



**ASCOOP**

Asociación Colombiana  
de Cooperativas



# LA PERTENENCIA DE LOS ASOCIADOS COMO DUEÑOS Y COMO USUARIOS

**RUBÉN MARTÍNEZ GIL**  
**M.B.A.**



# Qué es una EMPRESA

- Acción o tarea que entraña esfuerzo y trabajo.
- Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de la comunidad en la cuál se desarrolla.
- Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.



# Y...Qué es una COOPERATIVA

- > Sociedad formada por productores, vendedores o consumidores con el fin de producir, comprar o vender de un modo que resulte más ventajoso para todos.
- > Una cooperativa es una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente con el fin de desarrollar un negocio o actividad económica



# Conclusión

TODA COOPERATIVA ES UNA EMPRESA, MÁS  
NO TODA EMPRESA ES UNA COOPERATIVA POR LO TANTO  
UNA EMPRESA COOPERATIVA TIENE ASOCIADOS QUE SON  
LOS DUEÑOS Y TIENE **USUARIOS / CLIENTES / COMPRADORES**  
QUE PUEDEN SER LOS ASOCIADOS...DEBE ENTONCES  
**COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS O SERVICIOS**



# LA DINÁMICA COMERCIAL DEL SIGLO XXI

## NUEVA DÉCADA

**M E R C A D O**

**PRESIÓN**

**PRODUCTO / SERVICIO**

**INFORMACIÓN/ NECESIDADES**

**LLEVA EL PRODUCTO/SERVICIO**

**E  
M  
P  
R  
E  
S  
A**

**C  
L  
I  
E  
N  
T  
E  
S**

**¿ DÓNDE ESTA EL ÉXITO ?**



**ASCOOP**  
Asociación Colombiana  
