.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: 3/07/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 3/07/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:

03/07/2025 Diagnóstico del clima organizacional: Identificar fortalezas y debilidades en la interacción entre los miembros. 05/08/2025 Estrategias para mejorar la comunicación interna: Implementar canales y dinámicas de comunicación efectivas. 03/09/2025 Diseño de indicadores de desempeño (KPI's): Establecer métricas claras para evaluar el rendimiento. 07/10/2025 Contratación laboral, tipos, requisitos y proceso de contratación

Avance:

03/07/2025 Durante la jornada de asesoría se trabajó con la Asociación de Distribuidores de Productos de Consumo de Planadas el diseño y aplicación de un diagnóstico de clima organizacional, con el propósito de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la interacción y convivencia entre los miembros que la conforman. Esta organización, integrada por socios campesinos del municipio de Planadas, se dedica a la comercialización de productos de consumo originados en sus propias fincas, generando valor económico y social para las familias rurales de la región.

Durante la sesión se explicó la importancia de contar con herramientas que permitan evaluar el clima interno, ya que el bienestar, la comunicación, la confianza y la cohesión entre los miembros inciden directamente en la eficiencia de los procesos asociativos, en la toma de decisiones colectivas y en el cumplimiento de los objetivos comerciales. Se propuso realizar un diagnóstico participativo que contemple dimensiones como la comunicación interna, la percepción del liderazgo, la claridad de los roles y responsabilidades, la participación en la toma de decisiones, el manejo de conflictos, el sentido de pertenencia y el nivel de satisfacción general de los asociados.

El instrumento sugerido consiste en una encuesta confidencial, con preguntas cerradas y abiertas, que permita recopilar información tanto cuantitativa como cualitativa. Se recomendó aplicar el diagnóstico de manera presencial o virtual según el contexto de cada vereda, con apoyo de un facilitador que garantice la comprensión del cuestionario y la confidencialidad de las respuestas. Posteriormente, se consolidará la información para obtener un informe que identifique los aspectos positivos del clima actual, las tensiones o barreras recurrentes, y las recomendaciones para fortalecer la relación entre los miembros de la asociación.

Se hizo énfasis en que este ejercicio debe asumirse como una oportunidad para el mejoramiento continuo, no como una evaluación punitiva, y que su éxito dependerá del compromiso de la directiva para acoger los resultados con apertura, así como de su voluntad para impulsar acciones concretas de mejora en temas como comunicación, formación, reconocimiento mutuo, y fortalecimiento del liderazgo interno.

Recomendaciones:
Se sugiere aplicar el diagnóstico al menos una vez al año como práctica institucionalizada dentro del proceso de gestión organizacional. También se recomendó socializar los resultados con transparencia y construir, de forma conjunta, un plan de mejora interna que priorice acciones realizables, en función de los hallazgos. Es importante fortalecer la figura del líder o coordinador de clima organizacional dentro de la asociación, quien pueda facilitar la comunicación interna, promover espacios de encuentro y canalizar iniciativas orientadas al bienestar común.

Conclusiones:
El diagnóstico del clima organizacional representa una herramienta fundamental para garantizar la sostenibilidad de procesos asociativos como el que desarrolla esta organización campesina. El análisis de las relaciones internas, la participación activa de los socios y el compromiso con la mejora continua permitirán consolidar una estructura colaborativa más sólida, eficiente y coherente con los principios de la economía solidaria y el desarrollo rural inclusivo.

05/08/2025 asesoría en el mes de Agosto
03/09/2025 Asesoría en el mes de Septiembre
07/10/2025 Asesoría en el mes de Octubre

3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

4 Gestión de calidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

5 Gestión de la innovación / Desarrollo y sofisticación de producto

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

6 Gestión Financiera y Contable

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 10/06/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 10/06/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:

11/06/2025 Logística y Distribución (Códigos QR y trazabilidad para control de productos). 05/05/2025 Gestión de Pagos Digital. 08/04/2025 Marketing Digital (Publicidad en Facebook Ads y Google Ads para ventas). 03/03/2025 Marketing Digital (WhatsApp Business para comunicación y atención al cliente). 17/02/2025 Marketing Digital (Redes sociales para atraer clientes y posicionar la marca).

