



El progreso
es de todos

Mincomercio

Presentación Pública Fase III

Plan de Acción

Ruta de Lácteos de Nariño

Noviembre 2020



CLUSTER | DEVELOPMENT



Agenda

- Cluster de lácteos de Nariño: ¿De dónde venimos?
- Plan de Acción y agenda de implementación
- Proyectos priorizados y formulación
- Modelo de gobernanza
- Próximos pasos



FASES DEL PROYECTO





FASES DEL PROYECTO



- La facturación del clúster asciende a **\$389** mil millones de pesos
- Más de **23 mil unidades productoras¹** y **81 mil empleos**
- De la producción de leche el **64%** se destina para la **industria** y **30%** para **intermediarios y acopiadores**
- Retos estratégicos consolidados en áreas de: cadenas de abastecimiento, desarrollo de producto e I+D+i, transformación, comercialización y mercado
- Mapa de agentes - el eslabón de la **transformación** es el motor de la cadena láctea en Nariño

COMITÉ TÉCNICO



- Benchmarking – 22 entrevistas a empresas e instituciones (Argentina, Uruguay, México)
- Clientes sofisticados y expertos – 20 entrevistas: criterios de compra -> factores clave de éxito
- Opciones estratégicas y visión de futuro

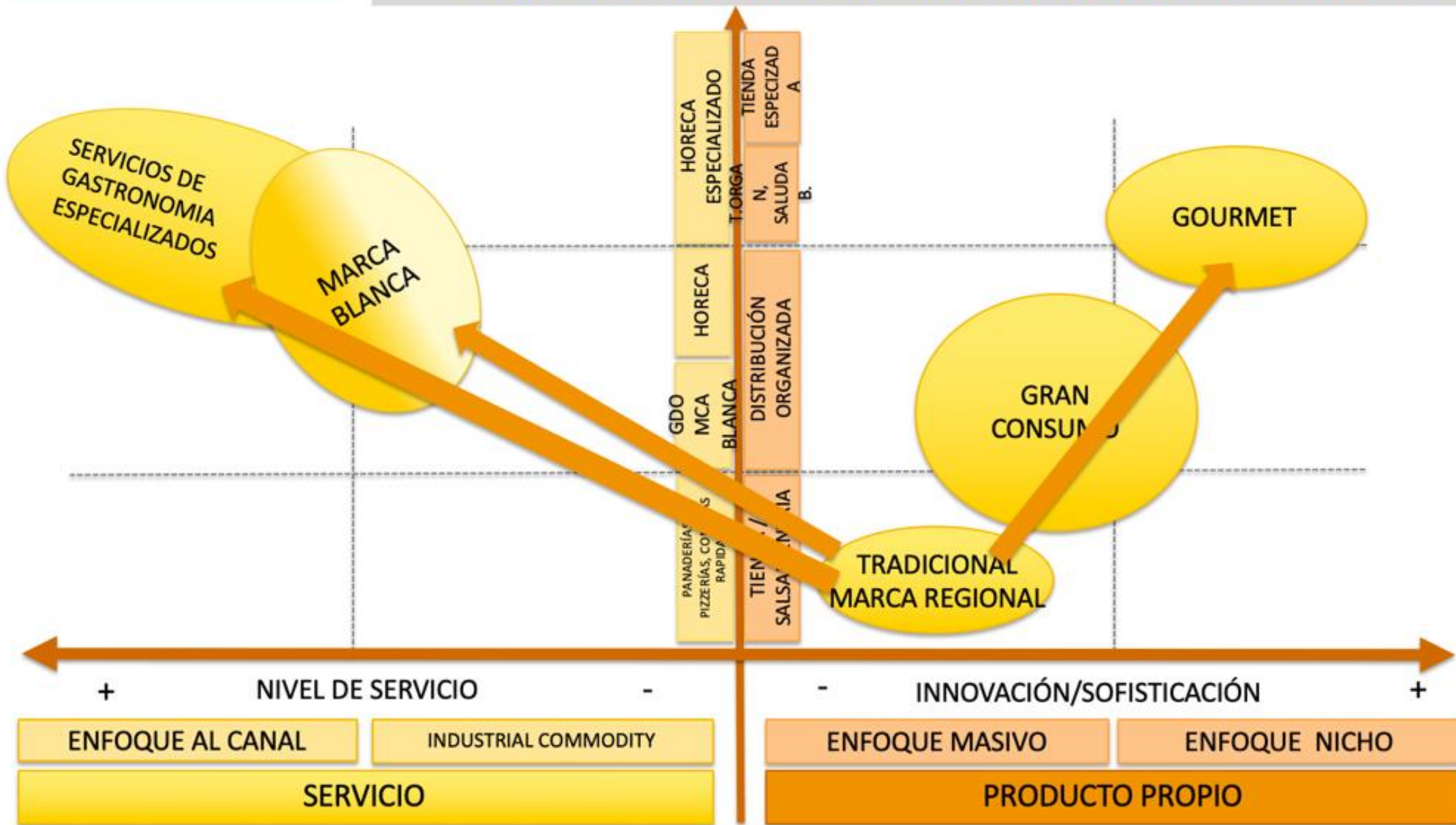




El progreso es de todos

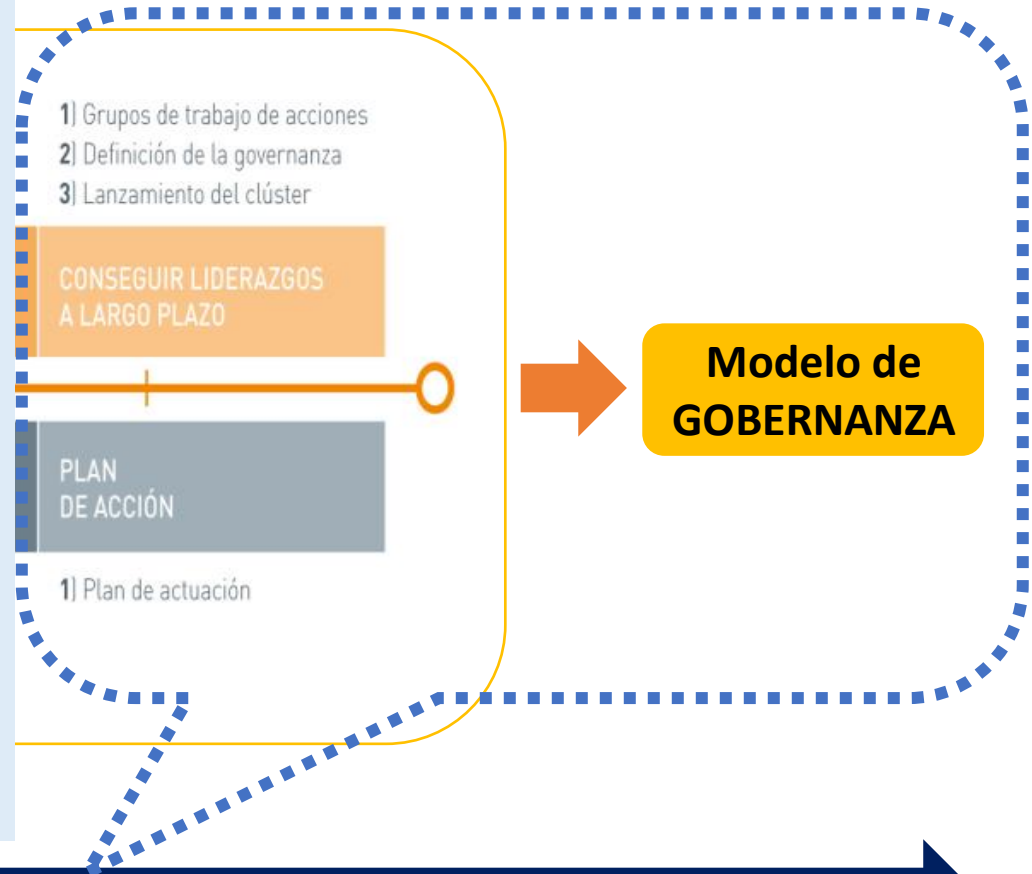
Mincomercio

¿Si seguimos compitiendo de la misma forma podremos ser empresas rentables y en crecimiento en el mediano plazo?





- Plan de acción con **14 proyectos**
- Grupos de trabajo con empresarios e instituciones en los municipios de Guachucal y Pupiales: **validación** de acciones y priorización de proyectos con **15 participantes**
- Entrevistas con 8 empresarios del departamento para definición de **modelo de gobernanza** y núcleo duro empresarial
- Reunión con entidades para **articulación y participación** durante la implementación del plan de acción.





3 ELEMENTOS CLAVE DE ÉXITO DE LA INICIATIVA CLUSTER

1. Proyectos concretos

- A través del proceso se **identifican proyectos y acciones** con impacto en la cuenta de resultados de las empresas
