

# 2 Módulo



# Manual

de acceso a mercados dinámicos  
para pequeños y medianos  
agronegocios rurales





# 2 **Módulo** ¿Cómo empiezo mi agronegocio?

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2022



Módulo 2: ¿Cómo empiezo mi agronegocio?

por IICA se encuentra publicado bajo

Licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir

igual 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO)

(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>)

Creado a partir de la obra en [www.iica.int](http://www.iica.int)

El Instituto promueve el uso justo de este documento. Se solicita que sea citado apropiadamente cuando corresponda.

Esta publicación también está disponible en formato electrónico (PDF) en el sitio web institucional en [http:// www.iica.int](http://www.iica.int) .

Coordinación editorial: María Elena Sevilla Hernández

Corrección de estilo: María Elena Sevilla Hernández

Colección: Manual de acceso a Mercados Dinámicos para Pequeños y Medianos Agronegocios Rurales.

Santiago Vélez León.

Módulo 2: ¿Cómo empiezo mi agronegocio? - Tegucigalpa,

Honduras.: IICA, 2022. 41 p ; 21 x 16 cm.

ISBN: 978-92-9273-014-7

1. acceso al mercado 2. Explotaciones agrarias  
3. Técnicas de mercadeo 4. Mercados dinámicos  
5. Agronegocios rurales I. IICA II. Título

AGRIS

DEWEY

E70

338.71

Las ideas, las formas de expresión y los planteamientos de este documento son propios del autor (o autores), por lo que no necesariamente representan la opinión del IICA ni juicio alguno de su parte sobre las situaciones o condiciones planteadas.

Tegucigalpa, Honduras

2022



# Tabla de Contenido

Presentación	1
Manual	3
Módulo 2:	
¿Cómo empiezo mi agronegocio?	6
2.1	
¿Cómo hago para generar ideas de negocio?	6
2.2	
¿Cómo escojo la mejor idea de negocio?	10
2.3	
¿Cuál es el ambiente de negocio, ahora, y como se percibe a futuro?	15



# Tabla de Contenido

## 2.4

¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de mi agronegocio?

24

## 2.5

¿Cuál es mi producto y a que necesidad responde?

31

## Anexo 1

35

# PRESENTACIÓN

«Las oportunidades no pasan, las creas». Chris Grosser <sup>1</sup>

La Secretaría de Agricultura y Ganadería SAG con el apoyo de la Representación del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en Honduras entrega a emprendedores, técnicos y profesionales que trabajan en favor del desarrollo de los productores rurales y sus organizaciones el Manual de acceso a mercados dinámicos para pequeños y medianos agronegocios rurales.

Este manual está constituido por siete módulos y se considera una herramienta práctica, sencilla, amigable para el emprendedor interesado en crear una estrategia de negocios efectiva que le permita acceder, competir o posicionar sus productos o servicios en mercados potenciales.

La metodología implementada en el documento se basa en una serie de preguntas que el emprendedor responde de manera particular o con el apoyo de sus socios o familiares.

---

<sup>1</sup> Miembro de la Society of Fellows del Culinary Institute of America, ganador de múltiples premios en Arizona y sudeste de Estados Unidos, ha preparado platillos para expresidentes de Estados Unidos como Gerald Ford, Ronald Reagan and George Bush.



Por ejemplo, el primer módulo inicia con una valoración de la situación inicial del agronegocio, el segundo módulo invita a interrogarse acerca de la manera de como comenzar, posteriormente, el tercer módulo ayuda a realizar un análisis del mercado y el cliente. A partir del cuarto módulo el emprendedor construye la idea de negocio, sus requerimientos en cuanto a recursos humanos, materiales y financieros. El quinto módulo nos guía hacia la organización del agronegocio, el sexto módulo nos ayudara a saber cuánto dinero necesitamos para que el agronegocio funcione correctamente y para concluir en el módulo siete con la definición de su estrategia.

Esperamos que este documento sea de utilidad práctica como guía orientadora para crear o fortalecer esas iniciativas emprendedoras y a su vez que permita contar con más información funcional para presentar ideas de proyectos a ser financiados. funcional para presentar ideas de proyectos a ser financiados.

**Dra. Laura Suazo,**

Secretaria de Estado en los Despachos de Agricultura y Ganadería

**Dr. Santiago Vélez León,**

Representante del IICA en Honduras

# Manual de acceso a mercados dinámicos para pequeños y medianos **agronegocios rurales**

## A quién va dirigido

A mujeres emprendedoras, productoras, técnicos y profesionales que trabajan en favor del desarrollo de los productores rurales y sus organizaciones.

