Mercadotecnia 2019, Visita a Mercados

f. Limpieza del puesto de venta:

- ✓ El lugar de venta se limpiará y desinfectará diariamente para reducir situaciones de riesgo.
- ✓ El lugar de venta deberá disponer de suficiente cantidad de agua para los requerimientos de limpieza del local y demás operaciones higiénicas.
- ✓ Los utensilios de corte se limpiarán diariamente, utilizando esponja con agua y detergente, y enjuagándose con abundante agua.
- ✓ La limpieza de los estantes y productos empolvados será permanente.
- ✓ Los desinfectantes, detergentes y otros productos químicos se almacenarán alejados o separados de los alimentos.
- ✓ Cuando haya evidencia de roedores (rastros, excrementos, etc.) se aplicarán trampas, teniendo cuidado al colocar las mismas, para evitar que ocurra la contaminación cruzada de los alimentos.
- ✓ Se emplearán barreras o mallas de alambre tejido para evitar el ingreso de los roedores a través de las aberturas (ventanas, orificios de ventilación, huecos en paredes o pisos, desagües, etc.).

Emprendimiento Escolar
IES Cc. Pacaje - Macusani 2013

Taller Mercadotecnia 2018

3.3. Buenas prácticas de higiene personal y presentación del vendedor.

a. Higiene personal:

- ✓ Limpieza corporal diaria. Mejor un baño diario.
- ✓ Cabello recogido y peinado.
- ✓ Uñas limpias y recortadas.
- ✓ Lavarse las manos (después de ir al baño, antes de vender los alimentos, después de coger dinero u otro objeto contaminado).
- ✓ No toser o estornudar sobre los alimentos.
- ✓ No manipular el alimento con heridas o lesiones en la mano.
- ✓ No hurgarse los pies mientras vende.
- ✓ No sacarse piojos del pelo mientras atiende el puesto.

b. Presentación personal y salud:

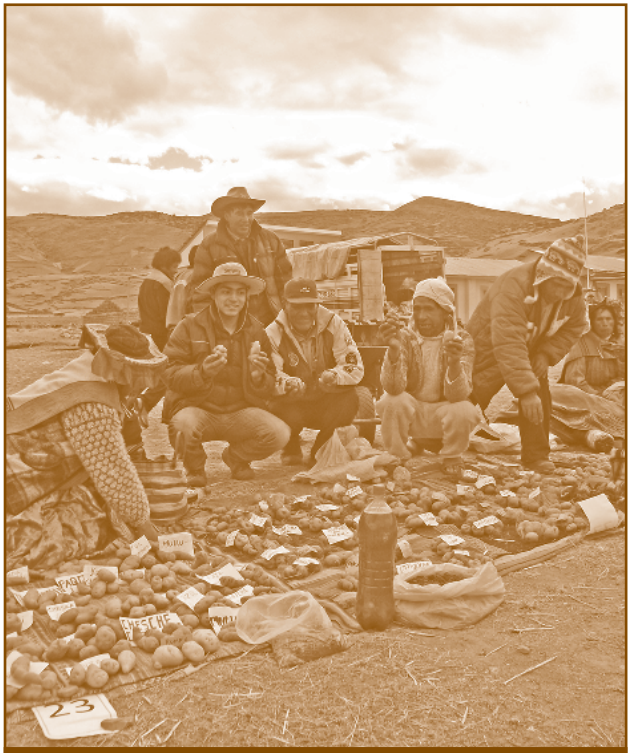
- ✓ Vestimenta limpia, adecuada (ropa protectora de ventas que incluye gorro, tapa boca, mandil, guantes y calzado) y en buen estado de conservación.
- ✓ Cuidar de su salud especialmente, al vender los productos agropecuarios.
- ✓ Se sugiere que ninguna persona que padezca una enfermedad de piel o respiratoria puede trabajar manipulando alimentos.
- ✓ Todo productor o comerciante de alimentos debe recibir capacitación en higiene de alimentos, basada en las buenas prácticas de manipulación alimentaría, como las de la presente guía.