- Se identifican los **actores clave para formularlos y ponerlos en marcha**

2. Liderazgo empresarial

- **Participación activa** en todas las actividades: entrevistas, empresarios y entidades en las presentaciones, empresarios en los grupos de trabajo, ...
- **Asunción de roles y responsabilidades** frente a las acciones de empresarios y entidades de entorno regionales
- **Transparencia y voluntad de colaboración** entre los empresarios y las entidades de entorno frente el trabajo a implementar.

3. Sostenibilidad y gobernanza operativa

- Tener **horizontes de largo plazo** (década) para la implementación de acciones estructurales
- Estructurar un **liderazgo empresarial e institucional compartido** para una mejor implementación de los proyectos.



- **Acciones colectivas:**
 - **Transversales para todo el cluster:** Iniciativas que benefician a todas las empresas por igual (participen o no). Un nuevo centro tecnológico, una nueva norma de calidad, un acuerdo para exportar tercer país, una nueva infraestructura especializada,...Son de baja apropiabilidad
 - **Colectivas de uso y disfrute individual:** Si bien se estructuran como conjuntas, cada empresa que participa gestiona su resultado individualmente (participar en curso de formación estratégica, una promoción conjunta en un mercado,...)
- **Colaboraciones con un número limitado de agentes**
 - Típicamente **proyectos estratégicos** (5-10 empresas) o consorcios de I+D con empresas y centros tecnológicos



Agenda

- Cluster de lácteos de Nariño: ¿De dónde venimos?
- Plan de Acción y agenda de implementación
- Proyectos priorizados y formulación
- Modelo de gobernanza
- Próximos pasos



**COMPETITIVIDAD Y
PRODUCTIVIDAD EN
LA CADENA DE
ABASTECIMIENTO**

INNOVACIÓN

**(I+D, DESARROLLO O
SOFISTICACIÓN DE
PRODUCTO Y EMPAQUES-
PRODUCTIVIDAD
OPERACIONAL, GESTIÓN
DE CALIDAD, LOGÍSTICA,
SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL)**