## Acerca del manual

Se ha estructurado en siete módulos que se pueden abordar de manera independiente, según la etapa de desarrollo en que se encuentre el agronegocio.

Una buena parte de los módulos la constituye un formulario, pero, cabe advertir que ningún formulario cubre toda la información posible. Por eso se pide que cada agroempresaria los responda por cuenta propia o con la ayuda de un facilitador, y que, de ser necesario, busquen información adicional.

## Objetivos del manual

Ofrecer una herramienta práctica, que le permita, a cualquier persona, generar una estrategia de negocios inteligente, y en definitiva, incursionar con éxito en el mercado. ayudar a las micro y medianas empresarias rurales a encontrar nuevas oportunidades de trabajo, fortalecer el desarrollo rural y mejorar el bienestar socioeconómico de los pobladores rurales, para que puedan proteger los recursos naturales, conservarlos y aprovecharlos de forma sostenible.

## ¿Para qué sirve?

Este manual está diseñado para que, a lo largo del desarrollo de los siete módulos o desde el módulo que usted desee iniciar, usted sea capaz de identificar:

- 
- 1 ¿En que etapa está mi agronegocio?
  - 2 ¿Cómo empiezo mi negocio?
  - 3 ¿Cómo, dónde y a quién vendo mi producto?
  - 4 ¿Cómo voy a producir y en cuanto vendo mi producto?
  - 5 ¿Cómo está organizado mi agronegocio?
  - 6 ¿Cuánto dinero necesito para que mi negocio funcione?
  - 7 ¿Cómo asegurar el éxito de mi agronegocio?

# 2 Módulo

## ¿Cómo empiezo mi agronegocio?

### PARA EMPEZAR

Este módulo tiene el propósito de ayudarle a concretar ideas de negocio, ofrecerle algunas pautas sobre el funcionamiento del mercado y enseñarle a detectar las fortalezas y las oportunidades que tiene su negocio, así como las debilidades y las amenazas que lo pueden hacer peligrar.

La información que obtenga le servirá como punto de partida para formular luego un plan de negocios.



### INSTRUCCIONES

Encierre con un círculo la respuesta SI o NO en la cual usted cree que se encuentra la iniciativa de su agronegocio y también complete la información que se le solicita.

Si alguna pregunta no corresponde al agronegocio que usted tiene en mente, no la responda y pase a la siguiente.

### 2.1 ¿Cómo hago para generar ideas de negocio?

Por favor, responda estas preguntas con la información que tenga actualmente.

Preguntas	Respuestas
1. ¿Qué me gustaría vender?	

Preguntas	Respuestas
2. ¿Qué producto o servicio pienso, o he escuchado, que hace falta en el mercado?	
3. ¿Qué producto o servicio (que ya existe) puedo mejorar?	
4. ¿Qué producto o servicio está de moda en la zona donde quiero vender?	
5. ¿Qué productos o servicios se están vendiendo a buen precio en el mercado en el que creo poder vender?	

## SUGERENCIAS

En esta etapa, se recomienda hacer una lluvia de ideas. No tienen que ser de la mejor calidad, pero sí, bastantes, porque entre más ideas tenga, más opciones tendrá para escoger la mejor.

Para esta sección, le recomendamos consultar con profesionales o técnicos de la zona, con amistades, con grupos de gente de su comunidad, en las ferias del agricultor, en los medios de comunicación, o bien, basarse en su experiencia propia.

Comente sus ideas con la gente. Empiece una conversación casual, sea simplemente curioso y amigable, para que la otra persona no se sienta intimidada. Ya sabe, entre más ideas, mejor, pues tendrá más claro qué meta desea alcanzar.

## HERRAMIENTAS

Anote y dibuje, como máximo, cuatro ideas que usted considere que tienen buenas posibilidades de éxito.

<b>Idea 1</b>	<b>Idea 2</b>
<b>Idea 3</b>	<b>Idea 4</b>

## COMPROBACIÓN DE RESULTADOS

Preguntas	Respuestas
1. ¿Tengo más de una idea de negocio?	Sí
	No
2. ¿A quién le pregunté qué producto o servicio hacía falta en el mercado, o qué producto o servicio podía mejorar? Anote los nombres.	
3. ¿Averigüé en más de un lugar?	Sí
	No
4. ¿Dónde averigüé o cómo identifiqué que son/es buena idea de negocio lo que quiero hacer?	

