

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE AGRONOMÍA
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA**

TESIS DE GRADO



**ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR DE LA MIEL DE ABEJA
PARA EL MUNICIPIO DE COROICO**

Víctor Ramiro Coronel Cuentas

La Paz, Bolivia

2007

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE AGRONOMÍA
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA**

**ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR DE LA MIEL DE ABEJA
PARA EL MUNICIPIO DE COROICO**

Tesis de Grado presentado como requisito
para optar el Título de Ingeniero Agrónomo

Víctor Ramiro CORONEL CUENTAS

Tutor:

Ing. René CALATAYUD V.

Asesores:

Ing. Carlos QUINTO L.

Ing. Franz MIRALLES

Comité Revisor:

Ing. Teresa RUIZ DÍAZ L.

Ing. Héctor ALVARADO

Lic. Hermenegildo NOGALES

Aprobado:

.....
Ing. M.Sc. Jorge PASCUALI CABRERA
DECANO

DEDICATORIA:

A mis PADRES; Teresa Cuentas de Coronel y Ramiro Coronel Paz, por su inmenso cariño, amistad, consejos, comprensión, dedicación y apoyo incondicional durante el transcurso de mi vida.

Y a mi hermana Anel Coronel Cuentas por alentarme siempre a seguir adelante y brindarme su apoyo y amistad sincera.

Les dedico todo el esfuerzo de este trabajo, de todo corazón mil gracias sin su apoyo no habría culminado esta etapa tan importante de mi vida.

“Que Dios les bendiga y llene de felicidad todos los días de sus vidas”.

AGRADECIMIENTOS

Mi eterna gratitud a la Facultad de Agronomía y la Universidad Mayor de San Andrés, casa de estudios donde logre parte de mi formación profesional.

Al personal docente de la Carrera de Ingeniería Agronómica, quienes aportaron para mi formación, en especial a los ingenieros Luis Canaviri T. y René Calatayud V., por su amistad, enseñanzas y colaboración.

Al personal de la Pastoral Social Caritas Coroico, en especial al Monseñor Juan Vargas, Lic. Dolly Aliaga de Molina, Ing. Carlos Quinto Loayza e Ing. Abdón Vásquez por darme la oportunidad de realizar el presente trabajo y las experiencias cosechadas en la institución.

A los Ingenieros Franz Miralles y Juan Carlos Rocabado por todo su apoyo, amistad colaboración, consejos y aportes valiosos para la elaboración del presente trabajo.

Al tribunal revisor: Ing. Teresa Ruiz Díaz Luna Pizarro, Ing. Héctor Alvarado y Lic. Hermenegildo Nogales, mi gratitud por sus aportes, consejos y por el tiempo dedicado en la revisión del presente trabajo.

A los socios de ASAPI-COROICO, y todas aquellas personas que empujaron la realización de la presente investigación.

Finalmente muy agradecido con todos mis amigos y compañeros de Carrera, en especial con Claudia Alcón et al, con quien pasamos momentos inolvidables durante la vida universitaria y hoy tenemos una gran responsabilidad de aportar en el desarrollo del País. ¡¡¡MIL GRACIAS!!!

ÍNDICE

Índice general
Índice de cuadros
Índice de figuras
Índice de anexos
Resumen

1	INTRODUCCIÓN	1
	Objetivo general ..	2
	Objetivos específicos	2
2	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	3
2.1	Desarrollo económico y cadenas de valor ..	3
	2.1.1 Cadenas de valor en el ámbito nacional	3
	2.1.2 Tierra, territorio y productividad en la estrategia de desarrollo	4
2.2	¿Qué son las Cadenas de Valor?	4
	2.2.1 Diferencias con enfoques tradicionales	5
	2.2.2 Tipos de análisis de cadenas	6
	2.2.3 El porque de un análisis de cadena de valor	7
2.3	Modelación de la cadena de valor	7
	2.3.1 Aspectos que incluye un estudio de cadena de valor	7
2	Sistema de valor	8
2.4	Análisis de la cadena de valor	9
	2.4.1 Visión sistémica	9
	2.4.1.1 Estudio de mercado	9
2	Sistemas	10
	2.4.2 Visión segmentada	10
	2.4.3 Ambientes	10
	2.4.3.1 Ambiente organizacional	10
2	Ambiente institucional	11
	2.4.4 Análisis del valor agregado.....	11
2.5	Identificación de factores críticos	11
	2.5.1 Visión prospectiva	12
2.6	Enfoques para mejorar el desempeño de cadenas	12
	2.6.1 Enfoque participativo	12
	2.6.2 Enfoque de equidad	12

2.7	Estrategias para el desarrollo de cadenas de valor	13
2.7.1	Estrategias competitivas	14
2	Análisis FODA	14
2.8	La miel de abeja	14
2.8.1	Tipificación y composición de la miel	14
2.8.2	Cristalización de la miel	15
2.8.3	Sistema de producción apícola	15
2.8.4	Factores ambientales	15
2.9	La cadena agroalimentaria de la miel	16
2.10	El Sub-sector de la miel de abeja	17
2.10.1	La producción mundial de miel de abeja	18
2.10.2	Exportaciones e importaciones de miel	18
2.10.3	Precio de la miel	19
2.10.4	Nichos de mercado alternativos para la miel	20
2.10.4.1	Mercados orgánicos	20
2.10.4.2	Mercados solidarios	20
3	Mercados exóticos o gourmet	20
3	LOCALIZACIÓN	21
3.1	Ubicación geográfica	21
3.2	Aspectos político administrativos del municipio de Coroico	21
3.3	Aspectos socio-económicos del municipio de Coroico	21
3.4	Aspectos físico-naturales del municipio de Coroico	22
3.5	Aspectos económico-productivos del municipio de Coroico	22
3.6	Aspectos climáticos del municipio de Coroico	23
3.7	Vegetación	23
3.7.1	Potencial apícola del municipio de Coroico	24
3.8	Características de la ciudad de La Paz	25
9	Segmentación del mercado de la ciudad de La Paz	25
4	MATERIALES Y MÉTODOS	26
4.1	Materiales	26
4.1.1	Material de campo	26
4.1.2	Material de gabinete	26
4.2	Metodología	26
4.2.1	Organización de proceso	27
4.2.1.1	Revisión de información secundaria	27
4.2.1.2	Mapeo institucional	27
4.2.2	Diagnostico y modelación de la cadena de valor	28
4.2.3	Formulación y definición de lineamientos estratégicos	29

