



DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA ASOCIACIÓN FEDEPLACOR PERTENECIENTES A LA SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y AGROINDUSTRIAL DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA.

ENTIDAD
SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y AGROINDUSTRIAL
GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA

AUTORA

MARÍA PAULA MARTÍNEZ LÓPEZ

TUTOR DE ENTIDAD

PEDRO ESQUIVIA GUZMÁN

TUTOR UNIVERSIDAD

LINEY CECILIA BERDUGO ARROYO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MONTERÍA- CÓRDOBA

2022



Diseño de estrategias comerciales para la comercialización de los productos de la asociación fedepalcor perteneciente a la Secretaria de desarrollo económico y agroindustrial de la gobernación de Córdoba.

Autora

María Paula Martínez López

Trabajo de grado para optar al título Administrador en Finanzas y Negocios Internacionales

Tutor de entidad

Pedro Esquivia Guzmán

Tutor universidad

Liney Cecilia Berdugo Arroyo

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias, Económicas, Jurídicas y Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Montería- Córdoba

2022



DEDICATORIA

Dar gracias primeramente dios ya que es el quien nos da la vida y me permitió llegar a este momento y me dio la bendición de poder realizar mis pasantías en la secretaria de desarrollo económico y agroindustrial de la gobernación de córdoba, aprendí mucho y me ayudo a ser mejor persona

También, a mi asesor de prácticas de la Gobernación de Córdoba, el Doctor Pedro Esquivia Guzmán y mi asesara de practicas la profesora Liney Cecilia Berdugo Arroyo por ayudarme y guíame a seguir adelante y ayudarme a ser mejor en lo que haga

Y por último y con todo el amor del mundo a mi familia por su apoyo, su ayuda por estar siempre al pendiente de mí en este hermoso proceso



NOTAS DE ACEPTACIÓN

Asesor

Jurado

Jurado



Contenido

3. Introducción.....	8
4. Objetivos.....	10
4.1 objetivo general	10
4.2 objetivos específicos.....	10
5. CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD.....	11
5.1Nombre de la institución.....	11
5.2Misión y Visión.....	12
5.3Estructura organizacional (organigrama funcional).....	13
5.4Actividades de la entidad.....	14
6. CAPITULO II DESCRIPCION DE LA DEPENDENCIA DONDE REALIZÓ LA PRACTICA O PASANTÍA.....	15
6.1Organigrama.....	16
6.2Funciones.....	16
7. CAPITULO III ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA O PASANTÍA.....	18
7.1Descripción del problema.....	18
7.2Plan de trabajo	22
7.3Cronograma de actividades.....	23



7.4 Descripción detallada de las actividades	24
8. Propuesta de mejoramiento	25
8.1 capacitaciones.....	29
9. Conclusiones.....	30
10. Referencias bibliográficas	31
11. Anexos.....	34

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 formato fedepalcor.....	18
Tabla 2 plan de trabajo	22
Tabla 3 cronograma de actividades.....	23

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 logo gobernación de córdoba.....	11
Ilustración 2 organigrama de la gobernación de córdoba.....	13
Ilustración 3 organigrama secretaria de desarrollo económico y agroindustrial.....	16
Ilustración 4 col4.0.....	28



INTRODUCCIÓN

El objetivo final de toda empresa del sector agropecuario es vender más. Pero, para vender más, no alcanza con tener un web y realizar alguna publicación en las redes sociales, como Facebook, twitter e instagram y enviar un email marketing de vez en cuando. Tienen que definir una serie de estrategias y pasos que te permitan lograr tus objetivos comerciales en los plazos fijados. (Agr., 2020)

El Marketing provee a la empresa de los siguientes beneficios; obtener las propuestas más idóneas para mantener satisfecho a los clientes y consumidores, obtener información de los mercados para mejorar o cambiar actividades en los procesos organizacionales, analizar las necesidades y requerimientos de los clientes y consumidores, establecer métodos y técnicas innovadoras para producir productos y servicios únicos en el mercado, que ofrezcan valor agregado a los clientes y consumidores, expandir los mercados objetivos hacia otros países por medio de las redes sociales y plataformas tecnológicas (Mendoza & Véliz, 2018)

La asociación fedepalcor posee productos de calidad, pero estos productos no son conocidos en el mercado a pesar de que cuentan con una gran producción por todos sus asociados es urgente plantearse una estrategia de marketing ya que estos quieren incrementar sus ventas y darse a conocer no solo en las empresas del estado que son con las que comercializan.