Esta sección (2.1) tenía como objetivo ayudarlo, por medio de una serie de preguntas, a generar varias ideas de negocio. Antes de pasar al siguiente nivel, asegúrese de tener varias ideas de negocio.

## 2.2 ¿Cómo escojo la mejor idea de negocio?

Las siguientes preguntas se refieren a las cuatro ideas que usted eligió en el punto anterior. Desarrolle cada idea por separado.

Preguntas	Respuestas		
1. ¿Tengo tiempo para llevar a cabo mis ideas de negocio? Marque con X.	Idea 1	Sí	No
	Idea 2	Sí	No
	Idea 3	Sí	No
	Idea 4	Sí	No
2. ¿De cuánto tiempo dispongo por mes para cada idea?	Idea 1		
	Idea 2		
	Idea 3		
	Idea 4		
¿Cuánto dinero necesito aproximadamente para cada idea? <small>(Para calcular esto, por favor revise el Anexo 1 al final de este módulo) Debe llenar un cuadro para cada idea.</small>	Idea 1		
	Idea 2		
	Idea 3		
	Idea 4		
3. ¿Cuál idea necesita más dinero y cuál necesita menos? Clasifíquelas del 1 al 4, donde 1 es la más barata y 4 la más cara.	Idea 1		
	Idea 2		
	Idea 3		
	Idea 4		
4. ¿En cuál idea estoy realmente interesado? Clasifíquelas del 1 al 4, donde 1 es la que más le interesa y 4 la que menos.	Idea 1		
	Idea 2		
	Idea 3		
	Idea 4		

Preguntas	Respuestas
<p>5. ¿Cuáles materiales (ejemplo: insumos agrícolas, aditivos, envases, empaques, equipo (ejemplo: palas, picos, machetes, hornos,) y maquinaria (ejemplo: tractor, cosechadoras, marmitas, ¿etc.) que tengo me sirven para llevar a cabo mis ideas?</p> <p>Anote la respuesta para cada idea.</p>	Idea 1
	Idea 2
	Idea 3
	Idea 4
<p>6. ¿Por qué pienso que el producto o el servicio en el que me gustaría trabajar se vendería bien en esa zona?</p> <p>Anote la respuesta para cada idea.</p>	Idea 1
	Idea 2
	Idea 3
	Idea 4
<p>7. ¿Piensan mis compañeros o encuestados que estas son buenas ideas? ¿Por qué?</p> <p>Anote lo que opinan ellos de cada idea.</p>	Idea 1
	Idea 2
	Idea 3
	Idea 4

## SUGERENCIAS

Se entiende como una buena idea de negocios, aquella que responde a una necesidad insatisfecha o gusto de los clientes en un mercado dado, que se proyecta en un futuro a mediano plazo, y que se podría mantener a largo plazo.

Para afianzar su posición, reúnase con otras personas y discuta cada una de las ideas del punto anterior. Investigue si las que tienen requisitos más grandes de lo que usted tiene o puede conseguir, se pueden lograr.

Identifique el mayor número de aspectos negativos y positivos (los pros y los contra) de cada idea y ordénelas, luego, según la posibilidad de éxito que usted crea que tienen.

Asegúrese de estar realmente convencido de su idea final: usted debe tener plena confianza en su proyecto y sentir pasión por lo que va a hacer.

## HERRAMIENTAS

Examine los pros y los contras de cada idea y asígneles un número del 1 al 4, donde 1 es la mejor y 4 la menos probable. Complete esta tabla con sus propios argumentos y con el apoyo de otras personas de su comunidad.

<b>Nombre de la idea</b>	<b>Aspectos positivos</b>	<b>Aspectos negativos</b>	<b>¿Tengo interés? ¿Por qué?</b>	<b>Orden de importancia</b>



<b>Nombre de la idea</b>	<b>Aspectos positivos</b>	<b>Aspectos negativos</b>	<b>¿Tengo interés? ¿Por qué?</b>	<b>Orden de importancia</b>

