

L/382.15/B689p

PARA GANAR, HAY QUE SABER NEGOCIAR

Servicio Informativo de Mercados Agropecuarios(SIMA)  
MANUAL DE CAPACITACIÓN PARA FACILITADORES

FDTA-Valles  
Av. Salamanca N-675  
Central Piloto: +591 (4) 452 5160  
+591 (4) 411 5056  
Casilla 269  
Cochabamba, Bolivia  
<http://www.fdt-valles.org/>





PARA GANAR, HAY QUE SABER NEGOCIAR

Servicio Informativo de Mercados Agropecuarios (SIMA)  
MANUAL DE CAPACITACIÓN PARA FACILITADORES

Mirtha G. Ramirez Carpio

12 = 1396

432

L/382.15/B689p

Autoría Mirtha G. Ramírez Carpio- CIAT Colombia

Aportes: Shirley Rojas, Gabriela Silva-FDTA Valles

Edición: Eduardo Figueroa- CIAT Colombia

Cita correcta del documento: Ramírez, M. "Manual de capacitación para Facilitadores SIMA Servicio Informativo de Mercados Agropecuarios" Marzo de 2006

Fotografías: Shirley Rojas  
Louise Clark  
Mirtha Ramírez

Diseño: Aldo&Janice Asociados

FDTA-Valles

FDTA-Valles

No Inventariados: 218 213

Adquiridos: 30 5 3

Reservados: .....

Fecha: 2006/03/11

El proyecto RedCampo-FIT 3 "Impulso a la producción y mercadeo de cultivos de alto valor, a través de redes de información, habilitadas por tecnologías de información y comunicación (TIC) ha sido ejecutado por el Centro Internacional de Agricultura Tropical de Colombia, como parte del Programa FIT, financiado por el DFID para consolidar el Sistema Boliviano de Tecnología Agropecuaria (SIBTA), del Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Medio Ambiente

## INDICE

Agradecimientos Pag. 4 **Introducción Pag. 5** Antecedentes, Objetivo del Manual, Estructura del Manual **Capítulo I Pag. 9** Enfoque Metodológico y Educación de Adultos **Capítulo II Pag. 15** Plan de Taller **Capítulo III Pag. 19** Desarrollo de Contenidos

El Centro Internacional de Agricultura Tropical de Colombia, tiene el agrado de presentar este manual, como producto del trabajo coordinado entre diferentes socios que en colaboración, unieron esfuerzos con una misma finalidad: promover productores más competitivos en mercados cada vez más difíciles, como parte del apoyo a la reducción de la pobreza.

El Servicio Informativo de Mercados Agropecuarios (SIMA) fue establecido por la Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario de los Valles (FDTA-VALLES), actualmente, en coordinación con el Ministerio de desarrollo rural, agropecuario y medio ambiente (Ex-MACA) como un apoyo a los proyectos con enfoque de mercado. Es un sistema que recopila, procesa y difunde información de los precios de productos agropecuarios a nivel mayorista, con el objetivo de promover la competitividad del sector y mejorar el nivel de vida de la población rural.

Este manual, es parte del paquete educativo SIMA, que junto a una guía, un rotafolio e historias radiales en castellano, quechua o aymará, son herramientas útiles para que un Técnico Agrónomo o el Líder Comunitario puedan compartir una metodología educativa comunicacional altamente participativa y que recupera los saberes locales, para abordar con adultos, como son los Productores, los temas de información de precios, ligados al cálculo de costos de producción, como base para negociar mejor, en diferentes sectores rurales de nuestro país.

La metodología, los contenidos y el paquete educativo han sido validados y alimentados permanentemente en diferentes Comunidades de Chuquisaca y el Norte de Potosí, con apoyo de la Institución Food For The Hungry International, regional Chuquisaca, a quienes agradecemos profundamente, al igual que los hombres y mujeres, Productores, que se han mostrado interesados en los temas y la forma de abordarlos demandando cada vez, mayor apoyo.

Esperemos que este esfuerzo compartido, sea sólo el inicio para que otras comunidades rurales e instituciones puedan aplicar y adaptar lo aprendido a sus necesidades.

Cochabamba, Bolivia  
Marzo de 2006



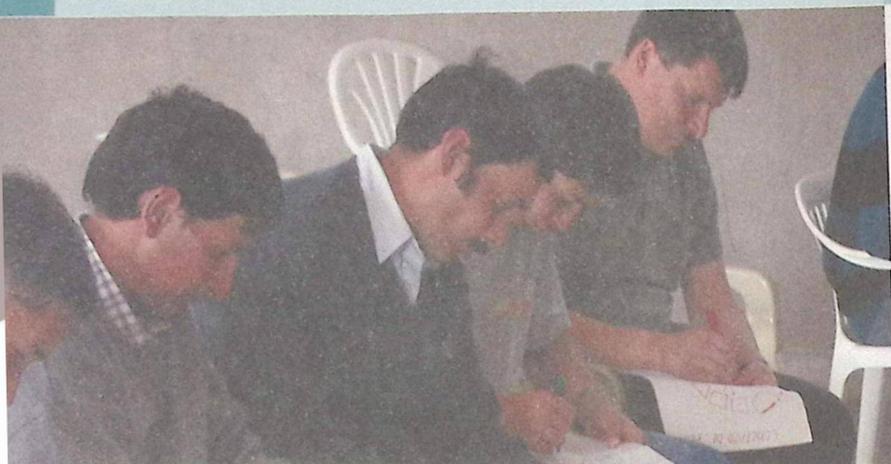
## Antecedentes

La finalidad del Programa FIT (Fomentando Innovación Tecnológica) es mejorar la investigación, el desarrollo agrícola y la transferencia de tecnologías para fortalecer el Sistema Boliviano de Tecnología Agropecuaria (SIBTA). En ese sentido se trabajó en varias áreas, entre ellas la comunicación e información, buscando aportar nuevos conocimientos, metodologías y tecnologías a las Fundaciones para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario (FDTA), que operan en el marco de políticas del SIBTA, para mejorar el acceso de grupos marginados a la información y a otros productos relacionados con la investigación y el desarrollo agrícola.

En este contexto, InforCom (Información y Comunicación para el Desarrollo Rural) del Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) ejecutó el proyecto RedCampo: "Impulso a la producción y mercadeo de cultivos de alto valor mediante redes de información habilitadas por tecnologías de información y comunicación (TIC) (FIT3)", financiado por el Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID, por su sigla en inglés) del Reino Unido.

El proyecto vinculó sus acciones con tres Fundaciones --Valles, Chaco y Trópico Húmedo-- y con la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB), como socios, para desarrollar y compartir enfoques eficaces que mejoren las redes de información y comunicación en agrocadenas productivas. El primero de los cuatro objetivos del proyecto fue apoyar y/o consolidar iniciativas de información y comunicación de los socios.