4.3	Obtención de la información primaria	29
4.3.1	Población y muestra de estudio	29
4.3.1.1	Población	29
4.3.1.2	Muestra	30
3	Modelo estadístico	30
5	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
5.1	Mercado actual y potencial para la miel procedente de Coroico	32
5.1.1	El negocio de la miel en el ámbito nacional	32
5.1.1.1	Valor económico en el ámbito nacional	32
5.1.1.2	Valor económico en el ámbito departamental	32
5.1.1.3	Valor económico en el ámbito municipal	32
5.1.2	Oferta de miel	33
5.1.2.1	Oferta en el ámbito nacional	33
5.1.2.2	Oferta de miel en el ámbito departamental	33
5.1.2.3	Oferta de miel en el municipio de Coroico.....	34
5.1.2.4	Comunidades productoras	35
5.1.3	Demanda de miel	36
5.1.3.1	Demanda en el ámbito nacional	36
5.1.3.2	Demanda en la ciudad de La Paz	36
5.1.3.3	Demanda en el ámbito municipal	37
5.1.3.4	Nichos de mercado potenciales	37
5.2	Descripción de la cadena del negocio de la miel	38
5.2.1	Descripción de la cadena	38
5.2.2	Caracterización de los eslabones	40
1	El eslabón consumidor	40
2	El eslabón minorista o detallista	41
3	El eslabón mayorista	42
5.2.2.4	Eslabón transformador	43
5	Eslabón productor	43
5.2.2.6	El eslabón proveedor	46
5.2.3	Caracterización del sistema de comercialización	47
5.2.3.1	Descripción del sistema de comercialización en La Paz	47
5.2.3.2	Estacionalidad del producto	48
5.2.3.3	Caracterización del sistema de comercialización en Coroico	49
5.2.3.4	Destino de la producción de miel procedente de Coroico	50
5.2.4	Caracterización del sistema de producción	51

5.2.4.1	Descripción del proceso productivo	53
5.2.4.2	Otros productos de la colmena	54
5	Relación existente entre los actores intervinientes	55
5.2.5.1	Motivación de los actores	55
2	Fortalezas y debilidades de los actores	56
5.2.6	Servicios de apoyo a la cadena de la miel	57
5.2.6.1	Servicios de capacitación y asistencia técnica	57
5.2.6.2	Servicios financieros	57
3	Servicios de transporte	58
4	Servicios legales	58
5.2.7	Ambiente donde se desarrolla el negocio de la miel	58
5.2.7.1	Ambiente organizacional	59
5.2.7.2	Ambiente institucional	59
5.2.7.3	Factores externos	60
5.3	Análisis de costos y márgenes de utilidad a lo largo de la cadena ...	61
5.3.1	Eslabón mayorista caso Ricafrut y ASAPI COROICO	61
5.3.2	Eslabón acopiador	63
5.3.3	Eslabón productor	64
5.3.4	Márgenes de utilidad y adición de valor a lo largo de la cadena	65
5.4	Estrategia para mejorar el desempeño de la cadena de valor de la miel de abeja	67
5.4.1	Análisis de Factores Críticos	67
5.4.2	Elaboración de la estrategia	70
1	Estrategia de mejoramiento de la productividad	70
5.4.2.2	Estrategia de fortalecimiento organizacional	70
5.4.2.3	Estrategia de comercialización y promoción de productos apícolas	71
6	CONCLUSIONES	72
7	RECOMENDACIONES	74
8	BIBLIOGRAFÍA	76

ANEXOS

Índice de cuadros

Cuadro 1. Comparación del enfoque tradicional y enfoque de cadena de valor.	5
Cuadro 2. Precio de la miel a granel pagado en EEUU el año 2004.	19
Cuadro 3. Distribución poblacional de la ciudad de La Paz.	25
Cuadro 4. Numero de muestras en base a la distribución de la población.	31
Cuadro 5. Determinación de tamaño de muestra para poblaciones finitas.	31
Cuadro 6. Oferta departamental de miel de abeja.	33
Cuadro 7. Producción de miel por zonas en el municipio de Coroico.	34
Cuadro 8. Principales comunidades productoras de miel de abeja.	35
Cuadro 9. Demanda de miel de abeja a 2006 en la ciudad de La Paz.	36
Cuadro 10. Estratificación de consumidores de miel de la ciudad de La Paz.	40
Cuadro 11. Tipo de productores apícolas por número de colmenas.	43
Cuadro 12. Volumen acopiado y distribuido por los principales mayoristas.	47
Cuadro 13. Tipificación del sistema de comercialización.	49
Cuadro 14: Destino de la producción de miel procedente de Coroico.	53
Cuadro 15. Sistemas de producción usados por apicultores.	51
Cuadro 16. Número de colmenas en los sistemas rústico y estándar.	52
Cuadro 17. Rendimiento de productores bajo el sistema rústico estándar y en transición.	52
Cuadro 18. Descripción de las etapas del proceso de producción de miel.	53
Cuadro 19. Volumen de producción de otros productos de la colmena.	54
Cuadro 20. Motivación de los actores respecto al proveedor.	55
Cuadro 21. Motivación de los actores respecto al comprador.	56
Cuadro 22. Resumen de ventas de ASAPI-COROICO (julio 2005-julio 2006).	59
Cuadro 23. Costos y márgenes del mayorista caso RICAFRUT (para 1 kg de miel)	61
Cuadro 24. Costos y márgenes para el caso ASAPI COROICO	62
Cuadro 25. Costos y márgenes durante el acopio caso ASAPI-COROICO (1 kg)	63
Cuadro 26. Resumen de costos de producción (sistemas rústico y estándar)	64
Cuadro 27. Valor agregado a lo largo de la cadena (para 1 kg de miel)	65
Cuadro 28. Acciones para la estrategia de mejoramiento de la producción.	70
Cuadro 29. Acciones para la estrategia de fortalecimiento organizacional.	71
Cuadro 30. Acciones para la estrategia de comercialización y promoción de productos apícolas con equidad.	71