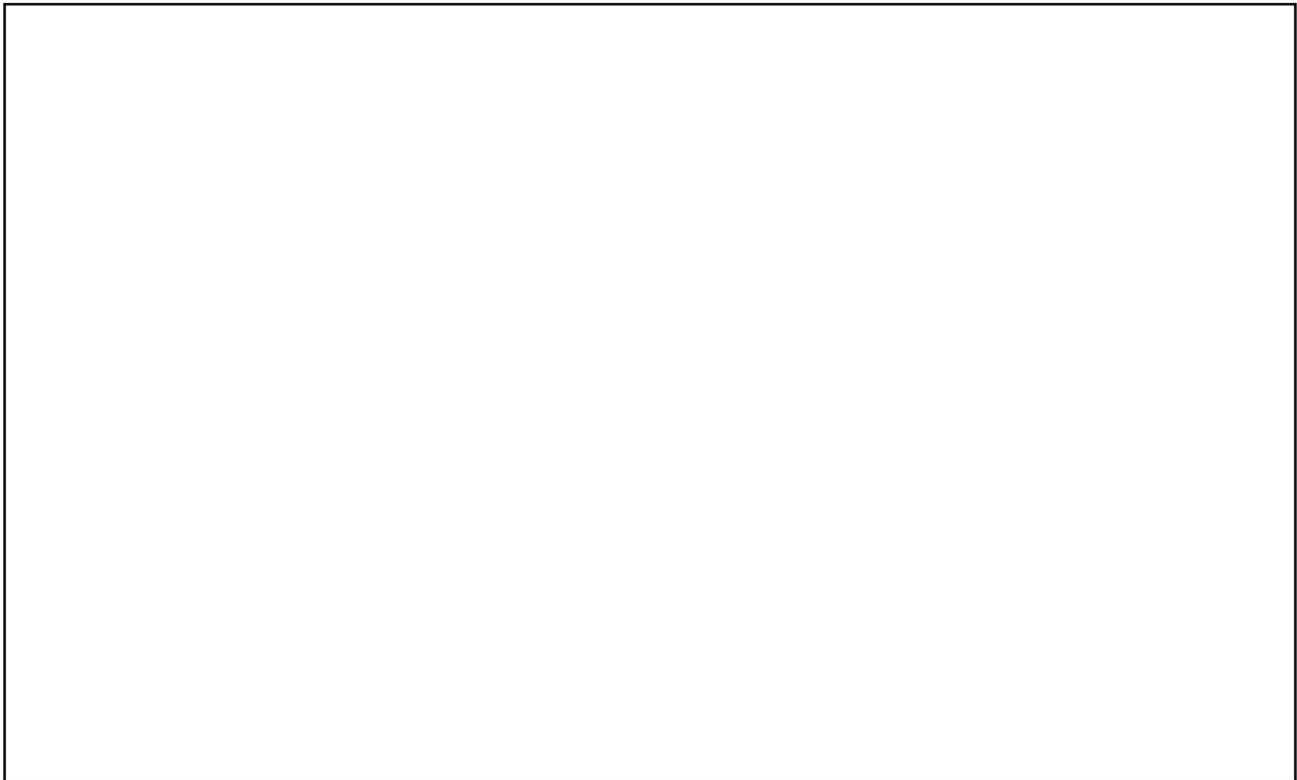
## COMPROBACIÓN DE RESULTADOS

Preguntas	Respuestas
1. ¿Tengo o puedo obtener fácilmente el dinero necesario para llevar a cabo la idea que considero como la de mayor probabilidad de éxito?	Sí
	No
2. ¿Tengo o puedo obtener sin dificultad el equipo necesario para llevarla a cabo?	Sí
	No
3. ¿La idea que seleccioné como la mejor es la idea con más aspectos positivos?	Sí
	No
4. ¿Piensan mis compañeros o encuestados que es la mejor idea?	Sí
	No
5. ¿Quiénes opinan de esta manera?	Sí
	No
6. ¿Estoy convencido de que es la mejor idea?	Sí
	No
7. ¿A qué me comprometo?	

El objetivo de esta sección (2.2) fue ayudarle a elegir la mejor idea de entre varias. Para pasar al siguiente nivel, usted deberá tener en mente una idea de negocios concreta, y estar convencido o convencida de que va a tener éxito.

### 2.3 ¿Cuál es el ambiente de negocios, ahora, y cómo se percibe a futuro?

Describa y luego dibuje la idea de negocios que seleccionó (la que tiene más posibilidades de éxito, según lo trabajado en la sección 2.2).



Idea de negocios seleccionada

En base a esa idea, responda las siguientes preguntas.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. ¿Quiénes son o quiénes podrían ser mis competidores? Anote sus nombres.	