En el marco de este objetivo, se trabajó con la Fundación Valles en una propuesta de fortalecimiento al Sistema de Información de Mercados Agropecuarios (SIMA), mediante una estrategia que tuvo cuatro pilares: difusión radial, procesos educativos, convenios interinstitucionales y alianzas estratégicas.



Dentro de los procesos educativos se desarrolló un enfoque metodológico que enfatiza la participación y recuperación de saberes locales y se diseñó un paquete educativo para que los productores fortalezcan sus habilidades para negociar sus productos en los principales mercados.

El Proceso se inicia capacitando a Técnicos de Instituciones, que se convierten en Facilitadores; luego ellos capacitan a líderes, que a su vez, llegan a los productores.

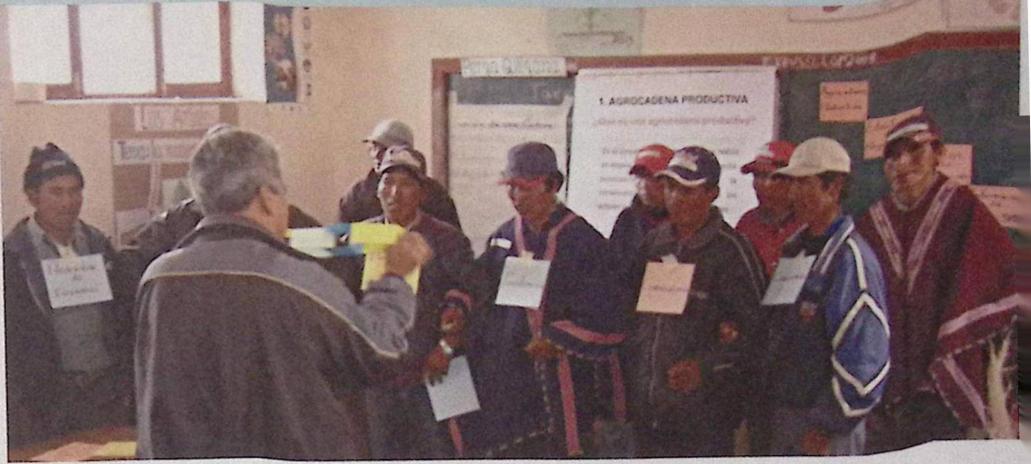
## Objetivo del manual

Guiar el trabajo de los facilitadores del SIMA en la capacitación de líderes (promotores, representantes de asociaciones, maestros rurales, etc.) y de éstos, a su vez, con productoras y productores.

Este manual no es un instrumento rígido. Las actividades y procedimientos pueden ser modificados por la persona que facilite las sesiones, de acuerdo con su creatividad, experiencia y contexto sociocultural, buscando cumplir con los objetivos propuestos.

## Estructura del manual

Este manual consta de tres capítulos. El primero contiene un enfoque metodológico para trabajar con adultos y se dan algunos elementos para apoyar a los facilitadores y lograr que haya un encuentro horizontal y constructivo. El segundo capítulo ofrece pautas para preparar el taller, los materiales y contenidos que permitan cumplir con los objetivos propuestos. El tercer capítulo es una guía del taller, paso a paso, indicando los materiales requeridos en cada uno de ellos, cómo utilizarlos y el tiempo de duración de cada paso. Se anexan dos hojas de registro que se utilizarán durante las prácticas.



## Consejos para una buena facilitación

1. Conozca bien el tema y entusiásmese con él
2. Tenga confianza en su habilidad para enseñar
3. Acuerde con el grupo fechas y tiempo de las sesiones y cúmplalas
4. Sea puntual
5. Trate de agradar a la audiencia
6. Desarrolle actitudes apropiadas y logre que los participantes también lo hagan
7. Sea paciente con las dudas de los participantes y respete las opiniones de ellos
8. Adecue la metodología y el manejo de los contenidos cuando sea necesario
9. Sea honesto cuando desconozca una respuesta y búsquela con el grupo
10. Recuerde que exponer no es enseñar, como tampoco oír no es aprender

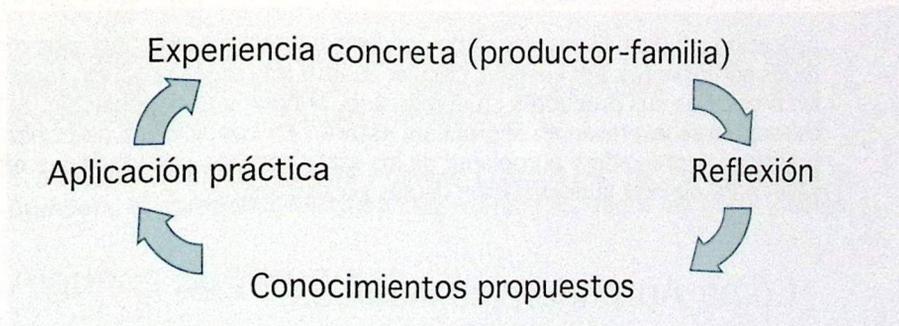




## Enfoque Metodológico y Educación de Adultos

El enfoque metodológico que se propone, pretende crear un ambiente participativo y de aprendizaje horizontal que recupere el saber local. De esta manera, el rol tradicional de quien capacita se convierte en el de facilitador de un proceso constante de acompañamiento y re-creación del conocimiento, en función de problemas y necesidades reales de los productores y sus familias.

Este sería el ciclo del enfoque:



**Experiencia concreta:** Se pretende recuperar la experiencia de los agricultores en la negociación de sus productos. Para ello se pueden utilizar diversas técnicas (gráficos, dramatizaciones directas, dramatizaciones grabadas, relatos de experiencias, etc.). Esto facilita el aprendizaje, porque se parte de un hecho real buscando que los participantes encuentren utilidad de lo aprendido.



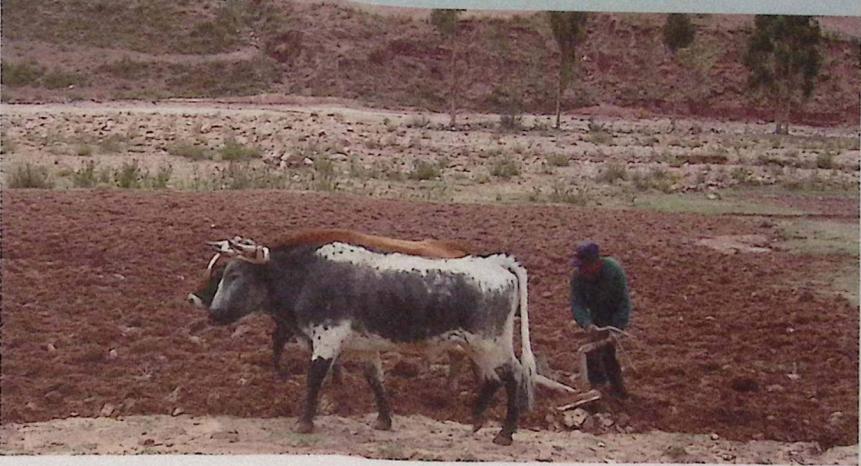
**Reflexión:** Después de exponer la experiencia, sigue un proceso de preguntas y respuestas en torno a la situación planteada. Por ejemplo, cuando escuchan una historia radial, indagar qué les recuerda, ¿es parecido a lo que viven?. Otras preguntas claves serían ¿por qué sucede esto? ¿en qué afecta? ¿cuál es la causa? ¿a quién afecta?