**COMERCIALIZACIÓN Y
DESARROLLO DE
MERCADOS**

Desarrollo de canales

El progreso
es de todos

Mincomercio

ÁREAS DE TRABAJO

COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

1. Programa de capacitación, asistencia técnica y buenas prácticas
2. Definición de un modelo asociativo o cooperativo, que permita consolidar producción de leche con estándares de calidad – Programa de alianzas de valor compartido
3. Diseño de modelo logístico de recolección y almacenamiento de leche con cumplimiento de estándares de calidad

INNOVACIÓN

1. Inteligencia de mercado + vigilancia tecnológica: estudio de consumidor / preferencias, análisis de tendencias y tecnologías.
2. Arenas de innovación: metodologías para el desarrollo de derivados lácteos
3. Diseño y mejoramiento de empaques; materiales, colores, dimensiones, tendencias
4. Diseño de un programa de impulso al emprendimiento de carácter innovador en colaboración con entidades de entorno
5. Nuevos perfiles y capacitación: ej maestro quesero, técnico quesero, ingenieros de alimentos.
6. Programa común de capacitación empresarial: Habilidades gerenciales, esquemas asociativos, planificación estratégica,...

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

1. Programa de desarrollo de negocios en mercados específicos
2. Mejorar la gestión de costos de los insumos a través de las compras programadas y asociadas.
3. Programa para la implementación de acciones con prescriptores para la incursión en la cultura gastronómica nacional
4. Acercamiento a plataformas digitales de compra (Ej: Merqueo, Takami,...)
5. Desarrollo del canal directo de venta directa online (particular, alianzas inter-empresariales)



El progreso es de todos

Mincomercio

ÁREAS DE TRABAJO

COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

Línea de acción 1:
Asistencia



1. Programa de capacitación, asistencia técnica y buenas prácticas

Línea de acción 2:
Asociatividad



1. Definición de un modelo asociativo o cooperativo, que permita consolidar producción de leche con estándares de calidad – Programa de alianzas de valor compartido



2. Diseño de modelo logístico de recolección y almacenamiento de leche con cumplimiento de estándares de calidad



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

Línea de acción 1: Asistencia

Acción 1



1. Programa de capacitación, asistencia técnica y buenas prácticas

Objetivo

Fortalecer las capacidades técnicas de los productores en cuanto a buenas prácticas ganaderas y buenas practicas de ordeño, para potencializar la calidad y la cantidad en producción de leche.

Actividades

1. Realización de mesas de trabajo con productores, empresarios y entidades aliadas para identificación de necesidades.
2. Priorización de temas de capacitación y asistencia técnica.
3. Elaboración de cronograma de capacitación y asistencia técnica.
4. Definición de capacitadores, entidades formadoras y de asistencia técnica.
5. Levantamiento de línea base y ejecución del programa de capacitación y asistencia técnica.
6. Presentación de resultados

COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

Línea de acción 2: Asociatividad

Acción 1



1. Definición de un modelo asociativo o cooperativo, que permita consolidar producción de leche con estándares de calidad – Programa de alianzas de valor compartido

Objetivo

Posibilitar una figura asociativa para optimizar en términos de cantidad y calidad la producción lechera

Actividades

1. Realización de mesas de trabajo con **productores, empresarios y entidades aliadas** para el diseño de un programa de fortalecimiento basado en las condiciones **requeridas por la demanda** y garantizando **acuerdos marco de compra** y transparencia de precios
2. Fortalecer los procesos de desarrollo de proveedores bajo un modelo asociativo/cooperativo
3. Gestión institucional para financiamiento de la iniciativa
4. Ejecución de un piloto con un grupo de productores y empresas ancla

COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO



- Empresa transformadora localizada en **Santa Rosa de Osos (Antioquia)** que transforma 50 mil litros de leche diarios
- Han desarrollado servicios para acompañar al productor primario a través de asistencia técnica especializada (ingenieros agrónomos, veterinarios, ...)
- Cuentan con mecanismos de **fidelización** a través de proyectos de acompañamiento **socio empresarial** para el fortalecimiento y formalización de las organizaciones productivas
- Pago por calidad de la leche y teniendo en cuenta los precios establecidos por la normatividad colombiana.

• Clientes: fabrican marca blanca para





El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

Línea de acción 2: Asociatividad

Acción 2



2. Diseño de modelo logístico de recolección y almacenamiento de leche con cumplimiento de estándares de calidad

Objetivo

Mejorar las condiciones de calidad de la leche fortaleciendo las **capacidades logísticas** en conjunto de los productores primarios y empresas del cluster

Actividades

1. Realizar un censo de productores y mapeo de producción e inventario de tanques en funcionamiento en las cuencas del departamento
2. Desarrollar un proyecto piloto para el diseño de logística eficiente de recolección y almacenamiento a través de consultoría especializada.
3. Definición de recursos logísticos (Transporte, Equipos, Talento Humano)

COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO



El progreso es de todos

Mincomercio

ÁREAS DE TRABAJO

INNOVACIÓN

(I+D, DESARROLLO O SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO Y EMPAQUES- PRODUCTIVIDAD OPERACIONAL, GESTIÓN DE CALIDAD, LOGÍSTICA, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL)

Línea de acción 1: Inteligencia competitiva



1. Inteligencia de mercado + vigilancia tecnológica: estudio de consumidor / preferencias, análisis de tendencias y tecnologías.