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
2. ¿Hay productos o servicios parecidos que podrían competir con el mío?	Sí
	No
¿Cuáles son?	
3. ¿Conoce la cantidad de producto o servicio que está vendiendo ahora la competencia?	Sí
	No
¿Cuánto es?	
4. ¿Quiénes son o quiénes podrían ser mis clientes? Anote sus nombres.	
5. ¿Necesito intermediarios para vender mi producto o servicio?	Sí
	No
6. ¿Lo puedo vender por mi propia cuenta?	Sí
	No
7. ¿En caso de que lo venda por mi cuenta, sé a quién venderle y dónde hacerlo?	Sí
	No
¿Dónde?	
¿A quién?	
8. ¿Estoy al tanto de la cantidad de producto o servicio que demandan los clientes?	Sí
	No
¿Cuánto es? (Para responder, pregunte a los clientes de la competencia cuánto compran.)	

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
9. ¿Averigüe si piden un mínimo de producto?	Sí
	No
¿Cuánto es? (Para responder, pregunte a los clientes de la competencia cuánto compran.)	
10. ¿En cuánto se vende el producto o servicio actualmente?	
11. ¿Conozco, paso a paso, lo que tengo que hacer para producir o dar el servicio?	Sí
	No
Explique	
12. ¿Sé qué personas, bancos u organizaciones me pueden financiar?	Sí
	No
Anote los nombres.	
13. ¿Mi producto afecta en alguna medida el medio ambiente?	Sí
	No
¿En qué lo afecta?	
14. ¿Qué hay de malo en el servicio al cliente de la competencia, que yo pueda mejorar?	

## SUGERENCIAS

Para poder concretar una buena idea de negocios es necesario comprender todos los factores (cercanos y lejanos) que la integran y la afectan. De esta manera, se pueden detectar las variaciones, las amenazas y las oportunidades que pueden surgir en el camino.

Con esto, puede estar al tanto de los posibles riesgos actuales y futuros resultantes de los factores cercanos.

De los factores lejanos, como los políticos, también se pueden generar oportunidades o amenazas.

Por esto, hay que investigar, para protegerse de estos factores y transformar las amenazas en eventuales oportunidades de negocio. Asegúrese de conseguir toda la información posible para tomar la decisión.

Reúnase con algún competidor o vaya a alguna feria y entérese, de manera general, de cómo es el mercado, de la cantidad de producto que se ofrece (la oferta) y de la cantidad de producto que se compra (la demanda).

Empiece conversaciones de manera espontánea con posibles clientes. También hable con los posibles competidores, pero de manera casual. No diga que está interesado en convertirse en la competencia; simplemente compre algo y aproveche ese momento para conversar con otros productores.

Averigüe precios en boletines o sitios electrónicos y pregunte a técnicos y profesionales sobre los paquetes tecnológicos disponibles. Esto es fundamental porque la calidad de su producto puede mejorar mucho si usted tiene un buen paquete tecnológico (plan de fertilización, riego, control de malezas, alimentación para animales, etc.).

No olvide reunirse con los clientes y preguntar por los puntos débiles de la competencia.

## HERRAMIENTAS

Describa en detalle la situación (presente y futura) de cada una de las preguntas que se le plantearon antes. Para el presente simplemente describa la situación actual. Sea objetivo y realista. Para el futuro, trate de imaginarse cómo podría cambiar el mercado. De nuevo, trate de ser objetivo; no sea ni pesimista ni demasiado positivo.

Por ejemplo, en el primer punto, señale quiénes son sus competidores ahora y luego trate de imaginar cómo podría ser su relación con ellos más adelante.

Esta parte la ayudará a pensar en un escenario futuro y lo hará reflexionar sobre posibles amenazas y oportunidades.

<b>Situación presente</b>	<b>Situación futura</b>
Ejemplo: Competidores: Francisco Calvo	Amigo de Francisco Calvo
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	



<b>Situación presente</b>	<b>Situación futura</b>
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	

## COMPROBACIÓN DE RESULTADOS

Preguntas	Respuestas
1. ¿Tengo información actualizada sobre la cantidad de producto o servicio que se ofrece en el mercado?	Sí
	No
¿Cuánto se ofrece por mes?	
2. ¿Tengo información actualizada sobre la cantidad de producto o servicio que el mercado pide?	Sí
	No
¿Cuánto pide por mes?	
3. ¿Conozco el precio actual al que se vende el producto o servicio?	Sí
	No
¿A qué precio se vende?	
4. ¿Hice encuestas a clientes actuales y potenciales sobre sus compras?	Sí
	No
¿Cuánto podrían comprar?	
5. ¿Conozco las debilidades generales de la competencia?	Sí
	No
¿Cuáles son?	