Índice de figuras

Figura 1. Tipos de análisis de cadenas (SDC, 2005).	6
Figura 2. Representación de un sistema de valor (COSUDE, 2001).	8
Figura 3. Cadena agroalimentaria de la miel de abeja (Velasco, 2004).	16
Figura 4: Perfil del municipio de Coroico, según pisos ecológicos.	24
Figura 5. Rendimiento por colmena de las zonas.	34
Figura 6. Aporte a la producción municipal de comunidades productivas.	35
Figura 7. Esquema de la cadena de la miel de abeja procedente de Coroico	38
Figura 8. Rendimiento de colmenas (variable tipo de productor)	44
Figura 9. Frecuencia de rendimientos en productores asociados.	49
Figura 10. Frecuencia de rendimientos en productores no asociados.	49
Figura 11. Preferencia de compra de los consumidores	47
Figura 12. Participantes de la comercialización de miel en el mercado de La Paz	48
Figura 13. Comportamiento de la oferta y demanda de miel de abeja.	48

Índice de anexos

- Anexo 1: Producción y proyección nacional de miel de abeja.
- Anexo 2: Análisis de la miel de abeja procedente de Coroico.
- Anexo 3: Producción y rendimiento de miel de los principales países productores del mundo (2002-2005)
- Anexo 4: Mapeo institucional del sub-sector apícola..
- Anexo 5: Encuestas a los diferentes eslabones.
- Anexo 6: Regiones productoras de miel en el ámbito departamental.
- Anexo 7: Mapeo de la cadena de valor del sub-sector apícola.
- Anexo 8: Características en el consumo de miel de consumidores habituales y no habituales.
- Anexo 9: Caracterización del eslabón detallista.
- Anexo 10: Caracterización por tipo de productor.
- Anexo 11: Diagramación del proceso de producción (sistema estándar y rústico).
- Anexo 12: Calendario apícola de actividades desarrollado por los productores.
- Anexo 13: Fortalezas y debilidades de los actores del negocio de la miel.
- Anexo 14: Análisis FODA de ASAPI COROICO Y Ricafrut
- Anexo 15: Temas de capacitación y asistencia técnica realizados en Coroico.
- Anexo 16: Descripción del marco organizacional.
- Anexo 17: Marco institucional y políticas de interés al sub-sector apícola.
- Anexo 18: Costos de producción nivel productor con los sistemas rústico y estándar.
- Anexo 19: Situación actual y visión compartida en el ámbito municipal.
- Anexo 20: Factores críticos identificados, limitantes al desarrollo del sub-sector apícola.
- Anexo 21: Lineamientos estratégicos para mejorar el desempeño de la cadena.

RESUMEN

El presente estudio surge de la necesidad de mejorar la competitividad del negocio de la miel en el municipio de Coroico, como un aporte a la Asociación de Apicultores de Coroico "ASAPI COROICO" y apicultores en general durante la gestión 2005-2006, donde el enfoque de CADENA DE VALOR se plantea como una herramienta para orientar inversiones público-privadas y actividades para el desarrollo del sub-sector apícola, donde todos los actores que participan en el negocio puedan ganar.

La metodología empleada en el presente trabajo fue desarrollada por el PADER-COSUDE "Programa de Apoyo al Desarrollo Económico Rural de la Cooperación Suiza de Desarrollo" y adaptada a las características y particularidades del presente caso con el apoyo de ASAPI-COROICO, la empresa RICAFRUT, Caritas Coroico, Swisscontact y el gobierno municipal de Coroico.

Durante la construcción del modelo de cadena de valor de la miel de abeja, se han identificado y tipificado los eslabones que participan en este negocio, así como la relación existente entre ellos, los servicios de apoyo a la cadena y el ambiente donde se desarrolla el negocio. Como parte del análisis también se han determinado cuáles son los actores clave del negocio, quienes de estos generan mayor valor agregado y como es la distribución de los márgenes de utilidades.

Se identificaron a los eslabones participantes en el negocio de la miel, los cuales son el eslabón proveedor, productor, acopiador, mayorista y detallista. El eslabón que agrega más valor en la cadena es el detallista, seguido por el productor y mayorista, también se determinó que el eslabón productor tiene un margen de utilidad de 4.99 Bs/kg de miel, mientras el mayorista tiene un margen de utilidad de 3.01 Bs/kg. También se destaca que la producción de miel de abeja en el municipio de Coroico, genera alrededor de 340,500.00 Bs por un volumen de 22.7 ton/año.

Con la información obtenida y sistematizada, se realizó un análisis participativo de Factores Críticos que limitan el desempeño de la cadena en su conjunto, a partir de la cuál se ha elaborado una propuesta estratégica para mejorar el desempeño del sub-sector apícola en general y particularmente del eslabón productor y acopiador presentes en el municipio de Coroico.

Se han hecho algunos avances importantes en beneficio de la cadena de valor de la miel de abeja, como ser la implementación de talleres en Servicios de Desarrollo Empresarial en el municipio, lograr un crédito solidario para el acopio de miel a través de Caritas Coroico, además de seguir orientando recursos para mejorar la competitividad del sub-sector apícola.

Anexo 1

Producción de miel en Bolivia por año (Gestión 1987- 2006)

AÑO	PRODUCCIÓN TM.	AÑO	PRODUCCIÓN TM.
1987	579.00	1997	761.38
1988	591.00	1998	791.78
1989	603.00	1999	782.27
1990	616.00	2000	720.92
1991	629.00	2001	731.93
1992	642.00	2002	736.68
1993	665.00	2003	749.87
1994	688.60	2004(p)	776.64
1995	710.45	2005(p)	829.24
1996	740.98		

* (p) Pronosticado

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA 2006 en base al censo 2002.