Práctica de lavado de manos

Emprendimiento Escolar
IES Cc. Churo - Huancarani 2013

3.4. Buenas practicas de atención al público

- ✓ La atención al público deberá ser estrictamente por orden de llegada
- ✓ Se debe tratar bien al comprador, sino tiene el producto solicitado, se puede sugerir otra opción de compra sin presión (Por ejemplo, “para que preguntas sino vas a comprar”).
- ✓ Atender con cortesía a cualquier reclamo u observación del cliente.
- ✓ Agradecer al cliente la compra.
- ✓ No olvidar la “Yapa” o de las ofertas como incentivos de compra.



Producción de papas nativas
Cc. Tantamaco, Macusani 2013

Ejercicio 11:

¿Cuáles considera son sus fallas actuales en su práctica agrícola de poscosecha mercado?
¿Qué buenas prácticas va a incorporar en su trabajo productivo?
Presente y exponga sus respuestas en el aula.

1. ……...
2. ……...
3. ……...
4. ……...

MÓDULO 4.

CONTROL DE CALIDAD EN EL MERCADEO Y VENTAS

4.1. La garantía de calidad que buscan los clientes.

4.2. La calidad en productos agropecuarios.

4.3. Calidad en el puesto de venta agropecuario.

4.4. Promoción.

4.5. Precio/calidad.

4.6. Ventas y atención al cliente.

Práctica Grupal

Huerto Escolar IEP Cc. Patapallpa Alta 2016

CONTROL DE CALIDAD EN EL MERCADEO Y VENTAS

4.1. La garantía de la calidad que buscan los clientes.

En el caso de los productos agropecuarios, los clientes buscan garantía, peso justo, limpieza, precio justo, durabilidad, recomendaciones de conservación y uso de los mismos, como también un trato amable.

Es importante conocer las preferencias de los supuestos consumidores, considerando tamaño, color, peso, sabor, textura, grado de madurez y empaque, que podrían afectar la comercialización

4.2. La calidad en productos agropecuarios.

Para que el mercadeo local, nacional o externo sea efectivo, se requiere la capacidad de proveer cantidades mínimas de productos, con una calidad pre establecida, a un mercado dado con cierta regularidad y a un precio competitivo. Los atributos que un producto debe poseer para la conquista del consumidor se refieren a los tópicos de calidad, diseño, color, tamaño, etc. en su elaboración.

Mercado San Pedro, Cusco

Ejercicio 12:

¿Qué calidad busca su cliente al comprarle sus productos?

.....

.....

.....

4.3. Calidad en el puesto de venta agropecuario.

La imagen del puesto de venta implica la presentación e higiene, decoración, colocación, atención, precios y garantía.

- ✓ **Presentación:** El buen estado y la limpieza e higiene del puesto de venta.
- ✓ **Decoración:** Llamativa y que invite a la visita.
- ✓ **Colocación:** Ubicación y no desorden.
- ✓ **Precios:** A la vista.
- ✓ **Atención esmerada:** Para que el cliente vuelva.
- ✓ **Garantía:** De calidad y salubridad en los productos agropecuarios.

Mercado Vinocanchon, Cusco

Ejercicio 13:

Explique, ¿Cómo podría mejorar su puesto de ventas e incrementar el tráfico seguro (visitas) de clientes hacia su negocio? Tome en cuenta los factores descritos.

.....

.....

.....

.....

4.4. Promoción.

Letreros y carteles promocionales:

Son los que se recomienda usar por los productores. Pueden estar instalados en calles y lugares estratégicos.

Entre ellos tenemos:

- ✓ Anuncios en el negocio, como ser pizarras o carteles en papel a color.
- ✓ Anuncios luminosos en la entrada del negocio.
- ✓ Banderines o pasacalles.
- ✓ Letreros puestos sobre la mercancía.