Línea de acción No.2: Desarrollo de productos y servicios



1. Arenas de innovación: metodologías para el desarrollo de derivados lácteos



2. Diseño y mejoramiento de empaques; materiales, colores, dimensiones, tendencias



3. Diseño de un programa de impulso al emprendimiento de carácter innovador en colaboración con entidades de entorno

Línea de acción No. 3: Talento humano especializado



1. Nuevos perfiles y capacitación: ej maestro quesero, técnico quesero, ingenieros de alimentos.

2. Programa común de capacitación empresarial: Habilidades gerenciales, esquemas asociativos, planificación estratégica,...



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

INNOVACIÓN

(I+D, DESARROLLO O SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO Y EMPAQUES- PRODUCTIVIDAD OPERACIONAL, GESTIÓN DE CALIDAD, LOGÍSTICA, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL)

Línea de acción 1: Inteligencia competitiva

Acción 1



1. Inteligencia de mercado + vigilancia tecnológica: estudio de consumidor / preferencias, análisis de tendencias y tecnologías.

Objetivo

Desarrollar estudios de inteligencia de mercado y vigilancia tecnológica para monitorear de temas de tendencia, nuevos nichos de mercado y tendencias de consumo, procesos, tecnologías y maquinaria de producción.

Actividades

1. Definición de metodología de inteligencia mercado y vigilancia tecnológica – aliados, fuentes de información (bases de datos, expertos)
2. Definición de formatos para transferencia de información (seminarios, foros, boletines,...)
3. Transferencia metodológica a los transformadores y entidades aliadas
3. Seguimiento a resultados obtenidos



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

INNOVACIÓN

(I+D, DESARROLLO O SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO Y EMPAQUES- PRODUCTIVIDAD OPERACIONAL, GESTIÓN DE CALIDAD, LOGÍSTICA, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL)

Línea de acción No.2: Desarrollo de productos y servicios

Acción 2



1. Arenas de innovación: metodologías para el desarrollo de derivados lácteos

Objetivo

Implementar un proceso de metodológico para gestionar la innovación de manera sistemática y estructurada en las empresas de la industria de lácteos en Nariño.

Actividades

1. Definir a partir de información proveniente del mercado (**Inteligencia Competitiva**) las oportunidades para desarrollar nuevos productos o servicios
2. Establecer **potenciales necesidades** de los clientes sofisticados e identificar **áreas temáticas** en donde pueden haber oportunidades de negocio para las empresas del *Cluster*
3. *Realizar grupos* de trabajo entre empresas de la oferta de productos lácteos (quesos) del departamento y actores de la demanda nacional, para desarrollar procesos de innovación en productos (espacios de co-creación): creación de nuevos productos o servicios.
4. Diseñar modelo de comercialización
5. Realizar validación pre-comercial
6. Modelo de réplica con nuevos empresarios del departamento y potenciales clientes nacionales.



CLUSTER | DEVELOPMENT





El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

INNOVACIÓN

(I+D, DESARROLLO O SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO Y EMPAQUES- PRODUCTIVIDAD OPERACIONAL, GESTIÓN DE CALIDAD, LOGÍSTICA, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL)

Línea de acción No.2: Desarrollo de productos y servicios

Acción 2



2. Diseño y mejoramiento de empaques; materiales, colores, dimensiones, tendencias

Objetivo

Plantear diferentes alternativas técnicas y económicas para estandarizar y mejorar el proceso de empaque de derivados lácteos

Actividades

1. Vigilancia tecnológica de los diferentes métodos de envasado, empaquetado y embalaje de productos como técnica del envasado, materiales del empaque, embalaje
2. Hacer transferencia de conocimiento a los empresarios y entidades aliadas con potencial de desarrollar procesos relacionados (investigación, pruebas de laboratorio,)
3. Identificar potenciales proyectos piloto para desarrollar prototipos de empaque



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

INNOVACIÓN

(I+D, DESARROLLO O SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO Y EMPAQUES- PRODUCTIVIDAD OPERACIONAL, GESTIÓN DE CALIDAD, LOGÍSTICA, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL)

Línea de acción No.2: Desarrollo de productos y servicios

Acción 2



3. Diseño de un programa de impulso al emprendimiento de carácter innovador en colaboración con entidades de entorno

Objetivo

Diseñar programas de emprendimiento e innovación para el sector lácteo de Nariño

Actividades

1. Diseño de programas de emprendimiento e innovación en la transformación láctea que incluyan actividades de transferencia de metodología de innovación, gestión de proyectos y transferencia de conocimiento.
2. Gestión institucional para determinar la oferta de programas de emprendimiento e innovación en la transformación láctea por parte de Instituciones aliadas al sector.
3. Integración de emprendedores e innovadores en los programas
4. Seguimiento y control de resultados



CLUSTER DEVELOPMENT



El progreso
es de todos

Mincomercio

ACCIONES

INNOVACIÓN

(I+D, DESARROLLO O
SOFISTICACIÓN DE
PRODUCTO Y EMPAQUES-
PRODUCTIVIDAD
OPERACIONAL, GESTIÓN DE
CALIDAD, LOGÍSTICA,
SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL)

Línea de acción No. 3: Talento humano especializado

Acción 1



1. Nuevos perfiles y capacitación: ej maestro quesero, técnico quesero, ingenieros de alimentos.

Objetivo

Generar nuevas capacidades y perfiles en el talento humano adscrito al sector transformador lácteo.