Proyección de la oferta nacional de miel por departamentos (año 2005)

Departamento	PRODUCCION NACIONAL (ton/año)				
Santa Cruz	55,2	223	529	273	350
Cochabamba	55,2	127	347	179	200
La Paz	41,4	127	225	116	223
Tarija	13,8	-	87	45	120
Chuquisaca	27,6	-	98	50	100
Potosí	-	-	-	-	80
Beni	8,3	-	-	-	10
Pando	5,5	-	-	-	10
TOTAL	207	573	1608	829	1093
Fuente del dato	SNAG	Sondeo APISBOL	Ibáñez 2000	INE 2005	Estudio CdV Coroico

Anexo 2

Análisis de la miel de abeja procedente de Coroico

INFORME DE ENSAYO INLASA				
Muestra MIEL DE ABEJAS				
<u>RESULTADO</u>				
CONTROL DE CALIDAD DE LA MIEL				
CARACTERES ORGANOLÉPTICOS				
COLOR	AMARILLO			
OLOR	PROPIO			
SABOR	PROPIO			
ASPECTO	MASA LIGERAMENTE PEGAJOSA Y ASPECTO HOMOGÉNEO TRANSPARENTE Y SIN BRILLO			
PARAMETRO	METODO	UNIDAD	Promedio	Limites
Humedad total 100-105°C	FAO 68/3	%	15.9	max. 21.0
Acidez	FAO 68/3	MEQ/1000	38.2	max. 40
Glucosidasa	FAO 68/3		Vestigios	Cant. regular
Diastasa	FAO 68/3	U.D.	64	min. 64
Hidroximetilfurfural (H.M.F.)	FAO 68/3	Mg/kg	21-40	max. 40
Azúcar Reductor	FAO 68/3	%	72.37	Min. 60

Fuente:, INLASA (2005)

Anexo 3

Producción y rendimiento de miel de los principales productores mundiales (2002-2005)

PAÍS	Año 2000	Año 2002	Año 2004
China	253.000	262.000	276.000
Estados Unidos	102.000	103.000	82.000
México	57.000	62.000	55.840
Argentina	90.000	83.000	80.000
Bolivia	-	-	1.200
Resto	-	-	682.956

Fuente: SAGPyA, (2005)

Rendimientos por colmena

PAÍS	Número de colmenas	Producción anual (ton.)	Rendimiento Promedio (kg/colmena)
Argentina	3.200.000	80.000	25
México	-	55.840	-
España	2.464.600	36.000	14.6
Italia	1.150.260	10.000	8.7

Turquía	4.215.115	67.000 - 75.000	16.8
Egipto	2.000.000	8.000 - 20.000	7

Fuente: SAGPyA, (2005)

Anexo 4a

Mapeo Institucional del sub-sector apícola (a) Gobierno nacional y departamental

	CARACTERISTICAS	INTERESES, AFECTACIONES Y EXPECTATIVAS	SENSIBILIDAD Y RESPETO A TEMAS TRANSVERSALES	POTENCIALIDADES Y DEBILIDADES	IMPLICACIONES Y CONCLUSIONES
PARTE INTERESADA	Social, economica Diferencias entre hombres y mujeres Estructura, organizacion, estatuto Actitudes		Medio ambiente Genero	Dotacion de recursos Conocimientos, experiencia Contribucion potencial	Accion eventualmente necesaria Como tratar con el grupo
Gobierno Nacional					
MINISTERIO DE DESARROLLO RURAL, AGROPECUARIO Y MEDIO AMBIENTE	Instancia que formula politicas agropecuarias globales.	Búsqueda permanente del Desarrollo Rural compatible con la conservación.	Transversal en los temas de género y medio ambiente.	Puede tener informacion valiosa.	Imprescindible para tener mejor acceso al crédito a través del TCP Alba y proyectos.
Viceministerio de Desarrollo Rural y Agropecuario	Coincidente con enunciados de incisos: c), e), g), j), m), de art. 72 del reg. a la LOPE.	Interés directo	Transversal en ambos temas.	Cuenta con recursos para créditos a través del TCP ALBA	Imprescindible para tener mejor acceso al crédito.
Viceministerio de Biodiversidad, Recursos Forestales y Medio Ambiente.	Interés de conservar la biodiversidad y recursos forestales.	Interés directo con el tema medio ambiente.	Transversal al tema medio ambiente.	No cuenta con recursos, trabajo sobre todo en Areas Protegidas.	Es bueno a hacer conocer.
Viceministerio de Coca y Desarrollo Integral	Apoya opciones económicas alternativas a la coca.	Interés directo	Transversal al tema de Medio Ambiente	Tienen fondos a través de USAID, FONADAL	Apoyo para proyectos de apicultura.
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y CULTO	Busca promocionar el comercio y las inversiones.	Conforma el CIONAP, para la producción ecológica de miel	Transversal al tema de Género.	Trabajan con PROCOIN y AOPEB	
MINISTERIO DE PRODUCCION Y MICROEMPRESA	Busca promover el crédito rural a través del BDP.	Interés directo		Créditos a través del BDP.	Buscar créditos para acopio de miel.
SENASAG e IBNORCA	Otorgan certificacion para la comercializacion de productos alimenticios.	Busca que Organizaciones certifiquen sus productos.		Indirectamente para la facilitación de certificación sanitaria.	Conocer sus procesos de trámite
CEPROBOL	Asesoramiento y busqueda de mercados para exportar	Asistencia para procesos de exportación.		Id.	id
Gobierno Departamental (Prefectura de La Paz)					
Direccion de Desarrollo Productivo	Busca promocionar productos estrategicos con enfoque de cadenas.	Formalización de Asociaciones de productores . Ferias de promoción	Transversal en los temas de género y medio ambiente.	Contribución potencial en tecnología.	Contactar para legalización de Asapi Coroico
SEDAG	El Servicio Departamental Agropecuario busca mejorar procesos productivos, investigación y tecnología.	Están a cargo de la Estación Experimental de San Pedro, hacen investigación, quieren apoyar a la apicultura.	Transversal en los temas de género y medio ambiente.	La gestión de recursos económicos es difícil.	Concertar para realizar investigación.