de Cooperativas



# MERCADO

O  
F  
E  
R  
T  
A

Expectativa de Ingreso  
Y rentabilidad

Capacidad de  
Producción/músculos  
financiero

Know- How

Utilidad marginal  
Valor Acumulado

PRODUCTO  
SERVICIO

Necesidades

Capacidad de compra

Deseo de compra

Utilidad marginal  
Valor Agregado

D  
E  
M  
A  
N  
D  
A

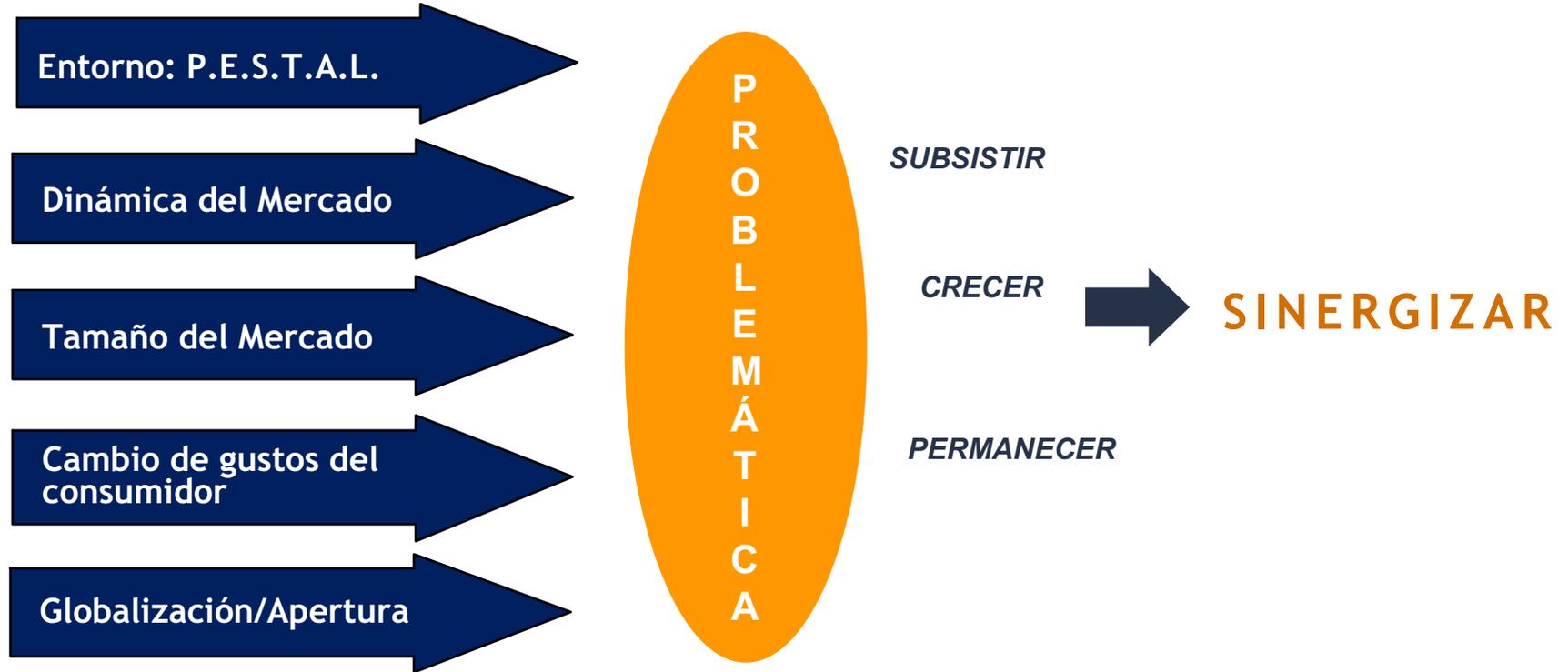
LA COMERCIALIZACIÓN DINAMIZA EL MERCADO



ASCOOP  
Asociación Colombiana  
de Cooperativas



# LA EMPRESA Y LA COMERCIALIZACIÓN





# FUNCIÓN INTEGRADORA DE LA FILOSOFÍA COMERCIAL MODERNA

# USUARIO





# EN EL ROL DE DUEÑO ES DECIR EMPRESARIO DEBE CONOCER...

ENTORNO

El entorno en el que se  
mueve la Cooperativa

MERCADO

El mercado en  
que se mueve

USUARIO

Cliente, usuario,  
comprador

COMPETENCIA

SERVICIOS





# ROL DEL AREA COMERCIAL



**ASCOOP**  
Asociación Colombiana  
de Cooperativas



1960 - 2020



A B

“

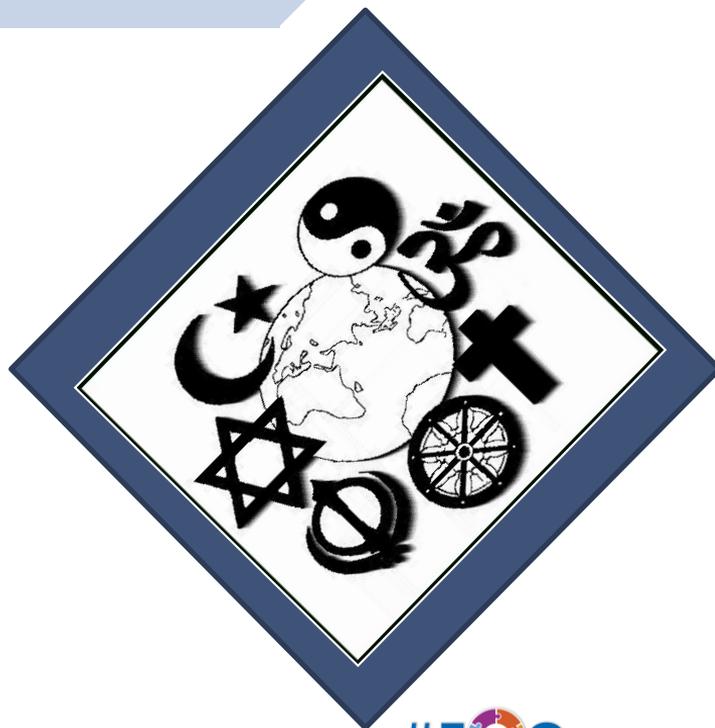
*Los paradigmas en el sector cooperativo y su efecto en los roles de DUEÑOS y ASOCIADOS*

”



## ¿Qué es una CREENCIA?

*Una **creencia** es una idea que es considerada verdadera por quien la profesa, idealizándose generalmente en la interpretación, de los cuales se desconoce demostración absoluta o no se exige una justificación o fundamento racional.*