La secretaria de desarrollo económico y agroindustrial de la gobernación de córdoba invita a esos pequeños productores que se unan a ciertas asociaciones como lo es fedepalcor esta da muchos beneficios además de esto les brinda la venta de sus productos a ciertas empresas públicas como lo es bienestar familiar entre otras, pero se puede llegar a más y con una estrategia de marketing no solo se puede vender a estas empresas sino también a empresas privada o a nivel



nacional. Se conoce que en mundo está en constante competitividad y que en este tiempo se necesita darse a conocer.



4 OBJETIVOS

4.1 objetivo general

Diseño estrategias que le permitan a la asociación fedepalcor comercializar de mejor manera sus productos teniendo en cuenta estrategias de marketing.

4.2 objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la asociación fedepalcor para interpretar aspectos como a que público va dirigido y que necesidad satisface, para así poder tener mayor claridad al momento de comercializar sus productos
- Diseñar estrategias de comercialización para productos de la asociación fedepalcor.
- Crear herramientas para el beneficio de fedepalcor como capacitar al personal en la comercialización de sus productos.



5. CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD

5.1 Nombre de la institución

GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA

La Gobernación de Córdoba, está comprometida en satisfacer las necesidades de la comunidad cordobesa y cumplir el plan de desarrollo. (Unidos por Córdoba 2016- 2019), mediante la prestación de los servicios establecidos, bajo parámetros de calidad, cumpliendo con la normatividad vigente y bajo un esquema de mejora continua de nuestros procesos, contando con personal calificado.

Dirección: Palacio de Naín - Calle 27 N 3 - 28

Teléfono Conmutador: 7848940

Línea de atención gratuita: 018000400357

Correo institucional: contactenos@cordoba.gov.co

Correo de notificaciones judiciales: notificacionesjudiciales@cordoba.gov.co



Gobernación de
Córdoba
Ahora le toca al pueblo

Ilustración Hlogo gobernación de córdoba

Fuente: Página web de la Gobernación de Córdoba

5.2 Misión y Visión

MISIÓN

Consolidar la competitividad mediante el incremento de la productividad en el departamento, y con la construcción de una sociedad equitativa, para ello, el gobierno departamental concentra sus esfuerzos en programas y proyectos de mayor impacto social y ambiental que permitan orientar con justicia los recursos de la salud, educación, vías, agua, saneamiento básico, cultura, deporte, recreación, fortalecimiento de la familia, los grupos poblacionales más vulnerables, niños, jóvenes, adolescentes y mayores estímulos para los sectores productivos, llegando a los grupos más desprotegidos y marginados de la población, para mejorar así la calidad de vida de las familias cordobesas.

VISIÓN

En el 2019 Córdoba será un departamento viable financieramente, comprometido y solidario con la productividad y competitividad de la región, con mejores estándares de calidad de vida, con mejores índices de desarrollo económico y social; administrativamente eficiente, más seguro y con menores índices de pobreza y violencia, donde el respeto por los derechos humanos, el DIH, los derechos de la infancia y la adolescencia, son garantías para la inversión de capitales públicos y privados y la convivencia ciudadana, sin distinción de raza, sexo, color o condición social del ciudadano.