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
6. ¿Averigüé en qué épocas mi producto o servicio tiene el precio más alto o el precio más bajo?	Sí
	No
¿En qué época sucede esto?	Precio más alto:
	Precio más bajo:
7. ¿Pedí el consejo de algún técnico o profesional en lo relativo a los paquetes tecnológicos disponibles, y sus pros y sus contras?	Sí
	No
¿Cuáles son los pros y los contras?	
8. ¿Me he reunido con compradores directos o intermediarios para saber los costos de colocación de mi producto o servicio?	Sí
	No
¿Cuánto es el costo?	
9. Si mi respuesta es no, ¿con quién averigüé los costos? Anote sus nombres.	
¿Cómo lo averigüé?	
10. ¿Consulté con alguna organización financiera las posibilidades de financiamiento, así como sus pros y sus contras?	Sí
	No



<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
¿Cuáles son las organizaciones financieras consultadas? ¿Cuáles son los pros y los contras de su servicio de financiamiento?	

El objetivo de este punto (2.3) fue ayudarle a conocer el mercado en el que desea participar. Antes de pasar al siguiente punto, usted debe tener una idea general del comportamiento del mercado y de sus componentes. Si no es así, profundice las respuestas de la sección anterior.

## 2.4 ¿Cuáles son las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de mi agronegocio?

Por favor, escriba el objetivo de su agronegocio. Recuerde que se trata de la idea de negocio que seleccionó como la mejor y en la que profundizó en el punto anterior (2.3).

**Objetivo:**

Ahora, responda las siguientes preguntas

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. ¿Sé cuáles son o podrían ser las fortalezas de mi agronegocio?	Si
	No
Explique.	

Preguntas	Respuestas
¿Sé en qué se diferencia o se podría diferenciar mi producto o servicio de los otros?	Si
	No
Explique.	
2. ¿Puedo satisfacer las demandas de mi cliente en cuanto a cantidad y calidad, entrega y servicio al cliente? Marque con 1 las que sí puede cumplir y con 0 las que no.	Cantidad
	Calidad del producto
	Entrega
	Servicio al cliente
3. ¿Sé cuáles oportunidades del ambiente que me rodea (mercado, financiamiento, etc.) puedo aprovechar?	Si
	No
¿Cuáles son las oportunidades que puedo aprovechar?	
4. ¿Sé qué debilidades tiene o tendría mi agronegocio? (dinero, cantidad de terreno, equipo, etc).	Si
	No
¿Cuáles son?	

Preguntas	Respuestas
5. ¿Sé cuáles son o podrían ser las amenazas de mi empresa? (Competidores, tendencias del mercado, factores sociales, gubernamentales, paquete tecnológico, etc.).	Si
	No
¿Cuáles son?	

## SUGERENCIAS

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica que "toma una fotografía" de la situación de su agronegocio. Identifica las amenazas y las oportunidades que vienen del entorno, así como las fortalezas y debilidades que vienen del agronegocio mismo.

El propósito de este análisis es conocer la situación del agronegocio para aprovechar las oportunidades por medio de las fortalezas y, al mismo tiempo, conocer las debilidades, corregirlas y evitar posibles amenazas.



Las **Fortalezas** son aquellos recursos materiales, económicos o humanos con los que cuenta la empresa. Son de vital importancia para su funcionamiento y desarrollo, y para el cumplimiento de su objetivo.



Las **Debilidades** son aquellas deficiencias materiales, económicas o humanas con las que cuenta una organización y que afectan la ejecución de su objetivo



Las **Oportunidades** son aquellas posibilidades de desarrollo que tiene una organización. Se encuentran en el medio natural, geográfico, cultural, social, político y económico en el que se mueve la empresa. Por ejemplo, las afiliaciones, el apoyo de otras organizaciones o del gobierno, las capacitaciones que reciba, las tecnologías de que se apropie, etc.



Las **Amenazas** son todas aquellas situaciones negativas que ponen en peligro el desarrollo de una organización. Se encuentran en el medio natural, geográfico, cultural, social, político y económico en el que se mueve la empresa. Por ejemplo, la competencia, la falta de programas de apoyo y de cooperación, los desastres naturales, etc.

Para hacer este análisis, reúnanse con todas las personas que participan en su agronegocio. Entrégueles una hoja y pídale que hagan el FODA de manera individual. Después, reúnanse con todos y compartan los resultados.