**Conocimientos propuestos:** Con base en las respuestas, en las que van a aflorar problemas al momento de negociar los productos, se exponen los nuevos conocimientos que pueden cambiar esa realidad. Estos contenidos deben ser claros, sencillos, con pocos términos técnicos, adoptando el lenguaje de los agricultores.

**Aplicación práctica:** El proceso debe conducir a ejercicios prácticos por parte de los participantes. Por ejemplo, calcular cuánto les cuesta producir, registrar los precios de sus productos en el mercado, simular una negociación. Si los asistentes se interesan en el proceso, estarán en condiciones de poner en práctica lo aprendido y apropiarse de los instrumentos desarrollados en el taller para mejorar la negociación de sus productos.

## ¿Cómo Aprenden los Adultos?

- < **1. Tienen que querer aprender.** Los adultos ofrecen resistencia cuando se les dice qué es lo que tienen que aprender. Es mejor despertar el interés o estimular, pero nunca forzar.

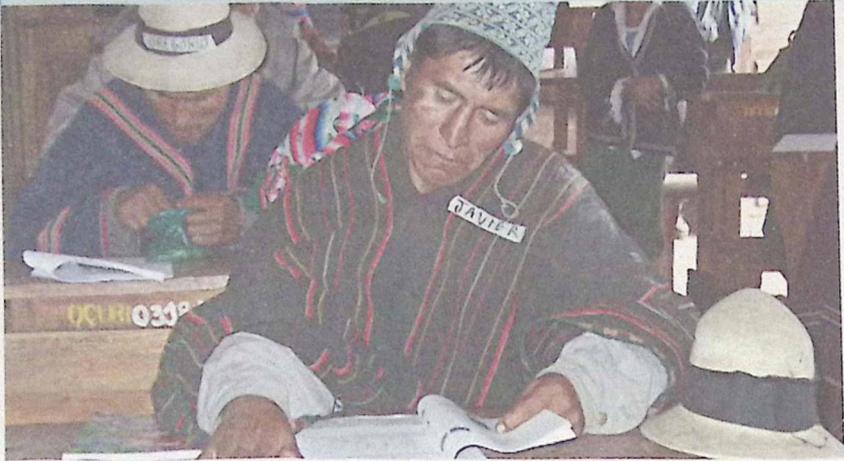


- < **2. Aprenden sólo lo que crean que necesitan saber.** Los productores (e inclusive los técnicos de las instituciones) son prácticos y quieren saber: cómo una información les puede ayudar allí y ahora. Por esta razón, lo que se enseña tiene que ser adaptado a las necesidades de los participantes.
- < **3. Aprenden haciendo.** El desarrollo de habilidades es mejor si existen oportunidades para practicar lo que se les está enseñando. Cuando aprenden de manera pasiva, sólo mirando o escuchando, se olvidan rápido.
- < **4. Aprenden con problemas reales.** Trabajar con problemas de la vida diaria de los productores permite que tengan mayor interés y busquen sus propias soluciones.
- < **5. Se aprende mejor en situaciones informales.** Las actividades, juegos y trabajos de grupo realizados en situaciones informales, donde todos se apoyan mutuamente, facilitan el aprendizaje.
- < **6. Intente varios instrumentos y formas.** Cuantos más recursos prácticos se prueben, el aprendizaje llegará con mayor facilidad a los participantes.

## Algunas Sugerencias

1. Motive la voluntad y el interés

Analice con el grupo lo importante que es aprender cosas útiles que nos benefician a todos. Por ejemplo: con una mejor negociación tenemos más ingresos



## 2. Vaya sin prisas y con orden

Se aprende mejor un paso nuevo cuando ya hemos aprendido el paso anterior. Por eso es importante tener en cuenta:

- Si tiene poco tiempo, priorice los contenidos en función a las necesidades del grupo.
- Prepare un plan del taller que le permita tener claros los objetivos, el tiempo disponible y los materiales que necesitará
- Desarrolle el tema de manera lógica, paso por paso, sin adelantar contenidos que luego serán desarrollados
- Practique para mejorar la forma de presentar los contenidos
- Conozca el tema e investigue el contexto donde desarrollará el taller (cultivos de interés, términos utilizados, idioma, gustos e intereses, etc.)

## 3. Esfuércese para que todos estén satisfechos

Cualquier conocimiento aprendido se refuerza si va acompañado por un sentimiento de satisfacción. Por eso vale la pena esforzarse para que los participantes comprendan sus explicaciones. Para ello hay que

- Adecuar el material al nivel del grupo
- Reconocer las señales de progreso entre los participantes
- Ayudar a los más lentos a nivelarse y estimular su participación

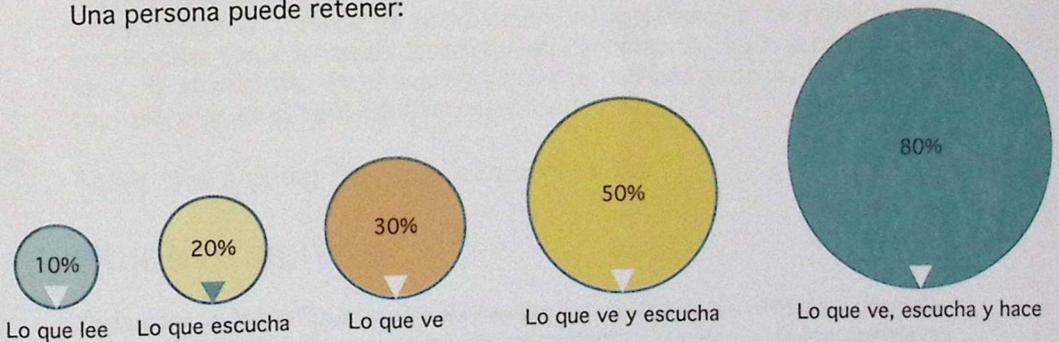
## 4. Repita los mensajes más importantes y motive a practicar

Tenga en cuenta los siguientes consejos para que un mensajes quede claro y sean retenido en la memoria de los participantes:



- a) Repita los mensajes claves. Por ejemplo, para negociar mejor, debe saber calcular cuánto le ha costado producir y también tener información de los precios de sus productos en los mercados. Dicho de otra manera:  
 $\text{costos de producción} + \text{precios en el mercado} = \text{base para negociar mejor}$
- b) Demuestre la aplicación de este proceso lo más pronto posible
- c) Motive a los asistentes para que todos realicen el ejercicio de calcular costos. La práctica permite interiorizar un conocimiento.
- d) Comience con lo más fácil hasta llegar a lo más complejo
- e) Comience por lo conocido y luego lo nuevo
- f) Presente experiencias parecidas de productores que han tenido éxito con lo aprendido (testimonios), para que los participantes se sientan estimulados a aprender

Recuerde:  
Una persona puede retener:





¿Por qué es importante promover la participación activa de productores?