5.3 Estructura organizacional (organigrama funcional)

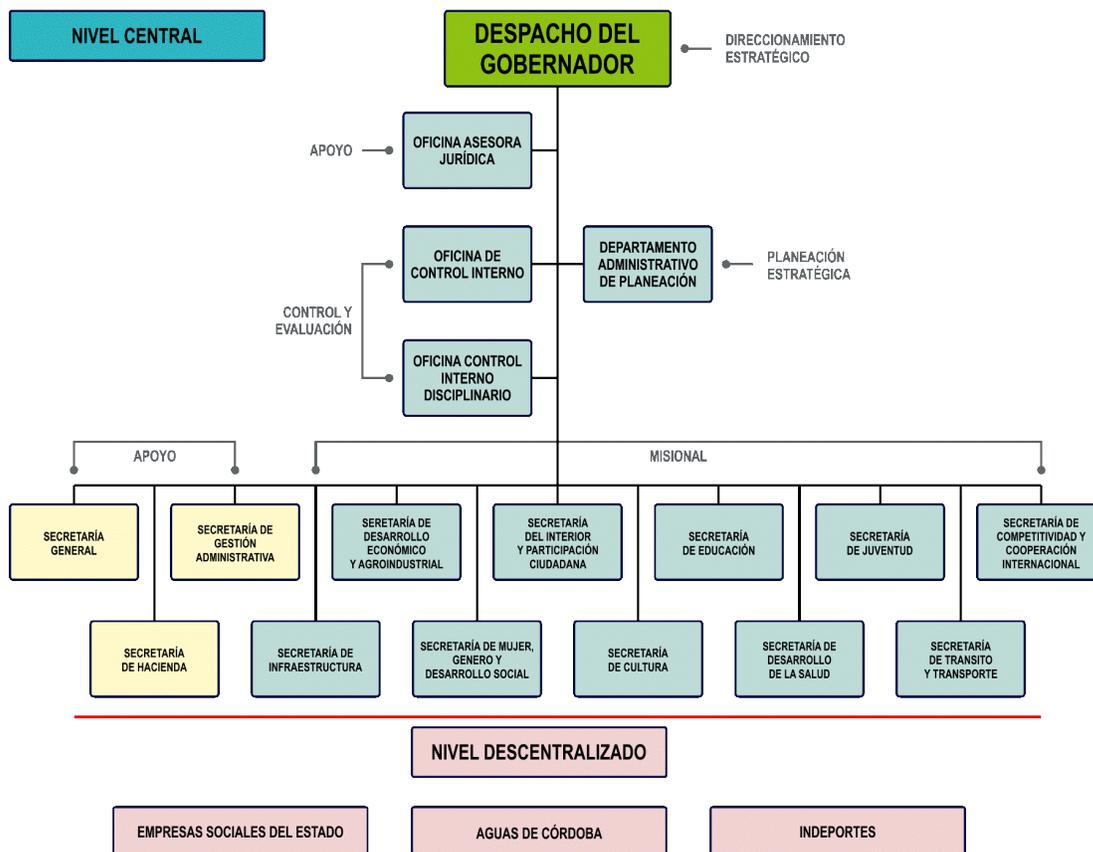


Ilustración 2 Organigrama de la Gobernación de Córdoba

Fuente: Gobernación de Córdoba. (s.f.). Obtenido de <http://www.cordoba.gov.co/>

5.4 Actividades de la entidad

La Secretaria de Desarrollo Económico y Agroindustrial cuenta con ciertas actividades que permiten el desarrollo económico y además de esto ayuda a que las asociaciones del departamento cuenten con un apoyo de parte de su gobierno a continuación se describirán esas funciones:

Es una entidad encargada de Participar en la elaboración de los planes y programas nacionales de desarrollo económico y social y de obras públicas y coordinar la ejecución de los mismos.

Cumplir funciones y prestar servicios nacionales, o coordinar su cumplimiento y prestación, en las condiciones que prevean las delegaciones que reciban y los contratos o convenios que para el efecto se celebren.

Promover y ejecutar, en cumplimiento de los respectivos planes y programas nacionales y departamentales, actividades económicas, que interesen a su desarrollo y al bienestar de sus habitantes.

Prestar asistencia técnica, administrativa y financiera a los Municipios, promover su desarrollo y el bienestar de sus habitantes.

Prestar asistencia administrativa, técnica y financiera a los Municipios, promover su desarrollo y ejercer sobre ellos la tutela que las leyes señalen.

Colaborar con las autoridades competentes en la ejecución de las tareas necesarias para la conservación del medio ambiente y disponer lo que requiera la adecuada preservación de los recursos naturales.



Cumplir las demás funciones administrativas y prestar los servicios que señalen la Constitución y las Leyes.

6. CAPITULO II

DESCRIPCION DE LA DEPENDENCIA DONDE REALIZÓ LA PRACTICA O PASANTÍA

Secretaria de Desarrollo, Económico y Agroindustrial

La Secretaria de Desarrollo, Económico y Agroindustrial es un importante gremio que articula a los productores ganaderos, cebuistas, caballistas, ovinos y bufalistas, en beneficio de la reactivación económica, la industrialización, modernización y reconversión ganadera para Colombia y el mundo. Además, se encarga de desarrollar la adecuación de la infraestructura básica para gestar el desarrollo, prestar los servicios administrativos, técnicos y asistenciales tanto al sector público como privado o en asocio y coordinación con estos, para satisfacer las expectativas de los diferentes sectores a fin de lograr el crecimiento y la competitividad en cada una de las diferentes 12 alternativas, para contribuir al impulso sostenido y sostenible del desarrollo integral del Departamento, y así mejorar el bienestar económico y social de la población cordobesa.