Asegúrese de “tomar una buena fotografía” de su agronegocio.

## HERRAMIENTA ANÁLISIS FODA

**Fortalezas**



**Debilidades**



Anotar el nombre  
de su agronegocio



**Oportunidades**



**Amenazas**

Anotar y el objetivo de su agronegocio



## Análisis FODA – Situación interna y situación externa de la empresa

### Fortalezas

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Debilidades

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Oportunidades

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Amenazas

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## COMPROBACIÓN DE RESULTADOS

Preguntas	Respuestas
1. ¿Entendí bien lo qué es un análisis FODA?	Si
	No
2. ¿Explicué bien qué es un análisis FODA y logré que me entendieran los demás participantes del agronegocio o de la "iniciativa"?	Si
	No
3. ¿Me reuní con mis compañeros y compañeras y discutí con ellos cada uno de los puntos?	Si
	No
4. ¿Tengo una copia escrita del análisis FODA de mi agronegocio?	Si
	No
5. ¿Discutí con mis compañeros y compañeras cómo corregir las debilidades?	Si
	No

El objetivo de este punto (2.4) fue explicarle lo que es un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Con esta herramienta usted podrá determinar los puntos fuertes de su agronegocio y sacarles mayor provecho, y también, determinar los puntos débiles y evitar las posibles amenazas y convertirlas en puntos de mejora.

Para continuar al siguiente nivel, usted debe haber efectuado el análisis FODA de su agronegocio y, como resultado del diálogo, haber pensado en soluciones estratégicas que lo diferencien de la competencia.

## 2.5 ¿Cuál es mi producto y a qué necesidad responde?

Preguntas	Respuestas
1. ¿Tengo claro en qué consiste mi producto o servicio?	Sí
	No
Si la respuesta es sí, descríballo.	
2. ¿Tengo claro qué problema soluciona mi producto o servicio?	Sí
	No
Si la respuesta es sí, descríballo.	
3. ¿Tengo claro a qué necesidad o qué deseo de los clientes responde mi producto o servicio?	Sí
	No
Si la respuesta es sí, descríballo.	
4. ¿Por qué creo que la gente va a querer mi producto?	Sí
	No
5. ¿Voy a dar servicios adicionales al producto?	Sí
	No

Preguntas	Respuestas
¿Qué servicios?	
6.¿Qué características diferencian mi producto de los otros?	
7. ¿Qué lo hace innovador?	
8. ¿Qué estrategia aplicaré para protegerlo de la competencia?	

## SUGERENCIAS

El producto es el bien o servicio que vende el agronegocio para satisfacer las necesidades o deseos del cliente en un mercado determinado.

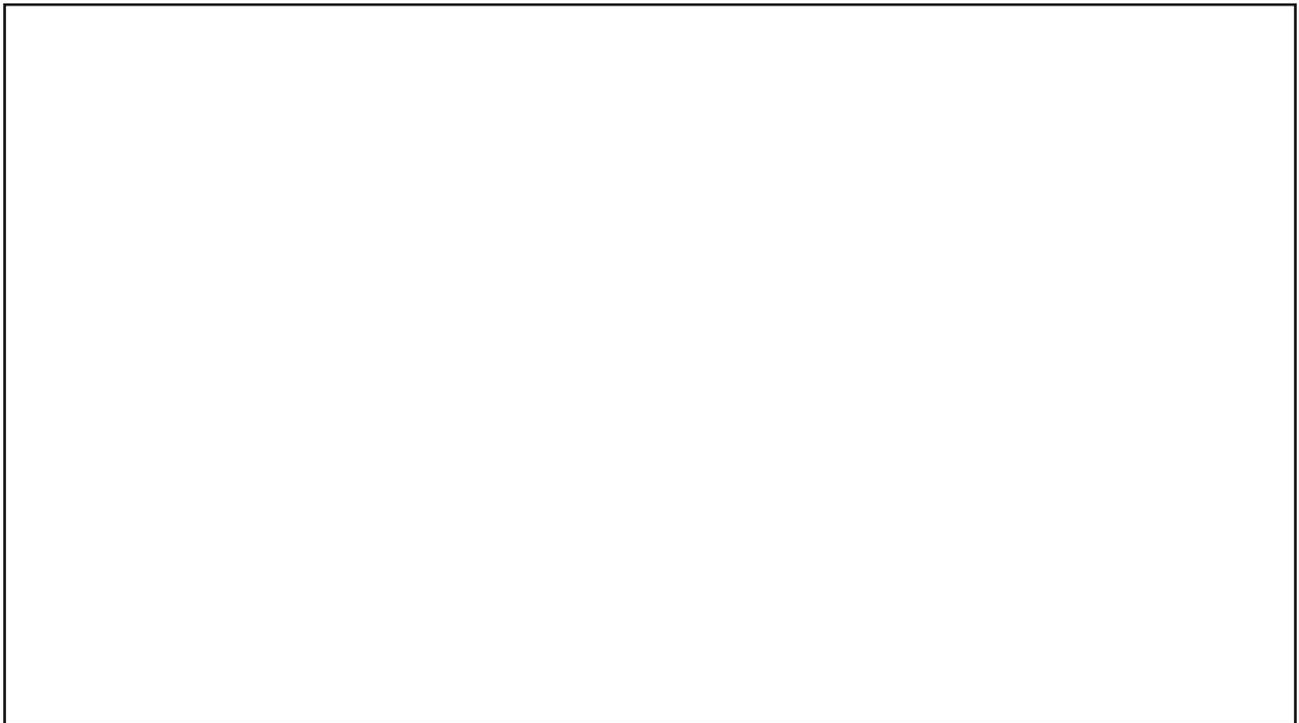
Para poder vender un producto o servicio, hay que conocer algunos aspectos: cómo está el producto o servicio en relación con las ofertas de la competencia, cuál es el empaque ideal, cómo tendría que ser la etiqueta, quién es el cliente y cuáles son sus necesidades y su comportamiento de compra.

