

1º, 2 y 3 de Noviembre de 2017 | Medellín | Colombia

Plaza Mayor Medellín Convenciones y Exposiciones
Calle 41 N° 55-80



Programa Iberoamericano de
Ciencia y Tecnología para el Desarrollo



Normativas de los sistemas de pago por calidad de leche en Latinoamérica, una mirada a la historia de cada país y su evolución

PRESENTACIÓN: Con la realización del Curso-Taller, se pretende fortalecer la masa crítica sobre la implementación de los sistemas de pago por calidad de leche cruda en los países latinoamericanos y promover la integración de los actores implicados en el proceso, enmarcados bajo la normativa y regularización de cada país.

OBJETIVO: Socializar los diferentes sistemas de pago de leche cruda presentes en Latinoamérica, con el fin de conocer las diferentes características de cada uno y buscar una armonización entre los actores que intervienen en el proceso: Estado, agente comprador, vendedor y los laboratorios.

DÍA 1

MAÑANA

08:00 a 12:30 hs
[con espacio para el refrigerio]

TALLER: SOCIALIZACIÓN SISTEMAS DE PAGO POR CALIDAD, NORMATIVIDAD

Modo de Trabajo: se envía una guía rápida predeterminada con preguntas generales sobre la normatividad de un sistema de pago por calidad, un experto preferiblemente a nivel del organismo regulador de cada país, se encargan de llenar la guía y socializar las respuestas en una presentación de 30 – 40 minutos.

○ ● **EJEMPLO / PROPUESTA DE LA MATRIZ:**

En el país está reglamentado el pago de leche por parámetros de calidad?	Mencione la normatividad, fecha de implementación y si ha contado con cambios significativos en el tiempo
Está regulado por alguna entidad gubernamental?	Pequeña reseña histórica de la entidad
Es de carácter "Obligatorio" para todo el territorio Nacional?	Explique cómo o a través de qué instrumentos se aseguran de que operen a través del Sistema?
Cuáles son los parámetros de análisis para el pago?	Límites (rangos de valores con sus pagos correspondientes para cada uno) de estos parámetros y valores de pago Ejemplo de liquidación del precio de una leche en USD (todos países hacen el ejercicio con los mismos datos)
Cuáles son las metodologías tomadas como Referencia, para cada parámetro de análisis para el pago cuáles no están permitidas ?	Metodologías/ principios de medición, permitidos / y no permitidos para analizar los distintos parámetro involucrados en el sistema de Pago
Cuál es la frecuencia reglamentaria de análisis para cada productor de leche?	Explicación resumida
Realizan el pago por promedio mensual o algún tipo de cálculo del valor de la liquidación final	Se aplica algún tipo de promedio para la liquidación del pago: geométrico, aritmético, promedio móvil?

La normatividad exige requisitos técnicos para los laboratorios	Explique si cuenta con requisitos para la prestación del servicio como la acreditación en ISO 17025 u otros
Existen aspectos técnicos que puedan ser incluidos en la normatividad a futuro	Otros parámetros de calidad como recuento de células somáticas u otro?
A quien tienen designado para que controle/ monitoree el desempeño de los labs del sistema de Pago??	Explique qué Organismo/ Institución/ Laboratorio Nacional de Referencia, se encarga de controlar, de acuerdo a una metodología establecida y aprobada por el Organismo Regulador, el buen desempeño de los labs, involucrados en el Sistema de Pago
Hay establecida/implementada alguna metodología par el seguimiento del desempeño de los laboratorios	Explique la metodología o procedimientos implementados para realizar el monitoreo /control de los laboratorios del Sistema
En caso de Reclamos o Controversias, de alguna de las partes, tienen alguna metodología / reglamentación para proceder	Explique cómo y a través de qué instrumentos legales resuelven, en el caso de tener Reclamos o controversias en los resultados y quien dirime en esos casos
Dificultades en la aplicación de la normatividad?	
Otras preguntas de interés	

12:30 a 14:00 hs

ALMUERZO

TARDE

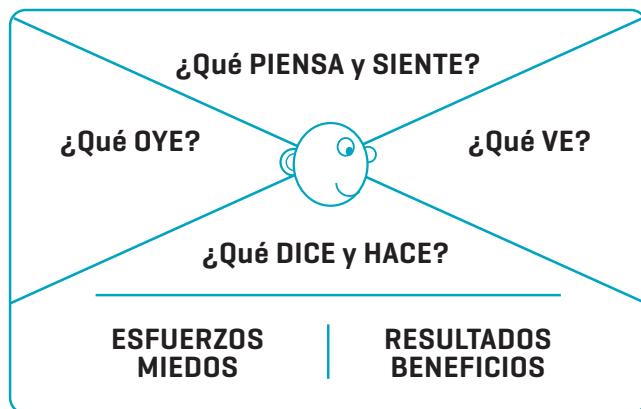
14:00 a 17:30 hs

TALLER: PERCEPCIONES DEL MODELO DE PAGO POR CALIDAD

Mediante una dinámica de discusión se analizaran detalles importantes frente a la prestación del servicio de los laboratorios de la red, se propone que partir de la aplicación de una herramienta simple como el mapa de empatía, podamos analizar la percepción del entorno de los laboratorios desde varias perspectivas: desde el agente comprador de leche, desde el agente vendedor