6.1 Organigrama



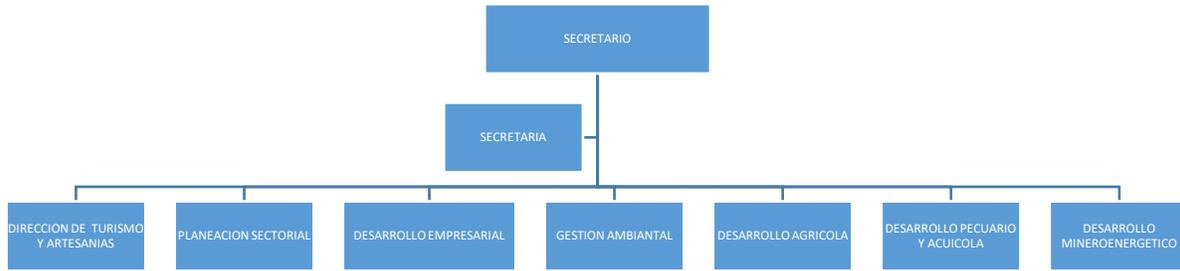


Ilustración 3 organigrama secretaria de desarrollo económico y agroindustrial

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico y Agroindustrial

6.2 Funciones

La Secretaria de Desarrollo Económico y Agroindustrial cuenta con unas funciones fundamentales para la organización de sus proyectos y actividad las cuales son de gran importancia para el cumplimiento y desarrollo de estos:

1. Evaluar, en coordinación con el Departamento Administrativo de Planeación y la Secretaría de Hacienda, la realidad de los sectores agroindustrial, minero, medio ambiental y turismo para el diseño de los planes y programas sectoriales.
2. Dirigir y promover la asesoría que demanden los municipios, las asociaciones de municipios y la comunidad, para las acciones encaminadas a la solución de sus necesidades en materia agropecuaria, industrial, minera, medio ambiental y de turismo.
3. Garantizar que la planeación de la gestión sectorial, en lo atinente a diagnóstico de necesidades y a la determinación, ejecución y control de programas y proyectos, se realicen.(anexo 1)

4. Priorizar las necesidades identificadas en el ámbito local y subregional, y realizar los estudios básicos y de factibilidad sectorial e intersectorial, para elaborar los programas y proyectos a incorporar en el Plan de Desarrollo del Departamento.
5. Coordinar y controlar, dentro del ejercicio de control de tutela, las políticas, planes y programas de las entidades adscritas o vinculadas a la Secretaría, para que se ajusten a los del nivel central de la administración Departamental.
6. Evaluar periódicamente el desarrollo de los planes, programas y proyectos de sus sectores y definir las acciones a seguir.
7. Reglamentar los aspectos ambientales, conservación y aprovechamiento de recursos naturales y de preservación ecológica en el Departamento a fin de que apliquen con sujeción a las normas superiores vigentes, como marco de referencia para todas las actividades del Departamento y de los particulares.
8. Dirigir y coordinar las acciones orientadas a la promoción del medio ambiente y protección del patrimonio ecológico, la evaluación de los impactos ambientales de las obras y acciones que adelante el Departamento, y colaborar para que las actividades de los particulares se sujeten al ordenamiento jurídico ambiental.
9. Propiciar el establecimiento y fortalecimiento de las actividades agropecuarias, industriales, minera, de medio ambiente y turismo, creando los espacios y condiciones necesarias para la inversión nacional y/o extranjera que permita el mejoramiento de las condiciones de vida de los cordobeses.
10. Formular la política departamental en materia de desarrollo tecnológico para las áreas de desarrollo agropecuario, industrial, y de minas, medio ambiente y turismo.

Mis funciones Asistencia a ferias empresariales



1. Asistencias a charlas y ferias en representación de la oficina de Desarrollo Economía y Agroindustrial (Anexo 2)
2. Recomendar y ayudar a el acoplamiento de las asociaciones con la escuela de negocios de la universidad de córdoba
3. Asesoría a asociación fedepalcor (anexo 3)
4. Recomendación para creación de página web (anexo 4)
5. Acompañamiento a las asociaciones en eventos departamentales (anexo 5)
6. Creación de material de apoyo y formato de pregunta para las asociaciones (anexo 6)

7. CAPITULO III

ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA O

PASANTÍA

7.1 Descripción del problema

Una de las funciones de la Secretaría de Desarrollo Económico y Agroindustrial, de la Gobernación de Córdoba es la de dirigir y promover la asesoría que demanden los municipios, las asociaciones de municipios y la comunidad, para las acciones encaminadas a la solución de sus necesidades en materia agropecuaria, industrial, minera, medio ambiental y de turismo.

La asociación fedepalcor actualmente no cuenta con herramientas de marketing como por ejemplo una página web, una red social o con formas de dar a conocer más a fondo su producto al público, por tal razón no ha conseguido su posicionamiento en el mercado y tampoco un reconocimiento de su producto o su marca.