Se sugiere que los letreros y carteles promocionales sean de impacto, despertando los deseos de compra de los clientes.

OECA Multipacaje, Macusani 2014

Ejercicio 14:

En un letrero pequeño, prepare un mensaje publicitario para sus productos.

.....

.....

.....

.....

Presente y exponga los letreros en el aula.

4.5. Precio/Calidad.

El precio es el valor en dinero que se le da a un producto o servicio, para ofrecerlo a un mercado determinado.

Para el consumidor, el precio será el valor que considera puede entregar a cambio de un producto.

¿Cuál es la importancia que se da a la calidad en los mercados de precios como los nuestros?

Esta es una pregunta interesante! Cuando no se tiene poder adquisitivo o, como en el caso de nuestro país, el poder adquisitivo se reduce a cada momento, no hay calidad que valga. El consumidor compra lo que puede, con el dinero que tiene.

Taller de Mercadotecnia 2012

4.6. Ventas y atención al cliente.

Un punto importante en todo negocio y en el mercadeo es la atención al cliente, es decir, ofrecer un trato amable, cortez, oportuno y voluntarioso. A los clientes debemos atenderlos con una sonrisa sincera, sin engañarlos con los precios o con productos dañados. Por otro lado, es importante anticiparse a sus necesidades, conociendo sus gustos y preferencias, informando y aconsejando sobre el mejor uso o consumo de los productos, cumpliendo nuestro compromiso con ellos y preguntando por su satisfacción. En lo posible, se preguntarán sus datos personales y gustos, etc.

Feria Huancaro 2012

Taller Mercadotecnia 2017
Visita a mercados

¿Cómo organizarse para recibir y atender a los clientes?

- ✓ Mostrando una actitud amable.
- ✓ Mostrando mercancia limpia y ordenada.
- ✓ Demostrando conocimiento.
- ✓ Logrando que la experiencia de compra sea amable.

Ejercicio 15:

Analice ¿ Cuál es la actitud con los clientes?

.....

.....

.....

.....

MÓDULO 5.

PLAN DE CALIDAD COMERCIAL

5.1. ¿Qué es un plan?

5.2. Temas a tratar en un plan de calidad.

5.3. Perfil de proyecto.

5.4. Ejemplo de un perfil de proyecto de calidad.

Práctica Grupal

Taller de Mercadotecnia 2016

PLAN DE CALIDAD COMERCIAL

5.1. ¿Qué es un plan?

Planificar es decidir hoy para obtener frutos mañana.

Un plan identifica estrategias y responsabilidades para implementar programas de acción que nos llevarán al logro de metas deseadas. Considera:

- ✓ Definir metas, objetivos y resultados esperados.
- ✓ Describir las actividades principales.
- ✓ Indicar los requerimientos en recursos.
- ✓ Establecer un marco de tiempo para su comienzo final.

Cc. Patapallpa Alta 2016

Taller de Mercadotecnia 2013

5.2. Temas a tratar en un plan de calidad.

- ✓ La evaluación de las oportunidades de mercado y potencialidades de producción de productos que tienen potencial de desarrollo.

- ✓ El análisis de toda la cadena en torno a un producto: insumos - producción, factores poscosecha - comercialización - consumidor final, que podrán dar información a los productores; ayudándoles a ubicar cuellos de botella a superar.

- ✓ La planificación de los procesos de producción poscosecha comercialización ayudará a concretar los planes de negocios.

5.3. Perfil de Proyecto

Cualquier persona capaz de analizar una cadena agroalimenticia e identificar problemas prioritarios y necesarios, ya sea de calidad u otros, es también capaz de identificar una idea de proyecto y expresarla en forma de perfil de proyecto, que posteriormente ayudará a la elaboración del proyecto propiamente dicho. A continuación presentamos la estructura de presentación de proyectos, articulado al modelo CANVAS - MINEDU, la cual se desarrollará a detalle en el modulo NIVEL SUPERIOR (4to de secundaria).