# ¿En qué CREO?



**ASCOOP**  
Asociación Colombiana  
de Cooperativas





# COHERENCIA ENTRE EL SER Y EL HACER



**ASCOOP**  
Asociación Colombiana  
de Cooperativas

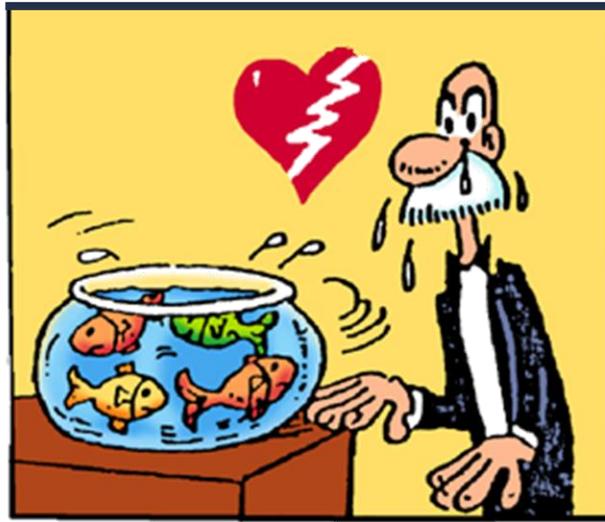


Si usted cree lo que siempre ha creído...

entonces siempre pensará en lo que siempre ha pensado y..

siempre actuará como siempre ha actuado y...

siempre obtendrá lo que siempre ha obtenido...



...Cambié su creencia y...  
cambiará su pensar...

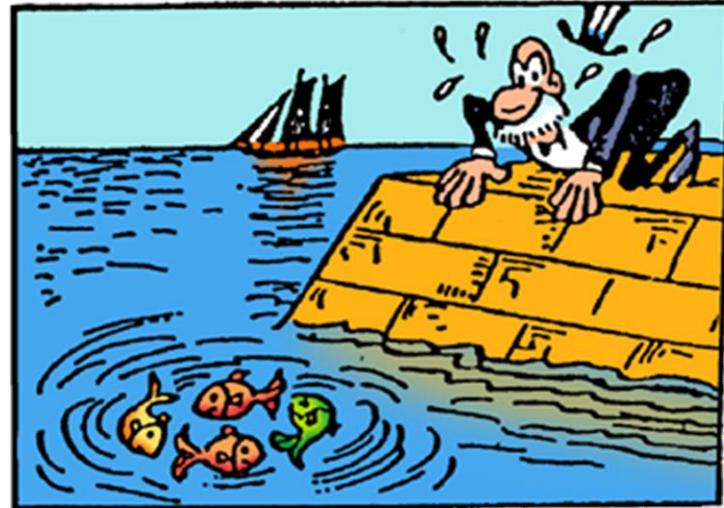
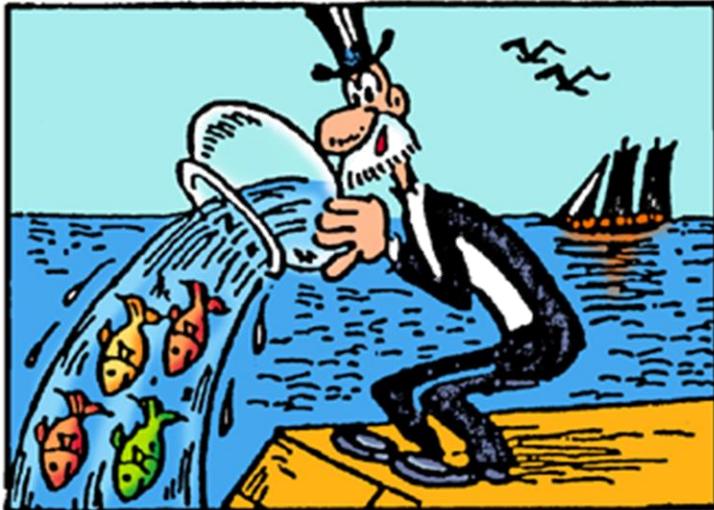
Cambié su pensar y...

Cambiará su actuar...

Cambié su actuar y ...

Cambiará su resultado...

Michel Ferguson



“

A TRAVES DE LOS ÚLTIMOS 60 AÑOS, SON MUCHOS LOS PARADIGMAS QUE HAN SURGIDO EN LA ACTIVIDAD DE VENTAS. ALGUNOS DE ELLOS SIGUEN SIENDO VALIDOS PERO OTROS DEFINITIVAMENTE ESTAN REVALUADOS.

”

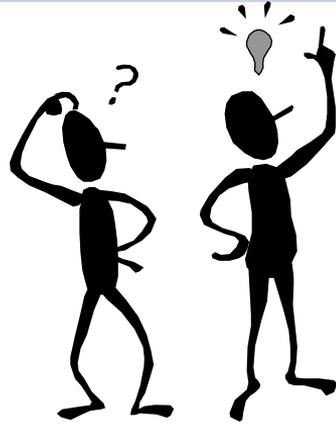
# LOS PARADIGMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN



# EFECTO DEL PARADIGMA EN VENTAS

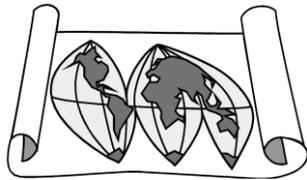
## QUÉ PROBLEMAS PUEDEN TRAERNOS LOS PARADIGMAS?