Tabla 1 fedepalacor

FORMATO ELEMENTOS DE INFORME	
Nombre de la entidad	
Razón Social	Federación de Platanicultores de Córdoba - FEDEPLACOR
Misión	La Misión de la Federación de Platanicultores de Córdoba, “FEDEPLACOR”, se centra en el liderazgo integral del sector, de forma incluyente en lo psicosocial, económico, defensa de derechos y gestión de bienes y recursos; proyectándolo de manera estructural desde la asociatividad de las bases del productor primario, con un enfoque empresarial competitivo que nos permita estar a la altura de la demanda del mercado nacional e internacional, en el marco del Sistema Nacional de Innovación Agropecuario y a la política pública de encadenamiento impulsada por el Gobierno nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y sus Agencias.

Visión	En la próxima década, la FEDERACION DE PLATANICULTORES DE CORDOBA “FEDEPLACOR”, será una organización gremial solida posicionada en el liderazgo del desarrollo productivo y empresarial del sector agroindustrial del Departamento de Córdoba, con los más altos estándares de mejoramiento genético, trazabilidad, inocuidad e innovación tecnológica de nuestros productos, satisfaciendo las exigencias de certificación, producción limpia, y Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), de la demanda nacional e internacional
Fecha de creación	17 de marzo de 2020, Nit. 901 378 966 – 0
Productos	Plátano Hartón
N° de asociados	2600
Producción anual	36.000 kilogramos años aproximados, solo de los federados

Fuente: elaboración propia

Esta asociación es muy productiva y cuentan con un producto de calidad, pero a pesar de la asesoría esta no cuenta con una página web, ni con una estrategia de marketing que lo impulse a incrementar sus ventas o darse a conocer.

Estos productores comercializan sus productos solo en el mercado del sur de la ciudad de montería y a empresas del estado por ejemplo ICBF y PAE a pesar de que existen otras empresas al cual le interesarían sus productos.



El agro en Córdoba es una parte de la economía que está muy olvidada y que con la actualización y el tic está en desventaja, por la razón que, si existe una a gran producción, pero no son conocidos en el mercado.

Según el informe presentado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en el año 2017, los niveles de acompañamiento o asistencia técnica en Colombia son deficientes, puesto que sólo el 16,5% de las Unidades Productivas Agropecuarias (UPA) del país reciben algún tipo de asesoría y asistencia, presentando una pequeña diferencia entre las UPA de Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC) correspondiente al 16,0% y aquellas de No-ACFC de 16,9%. Estas diferencias también se observan en el tipo de asistencia que recibió cada uno de los grupos; con una concentración de la asistencia técnica en actividades agrícolas, seguidas por comercialización y crédito. Las UPA presentan en general un acceso bajo para todos los tipos de asistencia técnica y asesorías. (Minagricultura, 2018)

¿Cómo mejorar la comercialización de los productos de la asociación fedelacor?

Para que fedelacor mejore la comercialización de sus productos es fundamental que los productores como la asociación en general se apoyen en herramientas tecnológicas ya que de este modo pueden dar a conocer mejor sus productos y aumentar sus ventas.

Además, la secretaria de desarrollo económico y agroindustrial y la gobernación han colaborado a la asociación con insumos y apoyo económico estos necesitan también este impulso tecnológico.

El marco regulatorio en un sistema de comercialización En materia de comercialización de los productos agropecuarios, los aspectos reglamentarios y normativos adquieren cada día mayor relevancia; la aplicación en cada uno de los componentes de la cadena (clasificación,



almacenamiento, transporte, empaque, etiquetado, pesas y medidas, puntos de venta, entre otros); así como en el producto final, permiten cumplir con los objetivos de la cadena de valor que están orientados a garantizar la calidad y la inocuidad del producto y a responder al creciente número de estándares privados de los grandes mercados nacionales y de exportación, como por ejemplo los mercados europeo, coreano y americano, con los cuales el país ha suscrito tratados de libre comercio.

(DNP, 2014)

7.2 Plan de trabajo

Título de la práctica empresarial	Plan estratégico de marketing para la asociación fedepalcor perteneciente a la Secretaria de desarrollo económico y agroindustrial de la gobernación de Córdoba.
Entidad	Gobernación de Córdoba
Identificación y diagnóstico del problema	Análisis y clasificación de la información brindada por la asociación fedepalcor
Metodología	Cualitativa, por medio de información primaria
Análisis de resultados	Análisis de bases de datos de la secretaria de desarrollo económico y agroindustrial Sugerencias a tener en cuenta en el futuro Entrega y redacción del informe final
Informe final	Entrega final al tutor académico.