de leche y por ultimo desde el laboratorio. Es importante poner a consideración las características particulares de cada país como por ejemplo si la frecuencia de muestreo es la adecuada (Para el ganadero y para la industria), si se presenta participación continua de agentes compradores de leche o intermediarios y otras características similares.

○ ● **HERRAMIENTA MAPA DE EMPATÍA**



Modo de Trabajo: para la actividad se desarrolla un mapa para cada uno de los actores; agente comprador, vendedor o productor y el laboratorio.

Un representante por país expone los mapas en unos 10 minutos y al final se recopilan las percepciones más relevantes como insumo para mejorar el modelo en general.

DÍA 2

MAÑANA

TALLER: EVALUACIÓN EN LOS SERVICIOS DE LABORATORIO

08:00 a 12:30 hs

Modo de Trabajo: identificación de criterios clave para mejorar los servicios del laboratorio en cada país, esto se propone trabajar mediante el canvas de modelo de negocios, en donde un representante de cada laboratorio identifica empleando la herramienta, factores clave en la operación, esto se socializa para construir en conjunto factores relevantes en la operación de los laboratorios, con el fin de mejorar los servicios.

○ ● VER MATERIAL ADJUNTO EN ÚLTIMA HOJA

12:30 a 14:00 hs

ALMUERZO

TARDE

14:00 a 17:30 hs

3º REUNIÓN DE COORDINACIÓN REDLAT

DÍA 3

MAÑANA

09:00 a 15:00 hs

Visita de experiencia en empresa a confirmar de transformación de leche
· ACTIVIDAD OPCIONAL que incluye un tour por la planta y alimentación (almuerzo)
Costo aprox. 20 usd

Representantes de las instituciones participantes

INTI - ARGENTINA

- ▶ Dra. Graciela Muset | Gerencia de Cooperación Económica e Institucional
- ▶ Lic. Agustina Maggiore | Gerencia de Cooperación Económica e Institucional
- ▶ Qca. Fca. Patricia Labacá | INTI Lácteos
- ▶ Ing. Claudia Pecorino| INTI Lácteos

LABROB - BOLIVIA

- Ing. José Pedraza Roca

CNLM - COLOMBIA

- ▶ Dr. Enrique Ortega

UNIVERSIDAD LIBRE - COLOMBIA

- ▶ Prof. Ilba Burbano Caicedo

CORPOICA - COLOMBIA

- ▶ Lic. Yudi Paola Paez
- ▶ Microbióloga Julieth Andrea Navarrete

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA - COLOMBIA

- ▶ Ing. Bioq. Juan Fernando Ardila Astrada

CENSA - CUBA

- ▶ Ing. Esnayra Roque

AGROCALIDAD - ECUADOR

- ▶ Bioing. Ibán Patricio García J. | Universidad Politecnica Salesiana - Ecuador

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA - ECUADOR

- ▶ Qca. Paola Elizabeth Simbaña Díaz
- ▶ Dra. Narcisa de Jesus Requelme

LATU - URUGUAY

- ▶ Qca. Fca Jacqueline Cea

Información General

» MEDELLÍN

Podrán encontrar en esta página información sobre Colombia
<http://www.colombia.travel/es>

» AEROPUERTO

Información sobre los aeropuertos en Medellín
<http://www.aeropuertojosemariacordova.com/es/status>
<http://www.aeropuertomedellin.co/>

» TRANSFER DEL AEROPUERTO A MEDELLÍN

Taxi de color blanco a la salida del aeropuerto (MDE) al centro de la ciudad tiene un costo aproximado de 60 mil pesos colombianos con una capacidad max. de 4 personas. Es posible reservar un servicio de transporte con antelación en estas empresas con un costo mayor
<http://www.aerotaxi.co/>
<http://www.acoataxiaeropuerto.com.co/index.html>

» HOTEL EN MEDELLÍN

Hemos seleccionado el siguiente hotel
IBIS MEDELLIN · Domicilio: Calle 20 N 44 16 · 5001000 · MEDELLIN · COLOMBIA
<https://www.accorhotels.com/es/hotel-7381-ibis-medellin/index.shtml>

EVENTO

- » EL Evento se desarrollará en el centro de convenciones Plaza Mayor Medellín
 Domicilio: Medellín: Calle 41 N° 55-80 · 5001000 · MEDELLIN · COLOMBIA
<http://www.plazamayor.com.co/>
 Podrán reservar el transporte desde el hotel al centro de convenciones desde el hotel que se encuentra a 15 min en automóvil.

» EMBAJADAS EN MEDELLÍN

Las embajadas de su país las pueden encontrar en:
<https://servicioexterior.cancilleria.gov.co/tramites/Ciudadano/Directorio/Misiones/enColombia.aspx>

» RESTAURANTES RECOMENDADOS EN MEDELLÍN

Comida típica Colombiana recomendada:

- **EL RANCHERITO**
https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g297478-d6163226-Reviews-El_Rancherito-Medellin_Antioquia_Department.html
- **LA Matriarca**
https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g297478-d10661592-Reviews-Restaurante_La_Matriarca-Medellin_Antioquia_Department.html
- **PESQUEIRA**
https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g297478-d9776147-Reviews-Pesqueira-Medellin_Antioquia_Department.html
- **3 TÍPICOS**
https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g297478-d6363663-Reviews-3_Tipicos-Medellin_Antioquia_Department.html
- **MONDONGO'S**
https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g297478-d1862119-Reviews-Mondongos-Medellin_Antioquia_Department.html
- **AJACOS Y MONDONGOS**
https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g297478-d3627611-Reviews-Ajacos_y_Mondongos-Medellin_Antioquia_Department.html

Instituciones Organizadoras



INTI
Instituto
Nacional
de Tecnología
Industrial



60
AÑOS
1957-2017



Ministerio de Producción
Presidencia de la Nación



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

<h3>Socios clave</h3>  <p>¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros suministradores clave? ¿Qué socios clave vamos a seguir a seguir en nuestros socios? ¿Qué actividades clave realizarán los socios?</p> <p>motivaciones para socios: representación y promoción relaciones y apoyo a los socios apoyo a los socios y desarrollo profesional</p>	<h3>Actividades clave</h3>  <p>¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuevos canales de distribución? ¿Nuevas relaciones con clientes? ¿Nuevas líneas de ingresos?</p> <p>características: novedad personalización niveles de precio/ merca/alcance niveles de riesgo relación de riesgo conveniencia / rapidez</p>	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>¿Qué valor entregamos al cliente? ¿Cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver? ¿Qué paquetes de productos / servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? ¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?</p>
<h3>Relaciones con clientes</h3>  <p>¿Qué tipo de relación esperamos que establecamos y mantengamos con uno de nuestros segmentos de cliente? ¿Cuáles hemos establecido con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Cómo están integrados con el resto de nuestros clientes? ¿Cuáles cuestiones?</p>	<h3>Segmentos de cliente</h3>  <p>¿Para quién hemos creado valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? ¿Por qué se han convertido en nuestros clientes más importantes? ¿Por qué se han convertido en nuestros clientes más importantes?</p>	
<h3>Canales</h3>  <p>¿Través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? ¿Cuáles son los canales más ahorro? ¿Cómo están integrados nuestros canales? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cuáles son más eficientes en costos? ¿Cuáles los integramos con los demás de cliente?</p>	<h3>Relaciones con clientes</h3>  <p>¿Qué tipo de relación esperamos que establecamos y mantengamos con uno de nuestros segmentos de cliente? ¿Cuáles hemos establecido con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Cómo están integrados con el resto de nuestros clientes? ¿Cuáles cuestiones?</p>	
<h3>Recursos clave</h3>  <p>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuevos canales de distribución? ¿Relaciones con clientes? ¿Tipos de ingresos?</p> <p>tipos de recursos: financieros humanos técnicos operativos infraestructura procesos</p>	<h3>Recursos clave</h3>  <p>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuevos canales de distribución? ¿Relaciones con clientes? ¿Tipos de ingresos?</p> <p>tipos de recursos: financieros humanos técnicos operativos infraestructura procesos</p>	
<h3>Estructura de costes</h3>  <p>¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave son los más caros? ¿Qué actividades clave son las más caras?</p> <p>costos de operación: costos de mano de obra costos de materiales costos de servicios costos de energía costos de impuestos costos de alquiler / alquiler costos de mantenimiento</p>	<h3>Fuentes de ingresos</h3>  <p>para qué valor cada realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? dónde están actualmente? ¿Cómo están pagando ahora? ¿Cómo prefieren pagar? ¿Cuál contribuye más fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <p>tipos: fijo variable decreciente creciente dependiente de la demanda dependiente de la actividad</p>	