Porque permite:

- < Desarrollar una experiencia de discusión y reflexión conjunta
- < Compartir el conocimiento individual, enriquecerlo y potenciarlo con la participación de todos
- < Motivar a la práctica permanente de lo aprendido

## Plan de Taller

Para el éxito de un taller es necesario planearlo con anticipación. Eso nos permite tener claros los objetivos, calcular el tiempo, preparar los materiales y diseñar la jornada.

La cantidad de participantes es determinante para apreciar la calidad de un taller; entre más numeroso el grupo, menor es la posibilidad de lograr un ambiente de participación efectiva. Por lo tanto, se recomienda no exceder de 20 personas.

Vale aclarar que el modelo de plan que se ofrece a continuación está dirigido a técnicos y líderes comunitarios que hayan sido **previamente capacitados** en los contenidos y metodología por parte del SIMA.

El taller consta de 5 temas: 1) agrocadena productiva, 2) herramientas de negociación, 3) costos de producción, 4) información de precios y 5) negociación. Estos temas se desarrollan en 7 momentos, desde la presentación hasta la evaluación. En el cuadro siguiente hay una síntesis. Luego, en el capítulo III se desarrolla cada momento.

Taller “Para ganar hay que saber negociar”

### Objetivo general

**Fortalecer en los productores habilidades para manejar los precios y negociar mejor sus productos, usando como herramientas el cálculo de los costos de producción y la información de precios de los mercados mayoristas.**

# CAPÍTULO II Plan de Taller

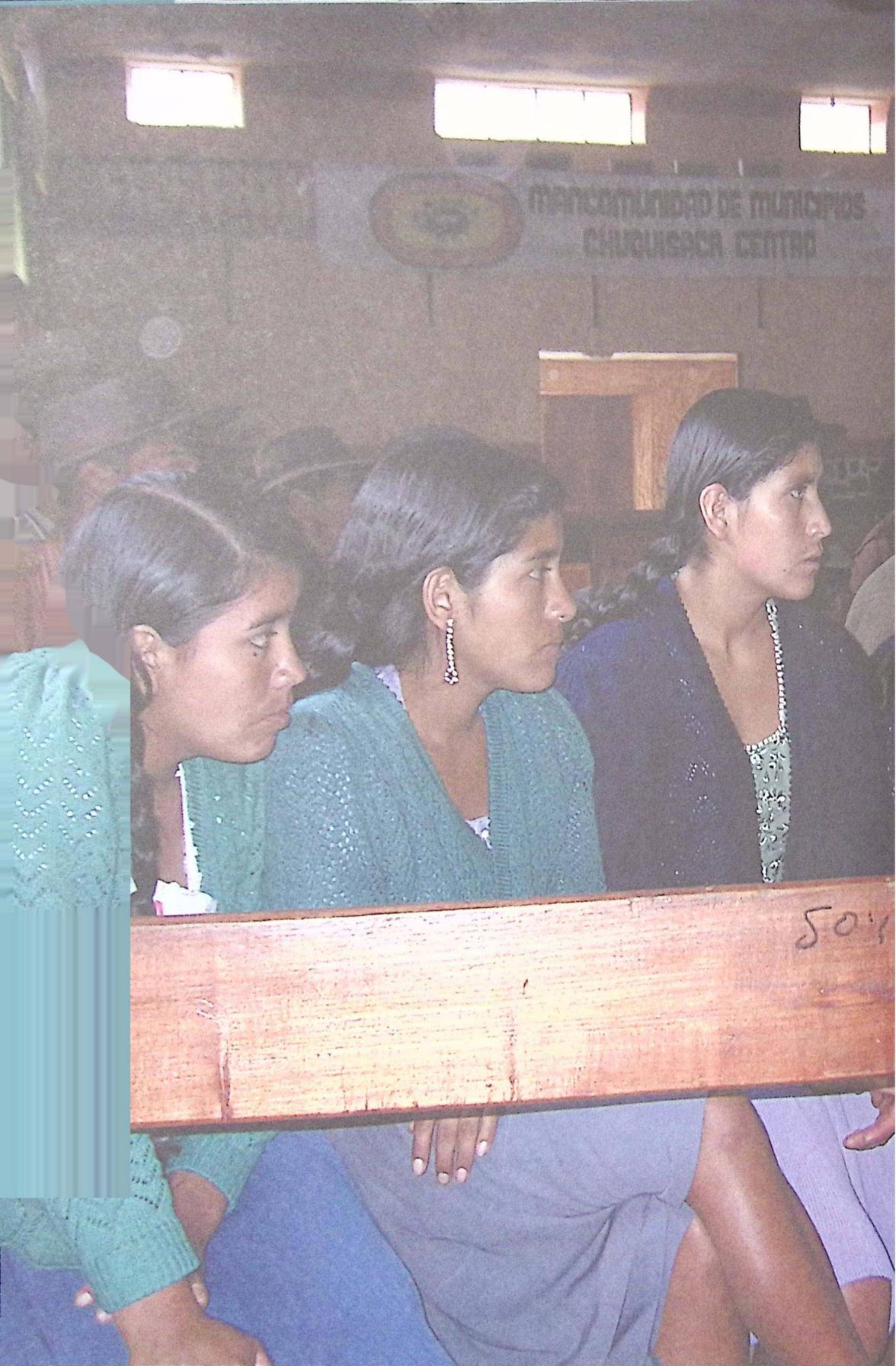


Número de participantes: 20 aproximadamente  
 Perfil de los participantes: líderes locales  
 Tiempo total aproximado: 4 horas y 30 minutos