Tabla 2 plan de trabajo

Fuente: elaboración propia

7.3Cronograma de actividades

Actividades	Abril	mayo	junio	julio
Acercamiento a la asociación				
Analizar el entorno de la asociación fedepalcor				
Planteamiento propuesta de mejoramiento				
Presentación del informe final				

Tabla 3 cronograma

fuentes: creación propia



7.4 Descripción detallada de las actividades

En el mes de abril y mayo se realizó el encuentro con la asociación fedeplacor donde se dio el encuentro con el representante legal y así conocer las problemáticas de esta

1. Lo primero que planteo el representante legal fue que es una asociación que aún se está organizando donde no cuentan con asistente administrativo por ende estaban muy desordenados en la parte organizacional

No cuentan con una página web o redes sociales donde puedan promocionar sus productos. La Federación tiene que buscarse un capital para pagarle al productor de inmediato. Con el comerciante negociamos, sobre el valor agregamos los costos en gastos que genera la Federación por logística, por transporte, por empaquetar, eso se lo sumamos y se lo cobramos al comerciante. Los costos los asume el comerciante, no el producto

Después de esto se realizó la visita y encuentro para ver su entorno y observar que los productores se quejaban por las ventas ya que solo se mostraban en ferias, en el día del campesino

En el mes de junio y julio nuevamente se dio el encuentro con el representante legal y se dio contacto para poder ejecutar la idea de la página web y finalmente entrega el informe donde se da la propuesta de mejoramiento a la asociación.



8. Propuesta de mejoramiento

Conociendo que la tecnología es una herramienta fundamental para la comercialización en las empresas y la asociación fedepalcor no cuenta con redes sociales o página web, donde la asociación maneja un producto de calidad que son cultivados por pequeños productores y estos tienen un nivel muy bajo en educación. Además, que la secretaria de desarrollo económico y agroindustrias les brinda poca asesoría. Debido a esto, se dan a conocer ciertas recomendaciones donde se pueden apoyar para mejorar.

- Asesoría apoyándose en estudiantes de ingeniería de sistemas para que les colaboren con el manejo y realización de la página web y redes sociales.
 - Brindar información sobre oportunidades que les brinda el gobierno, por ejemplo; el SENA y charlas de gratuitas de internet 4.0
 - Apoyo por parte de la Escuela de Negocios y Desarrollo Económico de la universidad de Córdoba la cual ya se puso en marcha y encontraron una respuesta Favorable.
 - Apoyos de programa de financiación tecnológica, Es un beneficio económico que se otorga a una persona natural o jurídica que en forma individual o colectiva donde se ejecuta un proyecto de inversión, con la finalidad de mejorar la competitividad y sostenibilidad de la producción agropecuaria y de reducir sus riesgos de manera duradera, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos por FINAGRO y sujeto a la disponibilidad de recursos presupuestales y de tesorería del programa.
 - Agricultura por Contrato, la estrategia que implementó el Gobierno Nacional para ayudar a los productores a que hagan sus ventas de manera directa con el comprador sin



intermediarios, con el fin de que les queden más recursos a ellos, ya que se evita la intermediación.

Sobre lo que ha significado Agricultura por Contrato para los agremiados inscritos a él desde el año 2019, Víctor Padilla Doria, representante legal de Fedepalcor dice: “Es un programa excelente, nosotros hemos estado con el Ministerio en varios espacios, hemos podido interactuar en mercados campesinos, ofrecer productos directamente a los compradores y también hemos participado en varias ruedas de negocios donde se nos han abierto una cantidad de oportunidades para comercializar, esos nos ha permitido a nosotros entrar a comercializar con varios empresarios.” Esta estrategia es muy efectiva en lo que tiene que ver con mejorarles las condiciones a los productores porque les permite proponer el producto directamente y evitar la intermediación. (Nuestro campo 2022)

Además de este es bueno incrementar el uso de redes sociales para ir teniendo un mejor posicionamiento en el mercado

Estrategias del marketing en el sector agroindustrial

El sector Agroindustrial es muy amplio a nivel mundial, así como también a nivel

Nacional es uno de los sectores más sólidos y extensos, por lo cual, a continuación, se describirán las estrategias de Marketing Digital que están adoptando las empresas del sector

Agroindustrial en la actualidad;

. Páginas web como herramientas de marketing digital

Una de las estrategias de Marketing Digital más predominantes llevadas a cabo por los distintos sectores económicos dentro de ellos el sector Agroindustrial; es la creación de



Páginas Web, herramienta que en la mayoría de los casos tienen como objetivo dar mayor visualización y alcance a la empresa Agroindustrial en determinado sector, así como también, le permite entrar en las nuevas dinámicas tecnológicas. Pero para entender esta estrategias y herramienta debemos analizarla desde su origen, el cual nos lleva al área de las tecnologías de información y comunicación, en esta área se diseñan las Páginas Web por medio de códigos de programación, Software y dominios, con el fin de dar seguridad y privacidad a la Página Web y toda la información que este contenida en ella. En esta área, las Páginas Web que se diseñan están alineadas con los estándares en seguridad informática mundiales, los cuales buscan que la información de las empresas, proveedores, clientes y demás partes interesadas no puedan ser vulneradas por personas externas. En otras palabras, estas páginas se blindan mediante software de seguridad. (Patiño & Ruiz, 2018).