Anexo 4b

Mapeo Institucional del sub-sector apícola (b) Gobierno municipal y OTBs

	CARACTERISTICAS	INTERESES, AFECTACIONES Y EXPECTATIVAS	SENSIBILIDAD Y RESPETO A TEMAS TRANSVERSALES	POTENCIALIDADES Y DEBILIDADES	IMPLICACIONES Y CONCLUSIONES
PARTE INTERESADA	Social, economica Diferencias entre hombres y mujeres Estructura, organizacion, estatuto Actitudes		Medio ambiente Genero	Dotacion de recursos Conocimientos, experiencia Contribucion potencial	Accion eventualmente necesaria Como tratar con el grupo
Gobierno Municipal (Alcaldía de Coroico)	Elabora el Plan de Desarrollo Municipal y Planes Operativos Anuales.	Apoyar al desarrollo económico del municipio, bastante apoyo al sector turismo.	El PDM enuncia su defensa por el medio ambiente.	El PDM no da ninguna relevancia a la actividad apicola.	Imprescindible entrar al POA para contar con recursos economicos.
Unidad Agropecuaria y zootecnia	Programa de asistencia técnica y capacitación.	Quieren apoyar el desarrollo del sector apícola.	Sensibilidad al tema medio ambiente.	Tienen pocos recursos económicos, apoyan el desarrollo de cursos.	Necesario concertar para eventos de capacitación y apoyo.
Organizaciones Territoriales de Base y OECAS					
Sindicatos Agrarios	Estructura organizativa de las comunidades	Son beneficiarios directos e indirectos.		Carecen de liderazgo productivo.	Prescindible
Federación de Campesinos Tupac Katari Coroico	Organizan a las comunidades a traves de las centrales agrarias.	Quieren mejorar la economía del sector campesino.	Sensibilidad al tema género.	Organización social con capacidad de convocatoria.	Necesario para apoyar la gestión de recursos economicos
ADEPCOCA	Regular la comercialización de la coca.	Controlar el mercado de la coca.		Gran capacidad de convocatoria	Prescindible
ASAPI COROICO	Es la Asociación de Apicultores de Coroico.	Son beneficiarios directos. Gestionan recursos para el desarrollo del sector apícola.		No tienen recursos financieros, antiguos apicultores.	Imprescindible como población meta.
CENCOOP (Central de Cooperativas Cafetaleras)	Es una cooperativa de cafetaleros, son socios de AOPEB.	Apoyan la comercialización de café en su tienda de Coroico, y de AOPEB.	Sensibilidad respecto a la producción organica.	Hay buena organización.	Necesario para mejorar la comercialización fraccionada.
Asociación Trinidad Pampa	Asociación de Coripata que trabaja con Asapi Coroico	Son caficultores y apicultores.	Sensibilidad a la producción orgánica.	Tienen buena producción de miel.	Necesario integrar para mejorar oferta.
AOPEB	Asociación de Organizaciones de Productores Ecologicos	Apoyan la certificación orgánica y venta de productos.	Sensibilidad al tema Medio Ambiente.	Amplia experiencia en la venta de Prod Organicos	Imprescindible para la venta de Miel en Super-ecológico.
ADAPLAPAZ	Asociación Departamental de Apicultores de La Paz	Apoyan el desarrollo de la apicultura regional a través de CIONAP y CIOEC		En formación	Tomar contacto

Anexo 4c

Mapeo Institucional del sub-sector apícola (b) Sector Privado

	CARACTERISTICAS	INTERESES, AFECTACIONES Y EXPECTATIVAS	SENSIBILIDAD Y RESPETO A TEMAS TRANSVERSALES	POTENCIALIDADES Y DEBILIDADES	IMPLICACIONES Y CONCLUSIONES
PARTE INTERESADA	Social, economica		Medio ambiente	Dotacion de recursos	Accion eventualmente necesaria
	Diferencias entre hombres y mujeres		Genero	Conocimientos, experiencia	Como tratar con el grupo
	Estructura, organizacion, estatuto			Contribucion potencial	
	Actitudes				
ONG y Fundaciones					
FONADAL	Es el Fondo Nacional de Desarrollo Alternativo con recursos de la U.E.	Busca el desarrollo de proyectos alternativos a la coca, disminuir la coca.	Transversal al tema Medio Ambiente	Cuentan con recursos.	Imprescindible tomar contacto para proyectos del sector
ARCO	Actividad Rural Competitiva	Busca mejorar las cadenas productivas alternativas a la coca con recursos de USAID.	Transversal al tema Medio Ambiente	Es un nuevo aliado de gran potencial para el sector.	Imprescindible tomar contacto para proyectos del sector
ACDI/VOCA	ONG que apoya al sector social y productivo.	Apoya la producción alternativa a la coca.	Transversal al tema Medio Ambiente	Apoyo la producción con cajas, poco mercado.	Importante tomar contacto
P.S. Caritas Coroico	ONG que apoya al sector social y productivo.	Apoya la producción apícola desde hace mas de 5 años.	Transversal al tema Medio Ambiente y Género.	Apoyo al desarrollo integral del sector.	Se tienen buenas relaciones.
Swisscontact	Fundación que apoya a mejorar las relaciones entre actores de la cadena.	Apoya la gestión de negocios.	Transversal al tema Medio Ambiente y Género	Fue muy importante mientras trabajo con Asapi Coroico.	Salio del área de intervención.
UAC-Carmen Pampa Universidad Catolica	Formación de profesionales para el sector.	Brinda capacitación.		Apoyo la formación de Peritos de Asapi	Importante seguir trabajando.
FUNDACOM	Fundación para el Desarrollo Social Conservando el Medio Ambiente	Conformado por profesionales de la UAC, apoya al sector apícola	Transversal al tema Medio Ambiente.	Trabaja en el sector de Trinidad Pampa.	Falta concertar y mejorar relaciones respecto al acopio de miel en el municipio.
Servir/PRODEM/ANED	Entidades de crédito	Brindan créditos productivos		Tasas de interes altas	Buscar crédito solidario para acopio.
Radio Coroico y Uchumachi	Servicios de comunicación	Difusion de actividades productivas y promoción.			Incertar en la estrategia de difusión.
Ricafrut	Empresa comercializadora	Comercializa miel y productos alimenticios.		Trabaja con Asapi-Coroico.	Falta mejorar la relación y confianza.
Apisbol, La Obrera, Irupana	Empresa comercializadora	Comercializan miel, polen, propoleos, material apícola.		Se provee de miel de productores de Coroico	Falta mejorar la relación y confianza.

Anexo 5a
FICHA DE ORGANIZACIONES

Nombre del encuestador:

Nombre del encuestado:

Lugar de encuesta:

NOMBRE DE LA ORGANIZACION:

Entidad matriz:

Nombre del Responsable:

Dirección:

Teléfono: Casilla: Fax: Email:

Objetivos:

-
-
-

Actividades y acciones que desempeña:

-
-
-

Zona geográfica de acción (Regional, municipal, comunidades, distritos o cantones)

.....
.....

Número de empleados:

Número de mujeres:

Número de hombres:

DESEMPEÑO ACTUAL. ¿Con que organizaciones o proyectos trabaja actualmente?

ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD	SITUACION

COORDINACION ACTUAL

INSTITUCION	ACTIVIDAD	SITUACION

ENCUESTA AL ESLABON PRODUCTOR

Por favor responder estas preguntas, pues nos ayudarán a conocer sobre la situación actual y aspiraciones de los productores de miel

Nombre del encuestador:

Fecha de encuesta:

Lugar de encuesta:

No de boleta:

I Datos generales

1. Nombre:

2. Comunidad:

3. ¿Tiene acceso al crédito?

a) si b) No 3.1 Con que institución

4. ¿En que invierte el crédito que obtiene?

a)

b)

c)

5. ¿Ha recibido capacitación o Asistencia Técnica?

a) si b) No 3.1 Con que institución

6. ¿En que temas ha recibido capacitación?

.....

7. ¿Cuántos años se dedica a la apicultura?

8. ¿Que tiempo le destinas a la producción de miel?

9. ¿Trabaja solo en el apiario o con el ayudante?

a) solo b) acompañado con

10. ¿Que tipos de ayuda ha recibido y con que institución en producción apícola?

.....

11. ¿Cuántas colmenas tiene?

a) Estándar b) Rústicas o) Otros TOTAL
OBS

12. ¿Cuántas de estas colmenas están en producción?

13. ¿Además de miel que otros productos apícolas produce?

	si	no	cuanto al año	como produce
a) Polen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Propoleo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Jalea Real	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Cera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿Por que no produce polen?

a) No hay materiales c) Se produce muy poco e) No hay mercado

- b) No sabe como d) El precio es muy bajo o) Otros

Anexo 5b-2

15. ¿Por que no produce propoleo?
 a) No hay materiales c) Se produce muy poco e) No hay mercado
 b) No sabe como d) El precio es muy bajo o) Otros
16. ¿Por que no produce Jalea Real?
 a) No hay materiales c) Se produce muy poco e) No hay mercado
 b) No sabe como d) El precio es muy bajo o) Otros

II DE LA PROVISION DE MATERIALES

17. ¿Donde y de quien adquiere usted sus colmenas y materiales ?
18. ¿A cuanto adquiere sus colmenas?
19. ¿Cuanto tiempo le duran sus colmenas?
20. ¿Cuenta con centrifuga propia y decantador?
 si no

III DEL PROCESO PRODUCTIVO

21. ¿Utiliza planilla de registro y calendario apícola?
 a) Ninguno b) Ambos c) Solo planillas d) Solo calendario
22. ¿Cuantas cosechas realiza al año?
 a) 1 vez b) 2 veces c) 3 veces d) 4 veces e) Ninguna
23. ¿Cuantas latas de miel cosecha?
 a) 1ra cosecha d) 4ta cosecha
 b) 2da cosecha
 c) 3ra cosecha **TOTAL**
24. ¿Cuantos kg cosecha de la colmena mas productiva y cuanto de la menos?
 a) Mas productiva b) Menos productiva
25. ¿Indique si realiza y en que epoca realiza las siguientes actividades?

	SI	NO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	OBS
a) Cambio, colocado de cera															
b) Colocado de rejilla															
c) Producción de polén															
d) Cosecha de miel															
e) División de colmenas															
f) Estimulación de postura															
g) Cambio de reina															

26. ¿Realiza el control de enjambrazón de sus colmenas? ¿cómo?
 a) Cambio de reinas b) Dando espacio c) Corte de alas
 d) No realiza e) Destrucción celdas reales f) Otros
27. ¿Cree que es importante el cambio de reinas?
 a) si b) no
- 27.1 Por que
28. ¿Que enfermedades conoce que atacan a la abeja y como las combate?

29. ¿Que plagas conoce que atacan a la abeja y como las combate?

30. ¿Cuantas colmenas ha perdido durante la última gestión?

31. ¿Que tareas realiza durante la cosecha?
 a) Centrifugado b) Filtrado c) Decantado

Anexo 5b-3

IV VARIOS

32. ¿A quien/quienes vende la miel que produce y a que precio?
 a)/..... b)/..... c)...../..... d)/.....

33. ¿Cuánto de miel se queda para utoconsumo?

34. ¿Cuál cree que es el principal problema en la producción de miel?
 a) Capacitación b) Sobrepoblación c) Uso de químicos
 d) Falta de material e) Falta de mercado f) Otros

35. ¿Que tipos de problemas se le presentan?

36. ¿Conoce usted las plantas de donde sacan la miel las abejas
 a) si b) no
 36.1 Cuales conoce y en que épocas florecen:

37. Es socio de ASAPI COROICO
 a) SI b) NO
 37.1 Por que

38. ¿Que otros productores conoce de su comunidad y cuantas colmenas tienen?
 1.- 5.-
 2.- 6.-
 3.- 7.-
 4.- 8.-

39. ¿Alguna vez hiciste un análisis de producción?
 a) si b) no

40. ¿Te gustaría hacer dicho análisis?
 a) si b) no

FIRMA Encuestador

FIRMA Entrevistado

Anexo 5c-1

ENCUESTA CONSUMIDORES FAMILIARES DE MIEL DE ABEJA

Esta encuesta tiene como finalidad mejorar la presentación y calidad de la miel producida por los apicultores de Coroico, por lo que le rogamos contestar estas preguntas.

Nombre del encuestador:

N° BOLETA:

Fecha de encuesta:

Lugar de encuesta:

DATOS GENERALES:

Nombre:

Sexo: a) Masculin b) Femenin

Zona de residencia:

1. ¿Cuál es su edad?

2. ¿A que se dedica (Cuál es su profesión)?
.....

3. ¿Podría indicar el **número** de miembros de su familia?(incluye padres), de los cuales son:
a) Bebes 0 - 3 c) Adolescentes 11 - 18 e) Adultos > 26

b) Niños 4 - 10 d) Jóvenes 19 - 25

4. ¿Su familia tiene el hábito de consumir la miel? ¿por qué?
a) si b) no

(SI LA RESPUESTA ES SI PASAR A PREGUNTA 6)

5. ¿Por que motivo no consumen?
a) No acostumbra d) No le gusta
b) No accesible a economía o) Otros
c) Desconocimiento de cualidades

6. ¿Por que motivo compra miel de abeja? (uso que le da)
.....