MOMENTO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIAL	TIEMPO
<b>Momento 1:</b> a) Presentación de los asistentes b) Presentación de los temas	Generar un ambiente de confianza e informar sobre los temas del taller	a) Bienvenida y presentación de los participantes b) Presentación de los temas: 1. Agrocadena productiva 2. Herramientas de negociación 3. Costos de producción 4. Información de precios de SIMA 5. Ejercicios de negociación	Exposición	Cartulinas pequeñas, marcadores y masquín	T: 10 min a) 5 min b) 5 min
<b>Momento 2:</b> Desarrollo de los temas: 1. Agrocadena productiva	Conceptualizar la agrocadena productiva (construcción a partir de la experiencia)	Construcción participativa de la cadena, descripción de las actividades agrícolas.  Desarrollo de conceptos: • ¿Qué es una agrocadena productiva? • ¿Quiénes son los actores de la cadena? • ¿Cuáles son los eslabones de la cadena y sus funciones? • ¿Para qué nos sirve mirar la cadena? • Enfoque de la cadena • Las alianzas estratégicas	1) Trabajo grupal  2) Exposición	1) Tiras de papel de colores, masquín  2) Rotafolio	T: 60 min 1) 20 min grupos, 2 minutos p  2) 20 min exposición concepto
<b>Momento 3:</b> 2. Herramientas de negociación	Proponer las herramientas de negociación, motivando a la reflexión a partir de un diagnóstico que permita identificar conocimientos y prácticas actuales de los productores para vender sus productos	1. Identificación de problemas en el eslabón de comercialización 2. Identificación de herramientas de negociación = costos de producción + información de precios 3. Radioteatro: "Para ganar hay que saber negociar" • Reflexión: reconocer la importancia de saber calcular los costos de producción, tener información actualizada de precios de sus productos en los mercados mayoristas	1) Reflexión en torno a las preguntas y respuestas.  Apuntar las respuestas  2) Radioteatro en quechua, aymará o castellano	1) Papelógrafo, marcadores  2) Reproductor de CD o casete	T: 40 min 1) 15 min reflexión  2) 15 min audición 1 minutos r
<b>Momento 4:</b> 3. Costos de producción	Desarrollar habilidades en el cálculo de los costos de producción	1. Desarrollo de conceptos • ¿Qué es el costo de producción? • ¿Cómo puedo calcular el costo de producción? • ¿Qué debemos anotar, costos variables, costos fijos?	-Exposición participativa	-Rotafolio, marcadores, papelógrafos, masquín, calculadora, hoja de registro No 1.	T: 60 Min 1) 15 min exposición

# CAPÍTULO II Plan de Taller

MOMENTO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIAL	TIEMPO
		<p>2. Ejercicios, cálculo del costo de producción de un cultivo</p> <p>3. Análisis de los resultados costo de producción total, costo de producción unitario, punto de equilibrio, precio de venta.</p>	-Llenado en la hoja de registro No.1		<p>2) 30 minutos ejercicio</p> <p>3) 15 minutos reflexión</p>
<p><b>Momento 5:</b> 4. Información de precios de SIMA</p>	<p>Socializar las actividades de SIMA</p> <p>Desarrollar habilidades para escuchar y registrar precios de SIMA</p>	<p>Desarrollo de contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es el SIMA?</li> <li>• ¿Qué hace el SIMA?</li> <li>• ¿Qué actividades realizamos?</li> <li>• ¿Dónde recolectamos los precios?</li> <li>• ¿Por qué en los mercados mayoristas?</li> <li>• ¿Qué preguntamos en los mercados?</li> <li>• ¿De qué productos difundimos el precio?</li> <li>• ¿Dónde difundimos los precios?</li> <li>• ¿Por qué es necesario la información de precios?</li> <li>• ¿Qué vender, cuándo, dónde y a cuánto vender?</li> </ul> <p>Escucha de precios difundidos de tres días (grabación) de acuerdo al contexto sociocultural</p>	<p>1) Presentación participativa con apoyo de rotafolio</p> <p>2) Escucha y registro de precios, usar hoja registro No 2</p>	<p>-Rotafolio, marcadores, masquin</p> <p>-Reproductor de CD o casete -CD con precios -Hoja de registro No 2</p>	<p>T: 60 minutos 20 minutos presentación  10 minutos reflexión</p> <p>30 minutos, ejercicio de registro de precios</p>
<p><b>Momento 6:</b> 5. Ejercicios de negociación</p>	<p>Analizar e interpretar la información (costos y precios)</p>	<p>Negociando el precio para ganar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo puedo calcular el precio para negociar</li> <li>• Ejercicio dramatizado de una negociación: venta-compra</li> </ul>	<p>Juego de Roles: Dramatización de una feria con compradores y vendedores Llenado individual</p>	<p>-Papelógrafos, marcadores masquin. -Espacio adecuado y visible para representar la dramatización</p>	<p>T: 30 minutos 15 minutos dramatización  10 minutos reflexión</p>
<p><b>Momento 7:</b> Evaluación</p>	<p>Identificar barreras durante la negociación y analizar alternativas de fortalecimiento Evaluación participativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el grado de percepción de los temas del taller por parte de los participantes</li> </ul>		<p>-Papelógrafo con caritas, marcadores, masquin</p>	<p>T:10 minutos</p>





Con base en el plan anterior, en esta parte se desarrolla cada uno de los momentos, reiterando el objetivo, los materiales necesarios y el procedimiento sugerido.

Momento No. 1: Presentación ----- Tiempo: 10 Min

### Objetivo específico

Generar confianza entre facilitadores y participantes e informar el propósito y temas del taller, e invitar al grupo a participar activamente.

### Materiales

- < Cartulinas de color (mitad tamaño carta) en los que se anotan los temas de la jornada
- < Marcadores y masquín
- < Un pizarrón o pared visible para pegar las cartulinas
- < Rotafolio - Lámina 1

### Paso a paso

1. Inicie el taller dando la bienvenida, agradezca a los participantes por su presencia, presente a quienes facilitarán y acompañarán la jornada
2. Presente el objetivo del taller de una manera sencilla
3. Presente los temas mostrando las cartulinas con el nombre de cada tema: cadena productiva, herramientas de negociación, costos de producción, información de precios SIMA y negociación. A medida que se presentan se van pegando uno debajo del otro. Al terminar cada tema, se lo marca en la cartulina y se señala la siguiente para anunciar el otro tema. De esta manera el grupo va siguiendo el proceso.

**Recuerde que el número de temas puede variar dependiendo de las prioridades.**



Momento No. 2: Agrocadena productiva ----- Tiempo: 60 Minutos

### Objetivo específico

Lograr que los asistentes entiendan qué es una agrocadena productiva a partir de un ejercicio colectivo.