Fedeplacor actualmente no cuenta con página web o redes sociales acordando una reunión con el representante legal donde llegamos al acuerdo de contactar un estudiante de la universidad de córdoba para la creación de esta.

También se acordó visita a Tierralta, para una charla sobre lo importante que es actualizarse tecnológicamente y mostrar el plan que tiene la gobernación para las asociaciones dando recomendaciones a empresas públicas y estas solo compre productos locales.

Reunión con representante legal de fedelacor señor Víctor padilla



fuentes: <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/208570:Abiertas-las-inscripciones-para-que-empresarios-participen-de-la-muestra-comercial-de-Colombia-4-0>

Capacitaciones realizadas

Para el cumplimiento de los objetivos se realizaron ciertas reuniones con el fin de brindar información a pequeños productores, donde se dio a conocer nuevos proyectos y ayudas para el fortalecimiento de sus asociaciones.

- Reunión con pequeños productores donde se brindó el apoyo de la escuela de negocios de la universidad de Córdoba y donde fue socializado un plan de contratación por la alcaldía y gobernación
 - Encuentro con el representante legal de la asociación VÍCTOR PADILLA para hablar sobre creación de la página web de la asociación

Capacitaciones a realizar

Para cumplir a finalidad con los objetivos y brindar apoyo a la asociación fedepalcor se tiene planeado cumplir con capacitaciones para esta asociación con charlas y conceptos de gran ayuda para el mejoramiento y comercialización de sus productos.

- Explicar a los productores de fedepalcor la importancia de dar a conocer sus productos y como el mundo virtual o tecnológico sería de gran ayuda para ello
- Mostrar a los pequeños productores que beneficios les brinda la Secretaria de Desarrollo Económico y Agroindustrias y que derechos tienen por ser productores
- Mostrar lo que quiere la gobernación y jóvenes pasantes con el proyecto

Fortalecimiento organizacional para pequeños y medianos productores



9. Conclusión

Es una realidad que todas las asociaciones del departamento necesitan un mayor acompañamiento, ya que muchas de estas pueden, ser una oportunidad de exportar productos que son netamente cordobeses y este ayudaría a la economía del departamento.

La secretaria de desarrollo económico y agroindustrial debe plantear charlas y mayor capacitación a estas asociaciones y manipular más las herramientas como la tecnología que es fundamental, una empresa debe contar con su página web y sus redes sociales para así poder dar a conocer sus productos no solo en el mercado local y poder brindar más información a los clientes acerca de sus productos. A pesar de todas estas falencias se pudo plantear un plan de acompañamiento y brindar apoyo o cumplir algunos de los objetivos



10. Referencias bibliográficas

Gobernación de Córdoba. (2019). Organigrama de la gobernación de Córdoba, disponible en: <http://www.cordoba.gov.co/gobernacion/organigrama.html>

Gobernación de Córdoba. (2019). Página de la Gobernación de Córdoba. Disponible en <http://www.cordoba.gov.co/>
<http://www.ligaiberoamericana.org/2019/05/23/con-asesoria-personalizadamicroempresas-de-colombia-busca-fortalecer-los-pequenos-productores-y-agremiacionesen-el-pais/>
<https://www.larepublica.co/analisis/santiago-castro-513871/educacion-financiera-rural2898445>

41

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2017). Lineamientos estratégicos de política pública para la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria. Recuperado de:

<https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%20No%20000464%20de%202017.pdf>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (Noviembre, 11 de 2015). Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural.

[2179]. Recuperado de:

<https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Decretos/Decreto%20No.%202179%20de%202015.pdf>



Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2014). Plan

Educativo Nacional. Recuperado de: [http://www.planeducativonacional.](http://www.planeducativonacional.unam.mx/CAP_00/Text/00_05a.html)

[unam.mx/CAP_00/Text/00_05a.html](http://www.planeducativonacional.unam.mx/CAP_00/Text/00_05a.html)

Secretaria de Desarrollo Económico y Agroindustrial. (2016). Funciones de la secretaria de desarrollo económico y agroindustrial. Disponible en: [http://monteriaweb.tripod.](http://monteriaweb.tripod.com/gobernación/desarrollo/index.html)

[com/gobernación/desarrollo/index.html](http://monteriaweb.tripod.com/gobernación/desarrollo/index.html)

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson TJK.