7. ¿Cada cuanto compran miel?
a) Semanalmente d) Solo cuando me ofrecen
b) mensualmente e) Casi nunca
c) De vez en cuando f) Otros

8. ¿Donde adquiere la miel que compra? (dirección)
a) En tiendas
b) En supermercados
c) En ferias
d) Mercados
e) Otros

II DE LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

9. ¿Que marca de miel de abeja consume?

- | | | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| a) Argentina | <input type="checkbox"/> | d) Irupana | <input type="checkbox"/> | g) La reina | <input type="checkbox"/> |
| b) Brasilerá | <input type="checkbox"/> | e) Nutrimiel | <input type="checkbox"/> | h) obrera | <input type="checkbox"/> |
| c) Apisbol | <input type="checkbox"/> | f) Ricafrut | <input type="checkbox"/> | i) Otros | <input type="checkbox"/> |

Anexo 5c-2

10. ¿En envases de que peso compra?
 a) 1/4 kg b) 1/2 kg c) 3/4kg d) 1 kg e) Otros
11. ¿A que precio compra la miel?

12. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por un kg de miel con precio justo?

13. ¿Que aspecto considera para la compra del producto?
 a) Presentación b) Calidad c) Precio d) Procedencia
 e) Aporte nutritivo f) Otros
14. ¿Que tipo de envase prefiere al momento de comprar?
 a) De vidrio b) De plástico c) Bolsas (sachet) d) Tipo mayonesa
 e) Cualquiera Otros
15. ¿Cuando compra, sabe de que lugar(región) compra la miel?
 a) si b) No de donde:
16. ¿Que tipo de miel prefiere?
 a) Miel de caña b) Miel de eucalipto c) Multifloral d) Cualquiera
 e) Desconoce f) No responde g) Otros
17. ¿Que color prefiere la miel?
 a) Clara b) Pardo c) Oscuro d) Cualquiera e) Otros
18. ¿Que estado prefiera en la textura de la miel?
 a) Líquida b) Solida (cristalizada) c) Cremosa
 d) Cualquiera e) No responde f) Otros
19. ¿Como consumen la miel en su hogar?
 a) En el pan b) En fresco c) En desayuno d) Puro e) Otros
20. ¿Al momento de comprar quien toma los criterios de elección?
 a) El hombre b) La mujer c) Ambos d) Toda la familia
21. ¿Que otros productos apícolas consumen?
 a) Polen b) Propoleo c) Jalea Real d) Ninguno
 e) Desconoce f) Otros

22. ¿Cada cuanto compra?

a) Cada mes b) semanalmente

c) Cuando le ofrecen d) Otros

23 ¿Que cantidad, a que precio y de donde?

.....

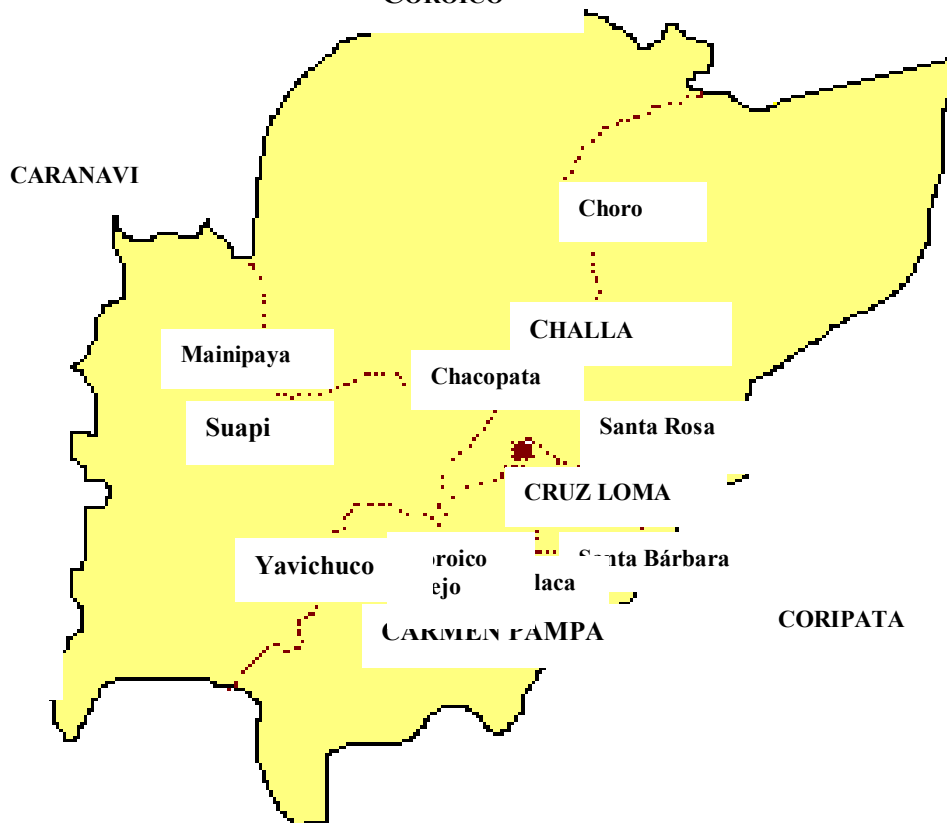
Anexo 6

Regiones productoras de miel en el ámbito departamental y municipal



a) Regiones Productoras de miel de abeja del Departamento de La Paz.

- Prov. Larecaja
- Prov. Caranavi
- Prov. Sud-Yungas
- Prov. Nor-Yungas
- Prov. Inquisivi