### Materiales

- < Tiritas de papel de tres colores diferentes (de cada hoja tamaño carta u oficio salen 3 tiritas cortadas verticalmente).
- < Papelógrafos, marcadores y masquín (o engrapadoras)
- < Rotafolio - Láminas 2-3-4-5-6-7-8

### Paso a paso

1. Presente el tema agrocadena productiva que está en la cartulina No.1 y explique por qué se va a hablar de eso. De inmediato elijan entre todos un producto de la zona (papa, maíz, haba, alguna fruta)
2. En el extremo izquierdo de la pizarra o papelógrafo dibuje a un Productor cultivando; en el extremo derecho dibuje a una persona consumiendo el producto (por ejemplo, papa).
3. Explique que desde que inicia la primera actividad agrícola hasta que el producto llega al consumidor hay un largo camino (dibuje el camino con

una raya y señale que en ese camino hay muchas actividades y que los asistentes conocen muy bien porque son productores).

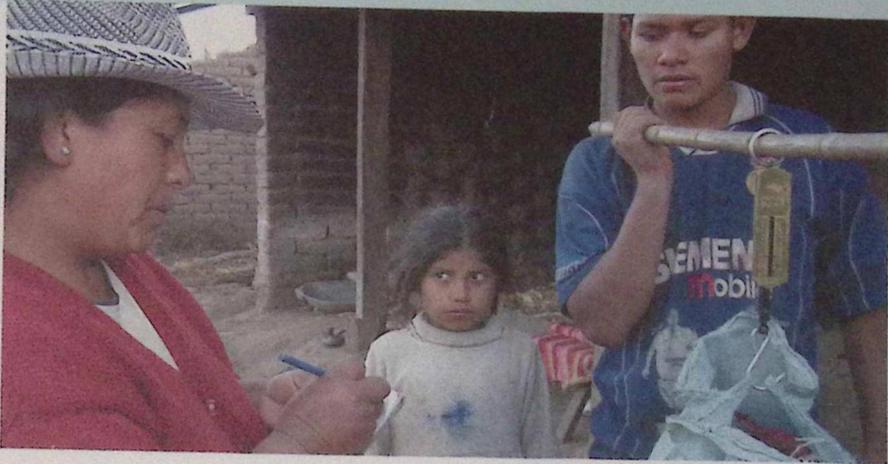
4. Forme grupos entre 6 y 7 personas y entréguele a cada grupo las tiritas de papel (\*). Pida que cada grupo escriba en cada tiritita una actividad que se hace en el camino desde el terreno hasta que llega al consumidor. Se le sugiere que cada etapa puede tener un color diferente. Los que no pueden escribir, pueden opinar y ser apoyados por el resto del grupo.
5. Una vez estén listas las tiritas, las van uniendo ordenadamente como si fuera una cadena.
6. Se presentan todas las propuestas y se va anotando en el papelógrafo los comentarios. Si la cadena se ha dividido en etapas, tomar nota de cuántas etapas hay. En seguida se pregunta al grupo:
  - a) De acuerdo con este ejercicio ¿qué es una agrocadena productiva?
  - b) ¿Cuántas etapas han distinguido?
  - c) ¿Qué quiere decir una etapa?
  - d) ¿De dónde a dónde ha considerado cada grupo su cadena?
  - e) ¿Para qué sirve mirar toda la cadena?
7. Con base en las respuestas, haga la presentación del concepto apoyado en el rotafolio (láminas 2 al 8), reforzando lo dicho por los asistentes en



cuanto a los eslabones, sus funciones, la utilidad de mirar toda la cadena, los actores, la importancia de mirar toda la cadena y cómo ser más competitivo.

8. Refuerce el concepto y anuncie el tema que sigue, diciendo que a continuación se va a hablar de cómo es posible negociar mejor

(\*) El ejercicio con tiritas puede ser reemplazado por cadenas humanas, donde cada participante represente una actividad; se van organizando y entrelazando con sus brazos hasta formar la cadena completa. Para mostrar la diferencia entre una cadena fuerte y una cadena débil, se sugiere que el facilitador u otra persona intente romper el vínculo de la cadena humana. Luego se hace referencia a las causas reales que influyen para que una agrocadena sea fuerte o débil (mala organización, alianzas débiles, etc.)



### Momento No. 3: Herramientas de negociación -----Tiempo

## Objetivo específico

Proponer las herramientas de negociación, motivando a la reflexión a partir de un diagnóstico que permita identificar conocimientos y prácticas actuales de los productores para vender sus productos.

## Materiales

- < Papelógrafos, marcadores y masquín
- < Rotafolio - lámina 9
- < Dramatización pre-grabada “Para ganar hay que saber negociar” (en castellano, quechua o aymará de acuerdo al contexto sociocultural)
- < Reproductor de CD o computador portátil con parlantes externos

## Paso a paso

1. Invite a los productores a reflexionar con las siguientes preguntas:

- ¿Qué productos cultivan en la zona que les de ganancia?
- ¿Dónde y a quién venden sus productos?
- ¿Quién fija el precio del producto?
- ¿Dónde y cómo se informan de los precios?
- ¿Cuánto nos cuesta producir una bolsa, una carga, o una arroba de producto?

- ¿Que se necesita saber para negociar mejor el precio?

2. Vaya anotando en el papelógrafo las respuestas clave y luego desarrolle la propuesta de herramientas: costos de producción + información de precios + base para negociar, apoyado en la lámina No. 09 del rotafolio.

3. Para fortalecer la idea y continuar reflexionando, proponga escuchar una historia radial de una comunidad parecida (\*).

4. Escuchen la historia, detenga la grabación en algunos momentos y reflexione con el grupo sobre lo que se esté dramatizando. Al final, se busca que haya claridad en torno a la importancia de saber calcular el costo de producción y de tener información de precios, negociar organizadamente, etc.

5. Comente al grupo que ahora se va a mostrar en detalle las herramientas de negociación.

(\*) La historia radial también se puede utilizar al principio para que el grupo se motive a comparar su realidad con lo escuchado en la radio y empezar la reflexión.