Actividades

1. Implementación de una red con entidades de entorno para la transferencia de conocimiento y formación de capital humano
2. Análisis de la demanda de talento humano e identificación de necesidades del sector lácteo.
3. Análisis de la oferta educativa (IES) relacionada con el sector lácteo.
4. Definición de brechas entre capital humano demandado y oferta educativa.
5. Conformar mesas de trabajo con las IES y demás entidades de la red para priorización de temas de capacitación y asistencia técnica.
6. Elaboración de cronograma de capacitación y asistencia técnica.
7. Definición de capacitadores y entidades capacitadoras y asistencia técnica.
8. Ejecución del programa de capacitación y asistencia técnica.



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

INNOVACIÓN

(I+D, DESARROLLO O SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO Y EMPAQUES- PRODUCTIVIDAD OPERACIONAL, GESTIÓN DE CALIDAD, LOGÍSTICA, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL)

Línea de acción No. 3: Talento humano especializado

Acción 2



2. Programa común de capacitación empresarial: Habilidades gerenciales, esquemas asociativos, planificación estratégica,...

Objetivo

Capacitar a las diferentes empresas del eslabón de transformación en temas empresariales

Actividades

1. Identificar las necesidades de las diferentes empresas
2. Definir los objetivos del programa de capacitación
3. Identificar a quién va dirigido el programa de capacitación de personal
4. Seleccionar y elaborar el programa de capacitación de personal más adecuado
5. Comunicar y difundir los programas de capacitación
6. Implementar el programa de capacitación
7. Obtener feedback y evaluar el programa de capacitación



El progreso es de todos

Mincomercio

ÁREAS DE TRABAJO

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

Desarrollo de canales

Línea de acción No.1:
Fortalecimiento e impulso empresarial



1. Programa de desarrollo de negocios en mercados específicos
2. Mejorar la gestión de costos de los insumos a través de las compras programadas y asociadas.

Línea de acción No. 2: Prescriptor



1. Programa para la implementación de acciones con prescriptores para la incursión en la cultura gastronómica nacional

Línea de acción No.3: Digital



1. Acercamiento a plataformas digitales de compra (Ej: Merqueo, Takami,...)
2. Desarrollo del canal directo de venta directa online (particular, alianzas inter-empresariales)



ACCIONES

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

Desarrollo de canales

Línea de acción No.1: Fortalecimiento e impulso empresarial

Acción 1



1. Programa de desarrollo de negocios en mercados específicos

Objetivo

Priorizar mercados a nivel regional, nacional e internacional entendiendo los criterios de compra de los clientes potenciales y el comportamiento de los competidores presentes, así como su atractivo y principales barreras a la entrada para desarrollar productos.

Actividades

1. Grupos de trabajo según segmento del mercado definido (ej HORECA, gran distribución)
2. Priorización de mercados: análisis de **atractivo de mercado y canales especializados** en países y mercados objetivo de interés
3. Validación pre- comercial con clientes potenciales (criterios de compra, atributos)
4. Desarrollar procesos de desarrollo de producto/servicios o sofisticación de la oferta disponible
5. Definir mecanismos de posicionamiento: narrativa conjunta de posicionamiento y promoción, misiones comerciales, ferias, visitas, ruedas de negocio, circuitos cortos de comercialización de productos lácteos



ACCIONES

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

Desarrollo de canales

Línea de acción No.1: Fortalecimiento e impulso empresarial

Acción 1



2. Mejorar la gestión de costos de los insumos a través de las compras programadas y asociadas.

Objetivo

Disminuir el costo de los insumos comprados por los productores a través de compras en gran escala a precios unitarios inferiores y con un mayor poder de negociación frente a los proveedores.

Actividades

1. Identificación de productores interesados
2. Identificación de los productos y montos a comprar por grupo de productores.
3. Cotización con varios proveedores.
4. Compra de los insumos.



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

Desarrollo de canales

Línea de acción No. 2: Prescriptor

Acción 2



1. Programa para la implementación de acciones con prescriptores para la incursión en la cultura gastronómica nacional

Objetivo

Desarrollar una estrategia innovadora para el sector Lácteo del Departamento de Nariño para impulsar la industria a través de la credibilidad que genera un **panel de expertos** (Chefs) y los participantes del evento con la experiencia del producto.

Actividades

1. Consolidar grupos de trabajo de empresas del cluster e identificar oportunidades para insertar sus productos en espacios concretos de expresión gastronómica a nivel nacional
2. Acompañamiento especializado para definir contenido de posicionamiento y estrategia de relacionamiento público con prescriptores de la cultura gastronómica
3. Desarrollo de eventos para posicionamiento de productos (concursos,)



El progreso
es de todos

Mincomercio

EJEMPLO – PRESCRIPTORES EN LA GASTRONOMÍA GOURMET

Rausch®

ARTE, CREACIÓN Y COCINA



Embajadores de las 29 Denominaciones de Origen que tiene Colombia



Trabajamos con chefs de restaurantes para el posicionamiento de quesos con historias por contar

Harry SASSON



- Productos de la paz: fríjoles de Montes de María
- Amazonas: Mundo de Esperanza (AME): postre emblemático para celebrar sabores y riqueza gastronómica de esta región de Colombia.