Avance:

10/06/2025 La asesoría estaba inicialmente programada para el 11 de junio; sin embargo, fue reprogramada para el día 10 de junio, debido a que el empresario no podía atender en la fecha

previamente acordada.

1. OBJETIVO DE LA ASESORÍA: Brindar orientación a la Asociación en el fortalecimiento de los procesos logísticos y de distribución, incorporando herramientas tecnológicas como el uso de códigos QR y sistemas de trazabilidad para el control, seguimiento y confianza del consumidor sobre los productos agrícolas comercializados.

2. DESARROLLO DE LA SESIÓN
Durante la asesoría se analizaron los procesos actuales de recolección, empaque, transporte, almacenamiento y entrega de productos. Se identificaron oportunidades de mejora en la organización logística y se propuso la implementación de herramientas tecnológicas para garantizar una mayor eficiencia operativa, seguridad alimentaria y confianza del consumidor final.

a) Optimización de la logística y distribución
Se recomendó implementar una ruta logística organizada, con programación de recolección por veredas o fincas, puntos de acopio definidos y horarios establecidos para evitar pérdidas de frescura y sobrecostos en transporte.

Se sugirió establecer un sistema básico de inventario diario con control de entradas y salidas, especialmente en temporadas altas.

Se propuso utilizar transporte compartido o tercerizado en ciertos tramos para reducir costos de última milla en la distribución.

b) Código QR como herramienta de trazabilidad y confianza
Se explicó el uso del código QR como una herramienta útil para:

Identificar el origen del producto (finca, lote, fecha de cosecha)

Mostrar certificaciones o prácticas de cultivo (orgánico, limpio)

Compartir información nutricional o de recetas con el consumidor

Facilitar el control interno de inventario y flujo de productos

Se sugirió la creación de etiquetas simples con código QR impreso que redireccione a una base de datos o página de información (puede ser un archivo en Google Drive, hoja de cálculo o web institucional básica).

Cada lote o grupo de productos debe tener un número de identificación único que se relacione con la trazabilidad interna (ej. “Tomate Lote 001 – Finca El Mirador – 10/06/25”).

c) Sistema básico de trazabilidad
Se propuso implementar un sistema de registro por lote con los siguientes datos mínimos:

Nombre del productor

Fecha de recolección

Tipo y cantidad del producto

Condiciones de transporte y recepción

Esta información puede sistematizarse en Excel o software sencillo como Kukua, FarmTrace o incluso Google Sheets compartido entre responsables de logística.

3. CONCLUSIONES
La Asociación tiene una gran oportunidad de fortalecerse mediante la implementación de procesos logísticos más organizados y tecnológicos. La trazabilidad no solo mejora la eficiencia operativa, sino que transmite confianza al consumidor, especialmente si se quiere ingresar a mercados más exigentes como tiendas especializadas, supermercados o compras públicas. La adopción de códigos QR y registros digitales permitirá un mayor control de inventarios, mejor rotación del producto y apertura a nuevos canales comerciales.

4. RECOMENDACIONES
Establecer una programación semanal de rutas de recolección y entrega con control de tiempos y pesos.

Diseñar etiquetas con códigos QR que redirijan a una ficha técnica digital o página del producto.

Capacitar a los productores en el diligenciamiento de formatos de trazabilidad por lote.

Crear una base de datos centralizada de productos, productores y fechas de distribución.

Evaluar la adquisición de impresoras térmicas portátiles para generar etiquetas directamente desde el punto de acopio.

Documentar un protocolo de trazabilidad y socializarlo entre todos los miembros de la Asociación.

05/05/2025 OBJETO DE LA SESIÓN: Brindar orientación sobre alternativas y buenas prácticas para la gestión de pagos digitales con el fin de mejorar la eficiencia operativa, facilitar la relación con los clientes y fortalecer el control financiero de la organización.

TEMAS TRATADOS:

1. Importancia de la digitalización de pagos:

Se explicó cómo la adopción de pagos digitales permite a la organización ofrecer mayor comodidad a los clientes, facilitar transacciones seguras y reducir el manejo de efectivo.

Se resaltó la relación entre pagos digitales y trazabilidad financiera, lo cual fortalece la transparencia y la gestión contable.

2. Opciones de pagos digitales presentadas:

Transferencias bancarias electrónicas:

Se abordó su utilidad para clientes frecuentes o institucionales, y se recomendó el uso de cuentas de ahorro empresariales asociadas a la organización.