Quando los paradigmas se convierten en la única manera de hacer algo, esto nos puede llevar a un ingrato desorden que pudiera llamarse “parálisis paradigmática”: enfermedad mortal de certeza.



## QUÉ HACER PARA EVITAR ESTOS PROBLEMAS?

Usted puede decidir cambiar las reglas y reglamentos adaptándolos al mundo real que evoluciona. Usted puede elegir ver el mundo de una forma diferente.



**LO QUE ES IMPOSIBLE UN DÍA ES LA NORMA DEL MAÑANA**



**ASCOOP**  
Asociación Colombiana  
de Cooperativas





# CADENA DEL MERCADO



PRODUCTOR /  
PROVEEDOR

PRODUCTOS /  
SERVICIOS

INTERMEDIARIO /  
CANAL

USUARIO / CLIENTE /  
CONSUMIDOR



# EL SISTEMA DE VALOR DEL NEGOCIO

*El éxito del proceso está en INICIARLO en el usuario - Cliente - Consumidor-Segmentos hasta llegar a la organización de la Empresa para que esta responda a las necesidades de los clientes de cada segmento.*

*Hay que tener en mente que cada eslabón de la cadena DEBE agregar valor para que cuando el Producto-Servicio llegue al Cliente-Consumidor este lo perciba valorizado.*



**ASCOOP**  
Asociación Colombiana  
de Cooperativas





# ¿QUÉ DEBO CONOCER DE MIS USUARIOS?



# CONOZCA A FONDO LA COMPETENCIA



Establezca el perfil comparativo de la competencia, considerando al menos los siguientes factores:

## A. VOLUMEN/ PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

- Liderazgo
- Porcentaje vol. o \$?
- Penetración
- Rata de crecimiento

## B. CARACTERÍSTICAS INSTITUCIONALES

- Filosofía/cultura empresarial?
- Nacional o transnacional?
- Know How?
- Tecnología?
- Disciplina de valor? Objetivos?
- Tamaño/poder económico? Instalaciones?

## C. SUS PRODUCTOS/SERVICIOS

- Una o varias líneas?
- Amplitud-cubrimiento portafolio?
- Cuáles y hacia qué segmentos?
- Calidad- precio?

## D. MARCAS E IMAGEN DE LAS MISMAS

- Qué marcas? Qué aceptación tienen?
- Cuántas? Posicionamiento buscado?
- Qué ofrece cada marca?

## E. POLÍTICA DE PUBLICIDAD

- Inversión?
- Contenido y forma?
- Precios?

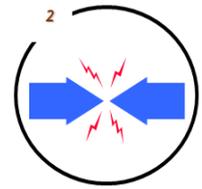
## F. POLÍTICA DE PROMOCIONES

- Inversión?
- Objetivos? Frecuencia? Duración?

## G. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN, VENTAS Y SERVICIO.

- Cubrimiento y alcance?
- Canales comerciales?
- Condiciones de pago?
- Organización Comercial?
- Estrategia de servicio?

# ESTABLEZCA UNA REAL VENTAJA COMPETITIVA



CONOZCA Y  
EVALÚE A SU  
COMPETENCIA

## CONCEPTOS BÁSICOS

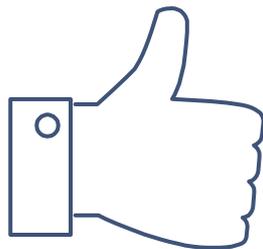
**VENTAJA:** Disponer de algo bueno que mi competencia no tiene o tiene en grado inferior.

**COMPETITIVO:** Ser competitivo es encontrarse en condiciones de ganar. Si el objetivo es conquistar a un cliente este se convierte entonces en juez máximo y él determinará por tanto cuales son los factores que le interesa recibir.

*Entonces la definición de ventaja competitiva será:*

*“AQUELLO QUE MI COMPAÑÍA PUEDE BRINDARLE AL USUARIO ESCOGIDO EN MEJORES CONDICIONES QUE LA COMPETENCIA Y QUE TIENE TANTO VALOR PARA ÉL QUE DEFINITIVAMENTE LO HAGA DECIDIR POR MI COMPAÑÍA”*

*Si lo podemos hacer en forma rentable,  
tendremos una ventaja real.*



# GRACIAS