Título:	Refleja el aspecto más importante del proyecto.
PASO 1 CARÁTULA DEL PROYECTO:	Presentación del proyecto de emprendimiento, donde se muestra nombre de la empresa y del proyecto, el grupo emprendedor y el logo de la empresa
PASO 2 – Proceso 3,6,7 de Canvas INTRODUCCIÓN Y RESUMEN EJECUTIVO:	Breve descripción del proyecto, se considera las características más importantes
PASO 3 – Proceso 3 y 8 de Canvas CONTEXTO Y PLAN ESTRATÉGICO:	Descripción de características, ubicación geográfica, sociales y económicas.
PASO 4 – Proceso 1, 4 de Canvas BENEFICIARIOS Y CLIENTES:	Grupo (personas o familias) que se beneficiara directamente con el proyecto.
PASO 5 – Proceso 2,3,6 de Canvas JUSTIFICACIÓN:	Explica las razones por las cuales el proyecto es necesario e importante para el desarrollo de la población
PASO 6 – Proceso 2,8 de Canvas OBJETIVO GENERAL:	Se refiere a la solución principal del problema ¿Qué se quiere solucionar o mejorar?, es la idea principal del desarrollo del proyecto
PASO 7 – Proceso 1,2,4 de Canvas OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	Son los pasos con los que se logrará el cumplimiento del objetivo general
PASO 8 – Proceso 6,7,8 Canvas RESULTADOS:	Es la expresión cuantitativa de lo que se quiere obtener para alcanzar los objetivos específicos, se refiere a las obras, bienes y servicios concretos y tangibles.
PASO 9 – Proceso 7 de Canvas LAS ACTIVIDADES:	Acciones concretas a ser ejecutadas, mismas que producirán productos esperados.
PASO 10 – Proceso 5,9 de Canvas PRESUPUESTO:	Costos de actividades y obras, deben ser reales y ajustarse a condiciones de la zona en que serán ejecutadas, identificando ingresos y egresos, son considerados en el flujo de caja.

Ejercicio 16:

Conjuntamente con tu profesor, elabora un plan de calidad, siguiendo los pasos indicados en la página siguiente:

Posteriormente, exponga en aula.

5.4. Ejemplo de un perfil de proyecto de calidad.

Título: Mejorar la productividad y calidad de las hortalizas en la comunidad

Carátula del proyecto:

- ✓ **Nombre de la empresa:** La Cusibambina.
- ✓ **Nombre del Proyecto:** Mejora de la productividad de hortalizas en la Comunidad de Cusibamba.
- ✓ **Logotipo:** Una canasta con hortalizas.

Introducción y resumen ejecutivo: El proyecto Mejora de la productividad de hortalizas impulsa la producción (Zanahorias y lechugas) considerando que el consumo incremento en estos tiempos de COVID. El proyecto involucra a productores organizados de los anexos de la comunidad de Cusibamba, los cuales satisfacen requerimientos de una cadena de mercados en Cusco.

Contexto y plan estratégico: La Cc. de Cusibamba se encuentra a 2800 - 3000 m.s.n.m en la provincia de Paruro, con una población de 70 familias dedicadas a la agricultura, ubicada en un valle interandino apto para la producción de hortalizas como la zanahoria y lechuga que son ampliamente solicitados en los mercados y hoteles del Cusco

Beneficiarios y clientes: 50 horticultores organizados y capacitados en la producción de hortalizas, 2 cadenas hoteleras (Casa Andina y International Hotels)

Justificación: Los problemas que enfrentan los pobladores de Cusibamba son la baja productividad de hortalizas por el deterioro de recursos naturales, especialmente la erosión de suelos, tala de árboles, bajos precios de sus productos, los cuales afectan en los ingresos de los pobladores, conllevando a la desnutrición y anemia infantil. A pesar de contar con buena calidad de suelos la parte media del valle.