Plataformas de recaudo digital (Nequi, Daviplata, Movii):

Se sugirió el uso de billeteras digitales para facilitar pagos pequeños e inmediatos, especialmente en zonas rurales donde el acceso a bancos es limitado.

Botones de pago y pasarelas electrónicas:

Se exploró el uso de soluciones como Wompi, PayU o PlacetoPay para ventas con tarjeta débito o crédito, útiles para clientes urbanos o con mayor bancarización.

Códigos QR para pagos:

Se recomendó implementar códigos QR enlazados a cuentas digitales como forma práctica y de bajo costo para cobrar sin contacto.

3. Buenas prácticas en la gestión de pagos digitales:

Centralizar los pagos en cuentas oficiales de la organización para facilitar la conciliación contable.

Establecer protocolos de verificación de pagos (ej. evidencias de transacción).

Capacitar a los distribuidores en el uso básico de herramientas digitales.

Informar claramente a los clientes sobre las opciones de pago disponibles.

ACUERDOS Y COMPROMISOS:

La organización evaluará qué opciones de pago digital se ajustan mejor a las condiciones de sus clientes y aliados.

Se priorizará una primera fase de implementación con billeteras digitales (Nequi/Daviplata) y se hará difusión entre los clientes.

OBSERVACIONES:

Se identificó buena disposición de la asociación para adoptar herramientas digitales que faciliten su operación y gestión financiera.

Se resaltó la necesidad de acompañamiento técnico en los primeros pasos de implementación, especialmente para usuarios con baja familiaridad digital.

08/04/2025 Objetivo de la consultoría: diseñar una estrategia de marketing digital enfocada en la utilización de Facebook Ads y Google Ads como canales de adquisición de clientes, que permita a la Asociación incrementar sus ventas, mejorar su posicionamiento digital y atraer tanto clientes mayoristas como consumidores finales de productos de la canasta familiar.
Aspectos Desarrollados Durante la Asesoría:
1. Diagnóstico Inicial:
• Análisis del estado actual de presencia digital.
• Revisión de redes sociales activas.
• Verificación de la existencia de sitio web o landing page de contacto.
• Identificación del perfil de cliente ideal (B2B — tiendas, negocios / B2C — consumidor final).
2. Estrategias Propuestas en Facebook Ads:
• Creación de campañas segmentadas:
- Ubicación geográfica: Planadas y zonas aledañas.
- Intereses: Compradores frecuentes, amas de casa, tenderos, pequeños negocios.
- Edad: 25-60 años.
• Tipo de campañas recomendadas:
- Campañas de Reconocimiento de Marca: Para visibilizar la asociación y sus productos.
- Campañas de Tráfico: Redirigiendo a WhatsApp o página web para recibir pedidos.
- Campañas de Conversión: Una vez exista historial de tráfico y datos consolidados.
• Creativos recomendados:
- Fotografías de productos, combos y promociones.
- Videos cortos mostrando la variedad de productos y precios competitivos.
- Imágenes con llamados a la acción: “¡Compra directo, sin intermediarios!” / “Precios al por mayor y al detal.”
3. Estrategias Propuestas en Google Ads:
• Configuración de campañas en:
o Red de Búsqueda: Palabras clave específicas como:
? “Productos de la canasta familiar en Planadas”
? “Distribuidores de alimentos Planadas”
? “Proveedores de productos al por mayor”
o Red de Display: Anuncios gráficos para aumentar la visibilidad en sitios relacionados.
o Google Maps Ads: Recomendado si la asociación tiene ubicación registrada para facilitar la visita de clientes locales.

- Enfoque en anuncios con:
- Información clara sobre la oferta de valor.
- Llamados a la acción: “Contáctanos para cotizar” / “Entrega rápida a tu negocio.”
- Promociones temporales para captar la atención.

4. Recomendaciones Técnicas:

- Implementar un pixel de Facebook y código de conversión de Google para medir:
- Visitas.
- Consultas por WhatsApp.
- Solicitudes de cotización.
- Diseñar landings o formularios que faciliten el contacto directo.
- Definir un presupuesto mensual mínimo para pruebas A/B y optimización progresiva.