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Vida útil	Precio activa
Cheta	1	25	25	4	6
Tollema	1	25	25	4	
Semillero	1	20	20	10	
Fertilizante	4	240	240		
Anenades	1	120	120	15	
CARRA	1	200	200	4	5
guano					

Momento No. 4: Costos de producción -----Tiempo: 60 Minuto

## Objetivo específico

Desarrollar habilidades para calcular los costos de producción de cultivos de interés

## Materiales

- < Rotafolio - Láminas 10-11-12 y 13
- < Papelógrafo, marcadores, masquín
- < Hoja de Registro No. 1 (cálculo de costos)
- < Calculadoras

## Paso a paso

1. Con apoyo del rotafolio (láminas 10, 11, 12 y 13); y buscando respuestas en el grupo, explique ¿qué es costo de producción, ¿cómo se puede calcular ese costo?
2. ¿Qué se debe anotar? Aclare que los gastos deben anotarse desde la primera actividad que realiza en la parcela hasta la venta del producto. Con apoyo de las láminas del rotafolio, diferencie los costos variables (semilla, abono, etc); de los costos fijos (herramientas)
3. Inicie el ejercicio pidiendo al grupo que elija un cultivo (ejemplo, la papa). Enseguida anote los datos generales, como sigue:  
Con el aporte de todos anote en la primera casilla (**Actividad**) todas las

Hoja de Registro No. 1

## COSTOS DE PRODUCCIÓN

Cultivo: Papa

Ciclo productivo: Siembra Grande

Variedad: Huaycha

Superficie: 1 Hectárea

### Costos variables

Actividad	Unidad	Cantidad	Precio unitario Bs.	Precio total Bs.
1. Preparación del terreno				
-Limpieza	Jornal	5	20	100
-Arada con tractor	Hora	3	80	240
-Semilla	Kilo	8	75	600
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
Total costos variables:				7.200

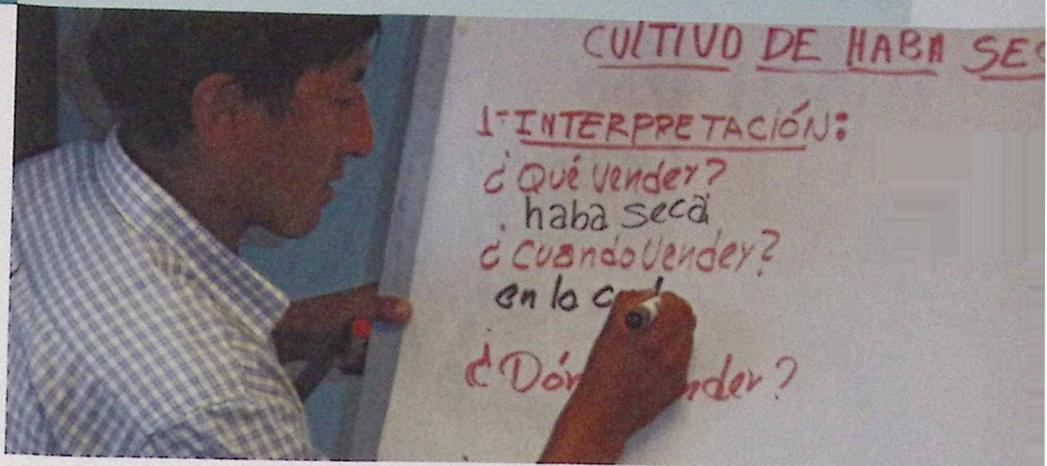
(Ver hoja de registro más completa en anexos)

actividades que se realiza en la parcela desde la primera actividad, en orden secuencial, ejemplo limpieza. En la segunda casilla (**Unidad**) se anota la unidad de medida: jornales, horas, kilos, quintales de acuerdo con la actividad. En la tercera casilla (**cantidad**) se anotan las cantidades, ejemplo: 5 jornales, 8 kilos de semilla, etc. En la cuarta casilla (**precio unitario**) se anota el precio por unidad, ejemplo: un jornal es 20 Bs., un kilo de semilla cuesta 75 Bs. Por último, en la quinta casilla (precio total) se anota el gasto total realizado, ejemplo: el precio de los 5 jornales es 100 Bs., al final se suman los datos de esta casilla.

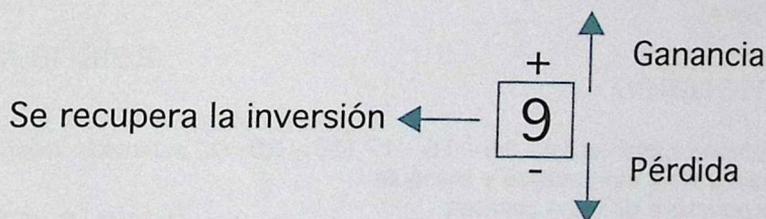
- Para tener los costos fijos (herramientas), explique que se debe calcular el 2% de la suma de los costos variables (en cultivos tradicionales), ejemplo  $9\ 7.200 * 2\% = 144$  Bs. (costo fijo).
- A continuación se suman los costos variables y costos fijos, la suma es el costo total, o sea, el gasto realizado en total en el cultivo, ejemplo  $7.200 + 144 = 7.344$  (costo total).
- Ahora puede calcular la cantidad de producto obtenido (rendimiento) considerando si los productores seleccionan su producto en primera, segunda, tercera. También considere la cantidad de producto descartado y el consumo. En el ejemplo se obtuvo un rendimiento de 800 arrobas.
- A continuación calcule el costo de producción unitario dividiendo el costo total entre la cantidad de producto obtenido, ejm.  $7.344/800 = 9$  Bs. la arroba.

Este costo determina la rentabilidad del cultivo (pérdida o ganancia) a partir del cual debería fijarse el precio de venta del producto.

Por otra parte, el costo de producción unitario también se llama punto



de equilibrio, ejemplo el costo de producción de la arroba de papa es 9 Bs., si se vende por debajo de los 9 Bs. se pierde. Si se vende en un precio mayor a 9 Bs. se gana, y si se vende a 9 Bs., sólo se recupera lo invertido.



8. Para el desarrollo efectivo de las habilidades, se puede hacer el ejercicio en grupos (no más de 6 por grupo) para que cada participante utilice su hoja de registro y desarrolle sus habilidades con el uso de calculadoras
9. Analice los resultados obtenidos y comente que esos datos se retomarán más adelante. Pregunte si esto es suficiente para ir a negociar. Motíuelos para que opinen y den a conocer sus dudas.

# ¿Qué es el SIMA?

Es el Servicio Informativo de Mercados Agropecuarios de la FDTA-Valles



Momento No. 5: Información de precios SIMA ---Tiempo: 60 Minutos

## Objetivos específicos

- Socializar las actividades del SIMA
- Desarrollar habilidades para la escucha y registro de precios difundidos por el SIMA

## Materiales

- < Rotafolio - Láminas 14 - 15 - 16 - 17 -18 y 19
- < Papelógrafos, marcadores y masquín
- < Reproductora de CD o casetes
- < Grabación de difusión radial
- < Hoja de registro No. 2 (copiada en papelógrafo) y copias para cada participante

## Paso a paso

1. Inicie este momento con apoyo de la lámina 14, motivando con la pregunta
2. Comparta las actividades del SIMA apoyándose en las láminas 15, 16, 17, 18 y 19
3. Comparta con el grupo la hoja de registro No. 2 copiada previamente en el papelógrafo, al tiempo que entrega a cada participante una copia de esa misma hojas (ver la hoja de registro No. 2 en Anexos).
4. Explique (y vaya haciéndolo) cómo llenar la hoja. Luego, pida a todos que escuchen atentamente los precios que se van a difundir en la grabación y que vayan llenando el registro, según los cultivos de su interés.
5. Retome el precio de venta como resultado del cálculo de los costos de producción y compare los precios en los principales mercados, fijando un precio de venta intermedio, con el que ya se puede ir a negociar.