Cepeda Palacio, Samuel David; Velásquez Estrada, Libardo José & Marín Gómez, Beatriz

Eugenia (2017). Análisis evaluativo a los procesos de marketing en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín.

Estudios Gerenciales, (), S0123592317300499-. doi:

<https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.006>

patño, c. & ruiz, j. (2018). diseño de un plan de marketing digital para la implementación de una plataforma web que permita integrar los productores del sector agropecuario con la planta agroindustrial del sena centro agropecuario regional Risaralda.

Recuperado de

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17930/DISE%C3%91O%20DE>

[%20UN%20PLAN%20DE%20MARKETING%20DIGITAL%20%281%29.pdf?sequenc](https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17930/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20PLAN%20DE%20MARKETING%20DIGITAL%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[e=1&isAllowed=y](https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17930/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20PLAN%20DE%20MARKETING%20DIGITAL%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/Propuesta%20para%20desarrollar%20un%20modelo%20eficiente%20de%20Comercializaci%C3%B3n%20y%20Distribuci%C3%B3n%20de%20Productos.pdf><https://ennuestrocampo.co/agricultura-por-contrato-le-ha-abierto-a-los-agricultores-las-puertas-a-mas-mercados/>



11. Anexos

Anexo 1 secretaria de desarrollo económico y agroindustrial entrega de listados de asociaciones pertenecientes a esta



Anexo 2 feria de negocios encuentro con asociaciones



Anexo 3 reuniones de socialización sobre la ley de apoyo y proyectos en pro de las asociaciones



Anexo 4 reunion con el señor Victor Padilla representante legal de fedepalcor



Anexo 5 invitaciones a ferias donde se presentaba fedepalcor incluyendo día del

campesino


Gobernación de Córdoba
 Ahorro se toca al pueblo

6000 SDEA CIRCULAR N° 0038
 Montería, abril 21 de 2022

PARA: SECRETARÍAS DE DESARROLLO ECONÓMICO MUNICIPALES, DIRECTORES DE UMATA, ENLACES AGROPECUARIOS.

DE: SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y AGROINDUSTRIAL

ASUNTO: REUNIÓN DE PRESENTACIÓN DE LAS POLÍTICAS DEL SECTOR AGROPECUARIO DEFINIDAS POR LA SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Cordial saludo;

La Secretaría de Desarrollo Económico y Agroindustrial lo está invitando a una reunión donde se presentarán las políticas, programas y diferentes temas de interés para el sector que esta Secretaría tiene contempladas para desarrollar durante el presente año, entre otros, Convenio Banco Agrario – Gobernación de Córdoba, registro general de pequeños productores y productores de la Agricultura, Campesinos, Familias y Comunarios, que le permitirá participar en los procesos de compras públicas. La reunión se llevará a cabo de manera presencial.

Fecha: martes 26 de abril del 2022
Hora: 8:00 a.m. – 10:00 a.m.
Dirección: Centro Cultural Guillermo Valencia, en la calle 36 N° 1 – 22 en la ciudad de Montería

Cordialmente,

JOSE SUAREZ ATENCIA
 Secretario de Desarrollo Económico y Agroindustrial
 Gobernación de Córdoba

Modelo: Circular 0038 - 2022


 Palacio de Nash - Calle 27 No. 3 - 28 Montería - Córdoba PBX: + (57) 4 784 8540 - 01 8000 400 387
 contacto@cordoba.gov.co gobierno@cordoba.gov.co
 www.cordoba.gov.co



Anexo 6 presentacion de ley 811 y formularion de recopilacion de informacion enviadas y presentadas a fedepalcor

organizaciones

Gobernación de Córdoba Secretaría de Desarrollo Económico y Agroindustrial 02

Ley 811 de 2003 - Colombia

* LEY 811 DE 2003 (junio 26) por medio de la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las Sociedades Agrarias de Transformación, sa, y se dictan otras disposiciones.

La ley 1876 de 2017, ratifica el control que ejerce el ICA sobre todas las innovaciones tecnológicas, mediante la aplicación de las normas de propiedad intelectual y de derechos de obtentores vegetales, que permite la apropiación privada de las semillas criollas y los conocimientos tradicionales.

El nombre de tu Progreso ODS 03

Formulario

Fortalecimiento organizacional para pequeños y medianos productores	
Nombre de la organización	
Nombre del representante	
Razón social	
Municipio	
Teléfono	
Líneas de producción	
E-mail	
N° de asociados	
Volumen de la producción	