Conclusiones:

Durante la asesoría se brindaron lineamientos claros sobre la creación, segmentación y optimización de campañas en Facebook Ads y Google Ads. Estas herramientas permitirán que la Asociación incremente su alcance digital y potencie las ventas, posicionándose como proveedor directo y confiable en la región.

La correcta ejecución de estas campañas permitirá:

- Aumentar la visibilidad de la oferta.
- Captar nuevos clientes interesados en productos de la canasta familiar.
- Facilitar el cierre de ventas a través de contacto directo digital.

Compromisos:

- Implementar las campañas según las recomendaciones.
- Crear piezas gráficas y videos que resalten sus productos y promociones.
- Medir resultados y ajustar las campañas cada 15 días en una fase inicial.

03/03/2025 Objetivo de la asesoría: brindar acompañamiento a la empresa en estrategias de fortalecimiento empresarial, con énfasis en marketing digital y el uso de WhatsApp Business para la comunicación y atención al cliente.

Desarrollo de la Asesoría:

Marketing Digital:

Se explicó la importancia del marketing digital para mejorar la visibilidad y competitividad de la asociación.

Se abordaron estrategias básicas de redes sociales (Facebook e Instagram) para promocionar productos y atraer clientes.

Se recomendó la creación de contenido atractivo (imágenes, videos y publicaciones informativas) que resalten la calidad y beneficios de los productos.

Se sugirió el uso de publicidad pagada en redes sociales para llegar a un público más amplio y segmentado.

WhatsApp Business para la Comunicación y Atención al Cliente:

Se explicó el uso de WhatsApp Business como una herramienta clave para la atención

personalizada.
Se destacaron sus funciones principales, como la creación de un perfil comercial, catálogo de productos, respuestas automáticas y etiquetas para organizar clientes.
Se establecieron estrategias para mejorar la interacción con los clientes, fomentando respuestas rápidas y personalizadas.
Se recomendó la integración de WhatsApp Business con redes sociales y la página web para optimizar la comunicación.
Compromisos y acuerdos:
La asociación implementará las estrategias sugeridas.
Se hará seguimiento a la ejecución de estas estrategias en una próxima sesión de asesoría.
Se evaluará el impacto de las acciones tomadas y se realizarán ajustes si es necesario

17/02/2025 Objetivo de la Asesoria Optimizar el uso de las redes sociales de ASDICOPPLANADAS (Instagram y Facebook) para atraer clientes y posicionar la marca, destacando el componente productivo de la asociación y su impacto en la economía local.
Agenda de la sesion:
Análisis del uso actual de redes sociales
Importancia del contenido estratégico para la venta
Recomendaciones para mejorar la presencia digital
Desarrollo de la sesión
1. Análisis del uso actual de redes sociales
Se identificó que ASDICOPPLANADAS usa Instagram y Facebook principalmente para compartir información sobre bienestar familiar, pero no resalta el componente productivo ni la comercialización de productos autóctonos de Planadas. Esto limita su alcance y disminuye las oportunidades de venta.
2. Importancia del contenido estratégico para la venta
Se explicó la necesidad de un enfoque comercial en redes sociales, incluyendo:
Publicaciones sobre productos: fotos y descripciones atractivas de los productos autóctonos.
Historias y reels: mostrar el proceso de compra a los campesinos y la llegada del producto al cliente final.
Testimonios: experiencias de clientes satisfechos.
Uso de hashtags y geolocalización: aumentar visibilidad en redes.
3. Recomendaciones para mejorar la presencia digital
Crear una identidad visual clara con colores y tipografía representativa.
Publicar mínimo 3 veces por semana contenido enfocado en productos, procesos y clientes.
Diseñar un calendario de publicaciones con categorías como "Producto de la semana", "Historia del productor", "Recetas con nuestros productos", etc.
Usar anuncios segmentados en Facebook e Instagram para aumentar el alcance.
Activar la opción de compra en redes para facilitar las ventas.
CONCLUSIÓN
ASDICOPPLANADAS debe fortalecer su estrategia digital destacando su labor comercial y los

productos autóctonos. Se recomienda implementar las sugerencias mencionadas y realizar un seguimiento en un mes para evaluar avances y ajustar la estrategia.

03/03/2025 asesoría del mes de marzo
05/05/2025 asesoría del mes de mayo
11/06/2025 asesoría del mes de junio

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

12 Índice de productividad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: