


Promoción y fortalecimiento institucional de organizaciones productivas rurales

Facilitador: David Hinojosa Paniagua



A person with dark, curly hair is seen from the side, writing the word "imagine" in white chalk on a dark chalkboard. The person is wearing a dark blue t-shirt. The word "imagine" is written in a cursive, lowercase font. The background is dark, and the lighting is focused on the person and the chalkboard.


imagine

AGENDA

- 1** Fortalecimiento
- 2** Promoción
- 3** Formalización empresarial
- 4** Activar la demanda
- 5** Perspectivas de género

Fortalecimiento

- 1** Mejorar las capacidades técnico productivas
- 2** Asistencia técnica necesaria para incrementar la productividad
- 3** Capacitación



Los científicos dicen que el cambio a una **dieta basada en plantas** podría compensar **16 años** de emisiones de carbono

Fuente: Nature Sustainability





Promoción

1 Analizar la estrategia genérica para la cadena productiva

2 Nichos por diferenciación

3 Estrategias de crecimiento



Crea tu
pedido
personalizado

PEDIR AHORA

vive la fruta
a toda la península
vivelafruta

PEDIDO PERSONALIZADO

PARTICULARES

EMPRESAS



Somos productores y distribuidores. Personaliza tu cesta con la mejor selección de fruta y verdura fresca, **NOSOTROS TE LA LLEVAMOS.**

Pedido mínimo 40€.

Realizamos envíos a toda la Península





VIVelaFRUTA.COM





Formalización

- 1** ¿Por qué hacerlo?
- 2** Beneficios
- 3** Nuevos mercados



Activar la demanda

- 1 Investigación
- 2 Empaque
- 3 Valor agregado

DATOS - CADENA PRODUCTIVA DE MIEL Y PRODUCTOS DE LA COLMENA EN CERCADO - COCHABAMBA



Importaciones: (Bolivia)
29,41%
(de la miel que se consume en el mercado interno)

Producción interna: (Bolivia)
70,41 %

Número de apicultores:
(Cercado)
100

Rendimiento: (Cercado)
9,70 Kgr.

Oferta de miel año:
(Cercado)
4.850 Kgr.

7 Mercados centrales:
La Pampa, Fidel
Aranibar, San Antonio,
Calatayud, 27 de Mayo,
25 de Mayo,
1 de Marzo

20 Mercados seccionales: Papa Paulo, Ingavi, Coraca, Villa Loreta, Villa Pagador, Cala Cala, etc.

18 Ferias Francas:
Temporal, Sarco, América, Humbolt, San Pedro, Ex-Combatiente, etc.

CANALES AUTOSERVICIO
5 Hipermercados
5 Supermercados

CANAL ESPECIALIZADO (canal exclusivo y tiendas ecológicas)
Apisbol, Apicenter, Apivittos, La Reyna, ApicBolivia
17 PdV's ecológicos:
Kampesino, Ecológica, Skemas, Eco Tienda, Punto Verde, Casamercado, etc.

Demanda de miel año:
(Cercado)
189.986 Kgr.

CONSUMO POR FAMILIA
1,40 Kgr/año

PERFIL DEMOGRÁFICO

- Suelen ser mujeres las que realizan la compra.
- Edad oscila entre 35 a 60 años.
- Mujeres son con estudios mayores a secundaria completo, amas de casa e independientes con ingresos familiares entre 5.000 a 10.000 Bs
- Percibe a los productos de la colmena como saludable, también les ayuda a sentirse y verse bien

PERFIL PSICOGRÁFICO

- Personas que quieren cuidar su salud.
- Su estilo de vida es práctico y original
- Son personas expresivas e íntimas, extrovertidos que les gusta tener información del producto y también experimentar nuevos productos





COCHABAMBA
CIUDAD de TODOS

COCHABAMBA

MENU ITEM



miel leche

hortalizas flores





Perspectivas de género

1

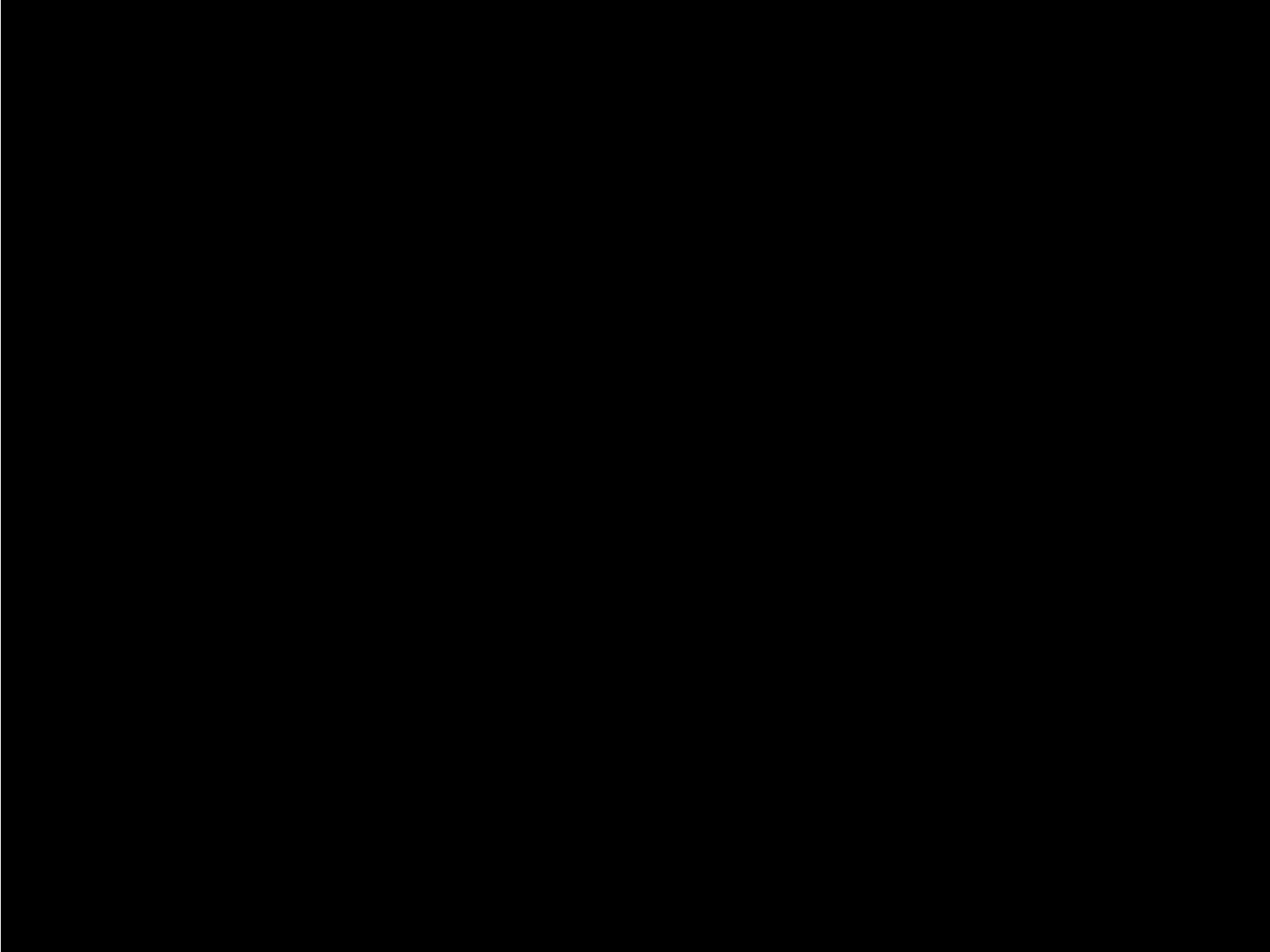
Negocios inclusivos

2

Emprendimientos de mujeres

3

Oportunidad de mercados



Consultas.....