“Tenemos todo el consumo responsable de ingredientes para nuestros platos. Lo local va a ser lo prioritario y se busca premium para implementar nuevos servicios” – *Jefe cocina*



El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

Desarrollo de canales

Línea de acción No.3: Digital

Acción 3



1. Acercamiento a plataformas digitales de compra (Ej: Merqueo, Takami,...)

Objetivo

Realizar una estrategia de comercialización de productos lácteos a través de plataformas existentes

Actividades

1. Investigación de las diferentes plataformas que existen en el mercado nacional y de los requisitos para pertenecer a ellas
2. Depuración de las plataformas de acuerdo a los requerimientos de cada una de ellas
3. Acercamiento de las empresas con las diferentes plataformas
4. Negociación de las condiciones
5. Entrega y distribución del producto



El progreso es de todos

Mincomercio

EJEMPLO – DISPENSA TAKAMI

DISPENSA PROVISIONES DE ALTA CALIDAD TAKAMI

EL CANAL ONLINE COMIENZA A CONSOLIDARSE

INICIO CÓMO MERCAR PARA MERCAR POR CATEGORÍA MERCAR POR CATEGORÍA PARA TERMINAR EN CASA COCTELES BANCO DE MERCADOS QUIÉNES SOMOS PROVEEDORES CONTACTANOS

Todos los pedidos se entregan a los dos días hábiles. Encuentra más información en la pestaña de "Cómo Mercar"

LÁCTEOS, HUEVOS & REFRIGERADOS

El Galo, Queso Tipo Brie (120gr) - La Ratonera \$17.900,00

La Cabra Beoda, Queso Madurado Afinado en Vino (250gr) - La Ratonera \$45.000,00

La Cabra Gabacha, Queso tipo Camembert de Cabra (140gr) - La Ratonera \$25.900,00



Queso Paipa con Denominación de Origen (450gr) - Campo Real \$26.690,00

Mozzarella Bocconcini (200gr) - Planetarica \$8.800,00

Queso Pera Ahumado (400gr) - Campo Real \$35.800,00



CLUSTER | DEVELOPMENT





El progreso es de todos

Mincomercio

ACCIONES

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

Desarrollo de canales

Línea de acción No.3: Digital

Acción 3



2. Desarrollo del canal directo de venta directa online (particular, alianzas inter-empresariales)

Objetivo

Crear nuevos modelos de marketing para la cadena láctea del Departamento de Nariño en conjunto, desarrollando canales de venta directa y comercio digital colectivos

Actividades

PARA PUNTO DE VENTA ESPECIALIZADO

1. Target, reconocimiento y perfilamiento de clientes objetivo
2. Ubicación. Según clientes identificados se escogerá el lugar estratégico de funcionamiento del punto de venta, resolviendo necesidades de acceso, servicios, tráfico, etc.
3. Desarrollo de estrategia de venta y generación de demanda. ...
4. Seguimiento y control de resultados"

PARA MARKETING DIGITAL

1. Análisis y diagnóstico de situación digital actual
2. Definición de objetivos de marketing digital
3. Definición de estrategias y acciones de mercadeo digital
4. Seguimiento y control de métricas

El progreso
es de todos

Mincomercio

ÁREAS DE TRABAJO

COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

1. Programa de capacitación, asistencia técnica y buenas prácticas
2. Definición de un modelo asociativo o cooperativo, que permita consolidar producción de leche con estándares de calidad – Programa de alianzas de valor compartido
3. Diseño de modelo logístico de recolección y almacenamiento de leche con cumplimiento de estándares de calidad

INNOVACIÓN

1. Inteligencia de mercado + vigilancia tecnológica: estudio de consumidor / preferencias, análisis de tendencias y tecnologías.
2. Arenas de innovación: metodologías para el desarrollo de derivados lácteos
3. Diseño y mejoramiento de empaques; materiales, colores, dimensiones, tendencias
4. Diseño de un programa de impulso al emprendimiento de carácter innovador en colaboración con entidades de entorno
5. Nuevos perfiles y capacitación: ej maestro quesero, técnico quesero, ingenieros de alimentos.
6. Programa común de capacitación empresarial: Habilidades gerenciales, esquemas asociativos, planificación estratégica,...

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

1. Programa de desarrollo de negocios en mercados específicos
2. Mejorar la gestión de costos de los insumos a través de las compras programadas y asociadas.
3. Programa para la implementación de acciones con prescriptores para la incursión en la cultura gastronómica nacional
4. Acercamiento a plataformas digitales de compra (Ej: Merqueo, Takami,...)
5. Desarrollo del canal directo de venta directa online (particular, alianzas inter-empresariales)



Agenda de implementación 2020 - 2025

Clúster Lácteo de Nariño

2020	2021	2022	2023	2024	2025
	1. Programa de capacitación, asistencia técnica y buenas prácticas				
	2. Definición de un modelo asociativo o cooperativo, que permita consolidar producción de leche con estándares de calidad– Programa de alianzas de valor compartido				
		3. Diseño de modelo logístico de recolección y almacenamiento de leche con cumplimiento de estándares de calidad			
	4. Inteligencia de mercado + vigilancia tecnológica: estudio de consumidor / preferencias, análisis de tendencias y tecnologías.				
	5. Arenas de innovación: metodologías para el desarrollo de derivados lácteos				
	6. Diseño y mejoramiento de empaques; materiales, colores, dimensiones, tendencias				
	7. Diseño de un programa de impulso al emprendimiento de carácter innovador en colaboración con entidades de entorno				
		8. Nuevos perfiles y capacitación: ej maestro quesero, técnico quesero, ingenieros de alimentos.			
	9. Programa común de capacitación empresarial: Habilidades gerenciales, esquemas asociativos, planificación estratégica,...				
	10. Programa de desarrollo de negocios en mercados específicos				
		11. Mejorar la gestión de costos de los insumos a través de las compras programadas y asociadas.			
		12. Programa para la implementación de acciones con prescriptores para la incursión en la cultura gastronómica nacional			
	13. Acercamiento a plataformas digitales de compra (Ej: Merqueo, Takami,...)				
	14. Desarrollo del canal directo de venta directa online (particular, alianzas inter-empresariales)				