De igual modo, para diferenciar un producto hay que utilizar estrategias como: ser original y tener un nombre atractivo, claro, simple y fácil de recordar.

Los servicios adicionales también contribuyen a diferenciar el producto; por ejemplo, los servicios anteriores a la venta (entrega de catálogos del producto), los servicios durante la venta (entrega del producto o servicio) o los servicios posteriores a la venta (aseguramiento de la calidad del producto vendido).

Para resolver esta parte, reúnanse con un grupo de personas (mínimo 10) y pregúnteles cuáles características de su producto les parecen las más llamativas (manifieste varias opciones). También, pregúnteles sobre el tipo de servicios en que estarían interesados.

## HERRAMIENTAS



Escriba el nombre de su producto/servicio y dibújelo. Indique cómo lo piensa diferenciar de los competidores. No olvide describir detalles como las etiquetas, los envases, las características del producto, etc.

## COMPROBACIÓN DE RESULTADOS

Preguntas	Respuestas
1. ¿Estoy seguro de que mi producto soluciona un problema o responde a una necesidad?	Sí
	No
¿Cuál es ese problema?	
2. ¿Le consulté a alguien o hice encuestas para saber como diferenciar mi producto del de mis competidores?	Sí
	No
¿Cómo puedo hacerlo?	
3. ¿Le consulté a alguien o hice encuestas para saber qué otros servicios podría ofrecer junto con el producto?	Sí
	No
¿Que servicios podría ofrecer?	

El objetivo de este módulo fue el de ayudarlo a generar diversas ideas de negocio, a escoger la mejor y a examinar el ambiente de negocios.

Se explicó la importancia de determinar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de una empresa, para aprovechar las ventajas que se presentan y corregir los posibles problemas.

Finalmente, se señaló la importancia de que el producto escogido responda a una necesidad o contribuya a solucionar un problema.

En el siguiente módulo, hablaremos más sobre el mercado y su funcionamiento, y sobre herramientas de diferenciación que le ayudarán a competir exitosamente.

“Cada vez que piensas, estás en proceso de creación. Algo se va a manifestar como consecuencia de ese pensamiento. Cuando te enfocas en algo de forma apasionada, ese algo se manifiesta aún con más rapidez.”  
Rhonda Byrne, autora australiana

## ANEXO 1

Cómo calcular cuánto dinero se necesita aproximadamente para una idea de negocio.

Para hacer un estimado general de los costos de una idea de negocio, debo calcular los siguientes rubros.

<b>Detalle</b>	<b>Costo en lempiras</b>
Terreno para construcción de planta y oficina etc.).	
Construcción de planta y oficina	
Maquinaria	
Materiales y equipo	
Materia prima para un mes de operación	
Mano de obra para un mes de operación	
Transporte para la compra de insumos y materia prima y comercialización de productos. Calcular para un mes de operación	
Servicios públicos para un mes de operación	
Impuestos sobre la renta	
Otros, especifique	
<b>Total</b>	