Momento No.6: Ejercicios de Negociación -----Tiempo: 30 Minutos

## Objetivo específico

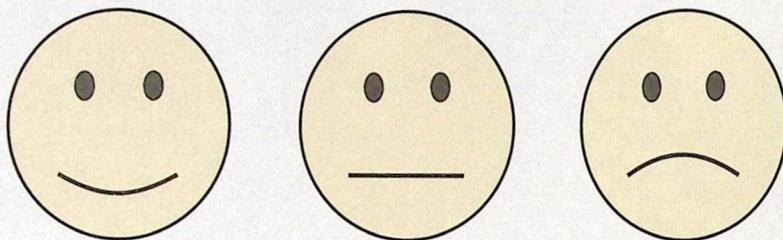
Identificar las barreras que se pueden presentar durante la negociación y buscar alternativas para solucionarlas.

## Materiales

- < Papelógrafos, marcadores, masquin
- < Rotafolio - Láminas 20 - 21 y 22

## Paso a paso

1. Con base en el precio obtenido para la negociación, divida a los participantes en dos grupos: Productores y compradores (pueden haber más grupos, según la cantidad de asistentes y de cultivos trabajados)
2. Pida a cada grupo que de acuerdo con la experiencia vivida cuando venden sus productos, se identifiquen en un rol: Productores (o esposas) que venden su producto y otros de intermediarios (ranqueros)
3. Para la dramatización, se explica que será un día de feria ( señale un lugar conocido para la mayoría), y que un día antes productores e intermediarios están planificando cómo ir a vender. Cada grupo ensaya su actuación sin que el otro escuche o vea lo que están planeando. En el caso de los intermediarios, su papel es pagar poco y ganar más. En el caso de los productores, deberán pensar hasta cuánto pueden "aflojar" el precio para no perder y más bien buscar ganancia.
4. Después del ejercicio analice si los instrumentos de negociación fueron útiles, identifique con el grupo qué otros factores influyen para negociar y cómo es posible fortalecer las debilidades en los productores.
5. Termine la sesión apoyado de las láminas 20, 21 y 22, a manera de análisis.



Momento No. 7: Evaluación participativa -----Tiempo: 10 Minutos

## Objetivo específico

Conocer el grado de recepción de los contenidos del taller e identificar acciones correctivas para los próximos talleres.

## Materiales

- < Papelógrafo con tres caritas (alegre, dudando y triste)
- < Estiqueres
- < Marcadores
- < Rotafolio - Lámina 23

## Paso a paso

1. A manera de evaluación, indague si quedó claro el mensaje, repita e insista en el mensaje final, apoyado de la lámina 23.
2. Comente que ahora, se hará una rápida evaluación con cada asistente. Pida a cada participante que marque con una X (como para votar) en la carita que represente su estado de ánimo con respecto a la jornada del día: alegre si comprendió la mayoría de los temas, con dudas si comprendió muy poco y triste si no comprendió casi nada.
3. Cuando todos hayan marcado, analicen las caras con duda y pregunte por qué se han sentido así. Vaya escribiendo las respuestas.
4. Haga lo mismo con las caritas tristes; pregunte por qué se han sentido así y apunte las respuestas.
5. Finalmente, pase a la carita alegre y haga la misma pregunta, apuntando las respuestas que le servirán para evaluar la jornada
6. Clausure el taller con el apoyo de los representantes de la institución que los haya apoyado.

**HOJA DE REGISTRO No. 1**  
**PLANILLA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Municipio:.....  
 Comunidad:.....  
 Cultivo:.....  
 Variedad:.....  
 Siembra grande:.....  
 Siembra miskha:.....

Zona:.....  
 Superficie:.....  
 Año:.....

**A. Costos variables**

Actividad	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Costo total Bs.
<b>MANEJO DEL CULTIVO</b>				
<i>Preparación del terreno</i>				
<i>Abonado</i>				
<i>Siembra</i>				
<i>Fertilización</i>				
<i>Labores culturales</i>				
<i>Riego</i>				
<i>Control de plagas y enfermedades</i>				
<i>Control de malezas</i>				
<b>COSECHA</b>				
<b>POSCOSECHA</b>				
<i>Bolsas de empaque</i>				
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>				
<b>Total costos variables:</b>				

## b) Costos fijos

Concepto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Vida útil	Precio total	No de cultivos
1. Alquiler de terreno							
2. Herramientas							
3. Equipo							
4. Maquinaria							
5. Materiales							
Total							

## Rendimiento

Producto	Cantidad	Unidad	Total
Primera			
Segunda			
Tercera			
Consumo			
Descarte			
Total costos fijos:			

## Ingresos

Producto	Cantidad	Unidad	Precio de venta unitario	Total
Primera				
Segunda				
Tercera				
Ingreso total :				

## Resumen de costos de producción

Ítem	Total
Costos variables	
Costos fijos	
Costo total	

Utilidad =

Ingreso total - costo total = Ganancia

Costo de producción unitario =

Costo total/rendimiento

Punto de equilibrio =

Costo de producción unitario

Beneficio/ costo =

Ingreso total/ costo total

Precio de venta =

Planilla de Precios

<b>PRODUCTOS</b> (Con los productos de interés de la zona o Dpto)	Mes:.....														
	<b>LUNES</b>		<b>MARTES</b>		<b>MIÉRCOLES</b>		<b>JUEVES</b>		<b>VIERNES</b>						
	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ
PAPA															
MAIZ															
HABA															
ARVEJA															
TRIGO															

<b>PRODUCTOS</b> (Con los productos de interés de la zona o Dpto)	Mes:.....														
	<b>LUNES</b>		<b>MARTES</b>		<b>MIÉRCOLES</b>		<b>JUEVES</b>		<b>VIERNES</b>						
	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ	L.PAZ	CBBA	S.CRUIZ
PAPA															
MAIZ															
HABA															
ARVEJA															
TRIGO															

- \* Los mercados pueden variar
- \* Los productos para el registro deben cambiar por zona o por departamento
- \* Irían dos cuadros por hoja. Se utilizarían dos hojas por mes (puede ser anverso y reverso)

## BIBLIOGRAFÍA REVISADA

1. Página web FDTA-Valles: [www.fdta-valles.org](http://www.fdta-valles.org)
2. Lundy, Gottret, Ostertag, Cifuentes, Best. "Diseño de estrategias para aumentar la competitividad de cadenas productivas con Productores de pequeña escala". Manual de Campo. Cali, Colombia 2004