Agenda

- Cluster de lácteos de Nariño: ¿De dónde venimos?
- Plan de Acción y agenda de implementación
- Proyectos priorizados y formulación
- Modelo de gobernanza
- Próximos pasos



PROYECTOS PRIORIZADOS

Grupos de trabajo con empresarios

15 participantes

Metodología de priorización

1

- PROGRAMA DE CAPACITACIÓN, ASISTENCIA TÉCNICA Y BUENAS PRÁCTICAS

2

- ARENAS DE INNOVACIÓN: METODOLOGÍAS PARA EL DESARROLLO DE DERIVADOS LÁCTEOS

3

- PROGRAMA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS EN MERCADOS ESPECÍFICOS



Objetivo: Implementar un modelo de innovación en las empresas del cluster para la incursión en nuevos mercados a nivel regional o nacional

Componentes

ANÁLISIS DEL MERCADO

- Análisis de mercados
- Priorización
- Exploración pre-comercial
- Identificación de brechas

ARENAS DE INNOVACIÓN

- Programa de fortalecimiento en metodologías de innovación
- Sofisticación o creación de productos

VALIDACIÓN COMERCIAL

- Rueda de negocios
- Estrategia comercial

GOBERNANZA

- Dinamización de comité técnico y mesas operativas
- Desarrollo agenda de financiación para el cluster

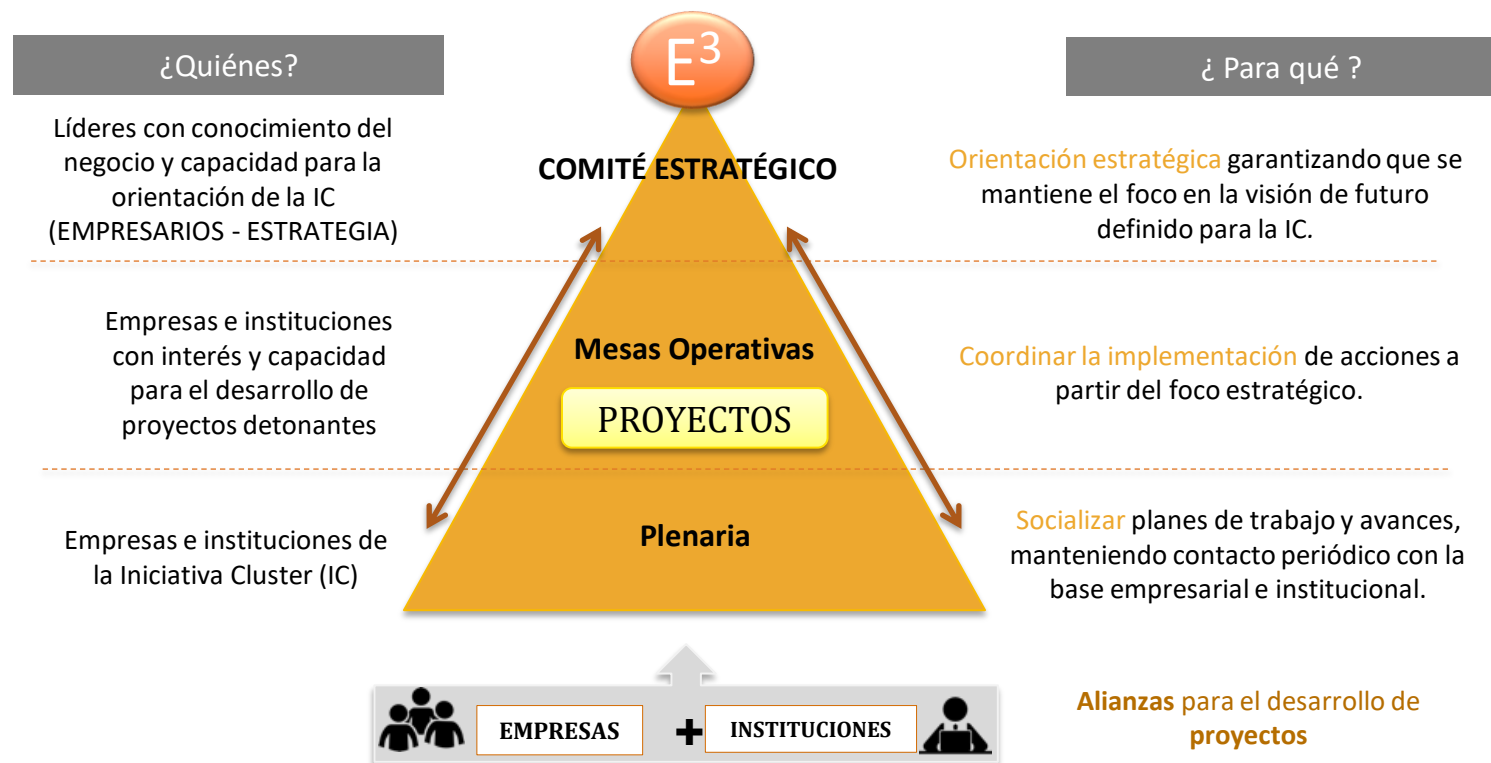


Agenda

- Cluster de lácteos de Nariño: ¿De dónde venimos?
- Plan de Acción y agenda de implementación
- Proyectos priorizados y formulación
- Modelo de gobernanza
- Próximos pasos