Objetivo general: Contribuir a la mejora de la productividad y calidad de hortalizas.
Objetivos específicos: Mejorar la calidad de la producción de lechugas y zanahorias

Resultados: 50 horticultores capacitados en métodos y técnicas de producción de lechugas y zanahorias. Instalaciones y equipos adecuados para el buen manejo de poscosecha, operando en las mayores áreas de producción.

Las actividades: Capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas de producción y poscosecha de hortalizas. Asistencia técnica para el diseño de sistemas de riego, instalaciones y equipo de manejo de poscosecha.

Presupuesto:

Estimación de costos (S/):

TIPO DE GASTO	COSTO ESTIMADO
Capacitación	500.00
Crédito de producción hortícola	3,000.00
Asistencia técnica	1,000.00
Otros gastos	500.00
Total	**5,000.00**

(Agente ejecutor: Asociación de horticultores).

MÓDULO 6.

INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS

¿Qué es?

El intercambio de experiencias consiste en realizar visitas a diferentes mercados y negocios, mayoristas o minoristas, con el objetivo de conocer experiencias destacadas de otros comerciantes; reconociendo innovaciones, precios, observar otros productos, empaques, presentaciones, promociones, preferencias del consumi- dor, tendencias del mercado, entre otros.

Estas visitas de intercambio de experiencias se consideran una base fundamental en este curso de capacitación, porque permite descubrir nuevos mercados y amplían el conocimiento de los participantes.

Fundamentalmente, las visitas pueden ayudar a:

- ✓ Conocer el mercado real y sus componentes.
- ✓ Identificar oportunidades para mejorar nuestro negocio.
- ✓ Conocer experiencias y métodos de otros comerciantes.
- ✓ Recoger experiencias para definir estrategias de producto, precios, distribución, promoción, atención al cliente, etc.
- ✓ Diseñar un plan de acción, conociendo las oportunidades y limitaciones del mercado y de nuestros productos.

Taller de Mercadotecnia 2018

¿Qué observar o preguntar en las visitas de intercambio de experiencias?

Sobre el producto:

- ✓ ¿Cuáles son las variedades más solicitadas en el mercado?
- ✓ ¿Cuáles son los requerimientos de calidad?
- ✓ ¿Qué tipo de empaque exigen los comerciantes y los clientes?
- ✓ ¿Qué tamaño tienen los empaques?

Precio:

- ✓ ¿Qué cantidad compran?
- ✓ ¿Qué precios cobran ó pagan?
- ✓ ¿Cómo se negocia el precio?
- ✓ ¿Cuál es la forma de pago (contado o crédito)?

Otros aspectos a observar:

- ✓ ¿Cómo están instalados los negocios?
- ✓ ¿Cuántos clientes hay y qué características tienen?
- ✓ ¿Cómo atienden a los clientes?

Ejercicio 17:

Ampliar la lista anterior, tomando en cuenta lo estudiado en este curso. Anotar en el espacio siguiente y consultar con su instructor de clase.

Taller de Mercadotecnia 2018

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ejercicio Grupal
INFORME DE VISITA A MERCADOS Y NEGOCIOS

Lugar Visitado:

.....

Lista de observaciones realizadas:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Qué hemos aprendido:

.....

.....

.....

.....

Qué estrategias aplicaremos en nuestro negocio:

.....

.....

.....

Exponer las respuestas por grupos:

Las dos caras del mundo

¿en cuál de ellas quieres que esté tu familia?

Suyana
Fundación

Urb. Santa María L-17 San Sebastián
Telf./Fax: (0051-84) 275032
E-mail:info@Suyana.org - Web: www.suyana.org
Cusco - Perú

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ACCHA
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE HUANOQUITE
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CURAHUASI
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACOBAMBA
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA ROSA