Consolidar el liderazgo empresarial empoderando a los líderes del segmento con un modelo de toma de decisiones ágil basado en la visión estratégica



LA INTERACCIÓN ENTRE LAS DIFERENTES INSTANCIAS GARANTIZA LA COHESIÓN DE LA INICIATIVA CLUSTER Y, CON ELLO, SU CAPACIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES EN LÍNEA CON LA ESTRATEGIA DEFINIDA.



Características Comité Estratégico



Reuniones periódicas para
orientar la iniciativa cluster



Evaluación y seguimiento de
proyectos y actividades del
cluster



Orientar la mesas operativas
aportando su conocimiento
del negocio



Reglas de juego claras

Objetivo

Garantizar el seguimiento del foco estratégico a largo plazo y la visión de futuro del cluster

Asistentes

- Perfil de los integrantes
- Participación nominal (cargo – empresa) - no se delega
- Continuidad (luego de un # inasistencias se desvincula del Grupo Estratégico)

Temáticas

- Informe de gestión del período anterior
- Priorización de proyectos
- Esquemas de implementación de proyectos (aliados, beneficiarios, recursos)
- Identificación de necesidades de gestión

Dinámicas

- La convocatoria la realiza la Secretaría Técnica
- Las decisiones se toman preferiblemente por consenso
- Espacio permanente de discusión, decisión, priorización
- Los líderes como conectores entre Grupo Estratégico y demás espacios de participación de la iniciativa cluster



Agenda

- Cluster de lácteos de Nariño: ¿De dónde venimos?
- Plan de Acción y agenda de implementación
- Proyectos priorizados y formulación
- Modelo de gobernanza
- Próximos pasos



Fechas importantes



Presentación de lanzamiento

**24 de noviembre de 2020 Hora: 2:30 p.m.
Lugar: Casa de la Cultura – Guachucal - Nariño**



Información de formación

- 1. Capacitación en Buenas Prácticas Ganaderas BPG y Buenas Prácticas de Ordeño**
- 2. Capacitación en innovación de productos lácteos (quesos semimaduros, secos y ahumados)**



Datos de contacto para información adicional

Jhon Jairo Suárez Villegas

Cargo: Jefe de Planeación y Proyectos

Correo: coorproyectos@ccipiales.org.co

Iván Javier Flórez Portilla

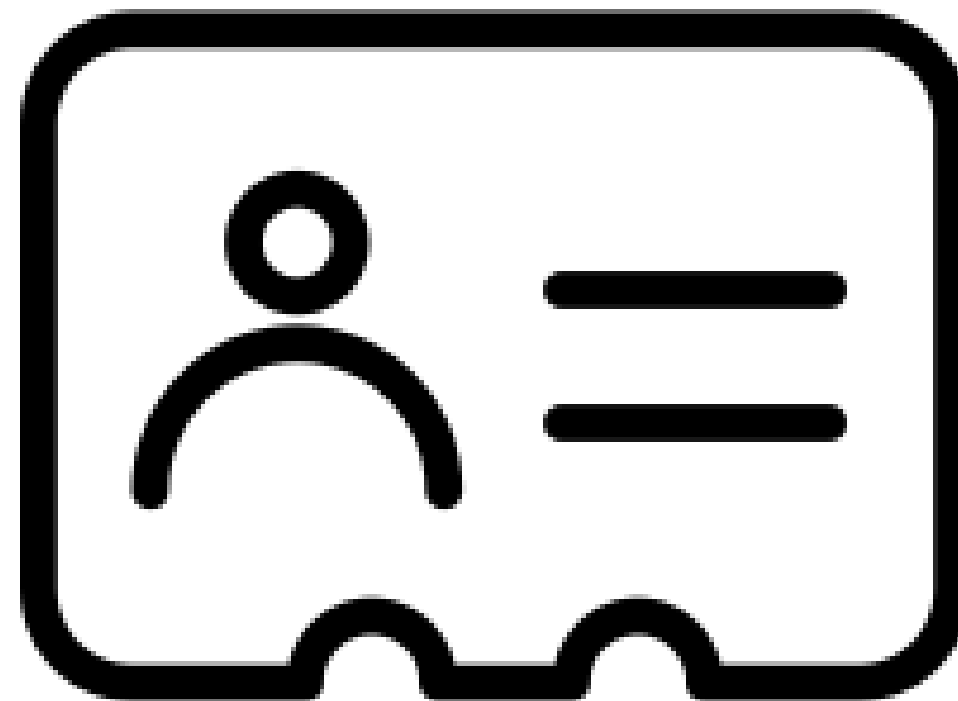
Cargo: Jefe de Capacitación Empresarial

Correo: calidad@ccipiales.org.co

Elisabeth Rojas Gallego

Cargo: Profesional de apoyo

Correo: elisabeth.roga@gmail.com





El progreso
es de todos

Mincomercio

Presentación Pública Fase III

Plan de Acción

Ruta de Lácteos de Nariño

Noviembre 2020



CLUSTER | DEVELOPMENT