b) Cantones productoras de miel de abeja del municipio

Mapeo de la cadena de valor del sub-se

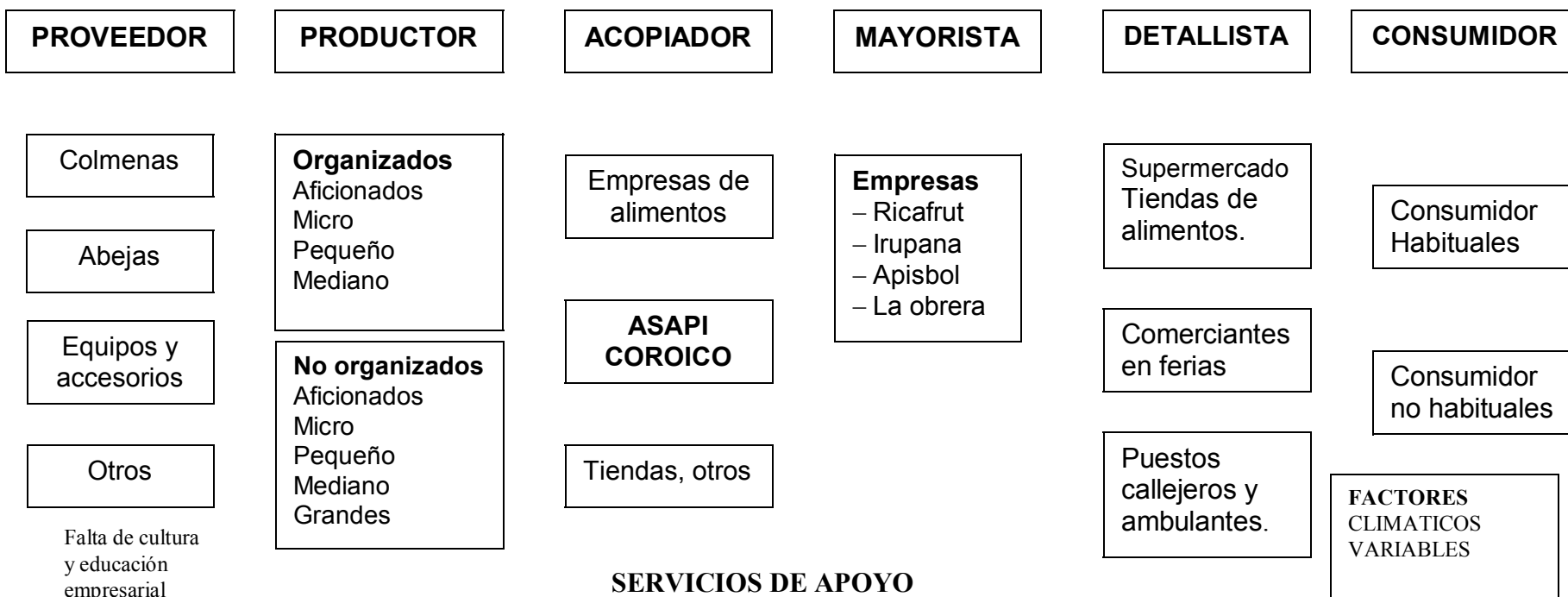
Anexo 7

e CIOEC, BDP, TCP ALBA, viceministerio coca y desarrollo integral.

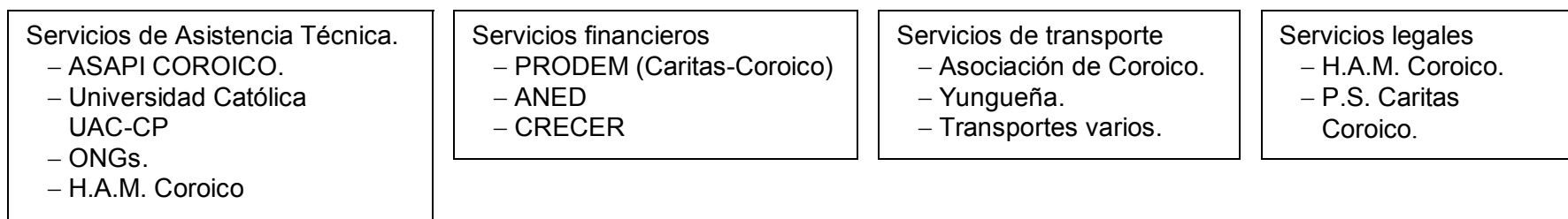
és del departamento agropecuario.

y Fundaciones: P.S. Caritas Coroico, ARCO, ACDI/VOCA, FONADAL,

ESLABONES DE LA CADENA



SERVICIOS DE APOYO



Consumidores habituales				
Uso de la miel	Medicinal	Nutricional	Sabor rico	
Porcentaje	40%	40%	20%	
Aspectos que toma en cuenta al comprar	Calidad	Presentación	Precio	Procedencia
Porcentaje	40%	10%	8%	8%
Lugar de compra	Supermercado	Tiendas	Calle	Ferias
Porcentaje	33%	31%	11%	8%
Marca	Miel de marca	Cualquier miel		
Porcentaje	60%	40%		
Tipo de envase	Vidrio	Plástico	Indiferente	Otros
Porcentaje	75%	11%	14%	0
Región de procedencia	Yungas	Valles	Otros	No sabe
Porcentaje	55%	18%	3%	24%
Color de preferencia	Claro	Intermedio	Oscuro	
Porcentaje	50%	34%	16%	
Miel líquida o sólida (cristalizada)	Líquida	cristalizada		
Porcentaje	79%	21%		
Precio disposición a pagar	30 a 35 Bs.			

Consumidores no habituales				
Uso de la miel	Medicinal	Nutricional	Sabor rico	
Porcentaje	55%	34%	11%	
Aspectos que toma en cuenta al comprar	Calidad	Presentación	Precio	Procedencia
Porcentaje	63%	7%	6%	12%
Lugar de compra	Supermercado	Tiendas	Calle	Ferias
Porcentaje	14%	18%	35%	21%
Marca	Miel de marca	Cualquier miel		
Porcentaje	28%	72%		
Tipo de envase	Vidrio	Plástico	Indiferente	Otros
Porcentaje	61%	19%	15%	5%
Región de procedencia	Yungas	Valles	Otros	No sabe
Porcentaje	59%	17%	4%	21%
Color de preferencia	Claro	Intermedio	Oscuro	
Porcentaje	37%	43%	20%	
Miel líquida o sólida (cristalizada)	Líquida	Cristalizada		
Porcentaje	74%	26%		
Precio (disposición a pagar)	hasta 20 Bs.			

Anexo 8

Características en el consumo de miel de consumidores habituales y no habituales

Anexo 9

Caracterización del eslabón detallista

Segmento	Miel	Precio (kg)	Proveedores	Demandantes
Supermercado y tiendas de alimentos	Miel de marcas conocidas	33 a 45 Bs	Mayoristas	Consumidores habituales
Ferias	Miel de marcas eventuales	25 a 30 Bs	Mayoristas Productores	Consumidores no habituales
Puestos callejeros	Miel en botella o frascos	15 a 20 Bs	Productores	Consumidores no habituales

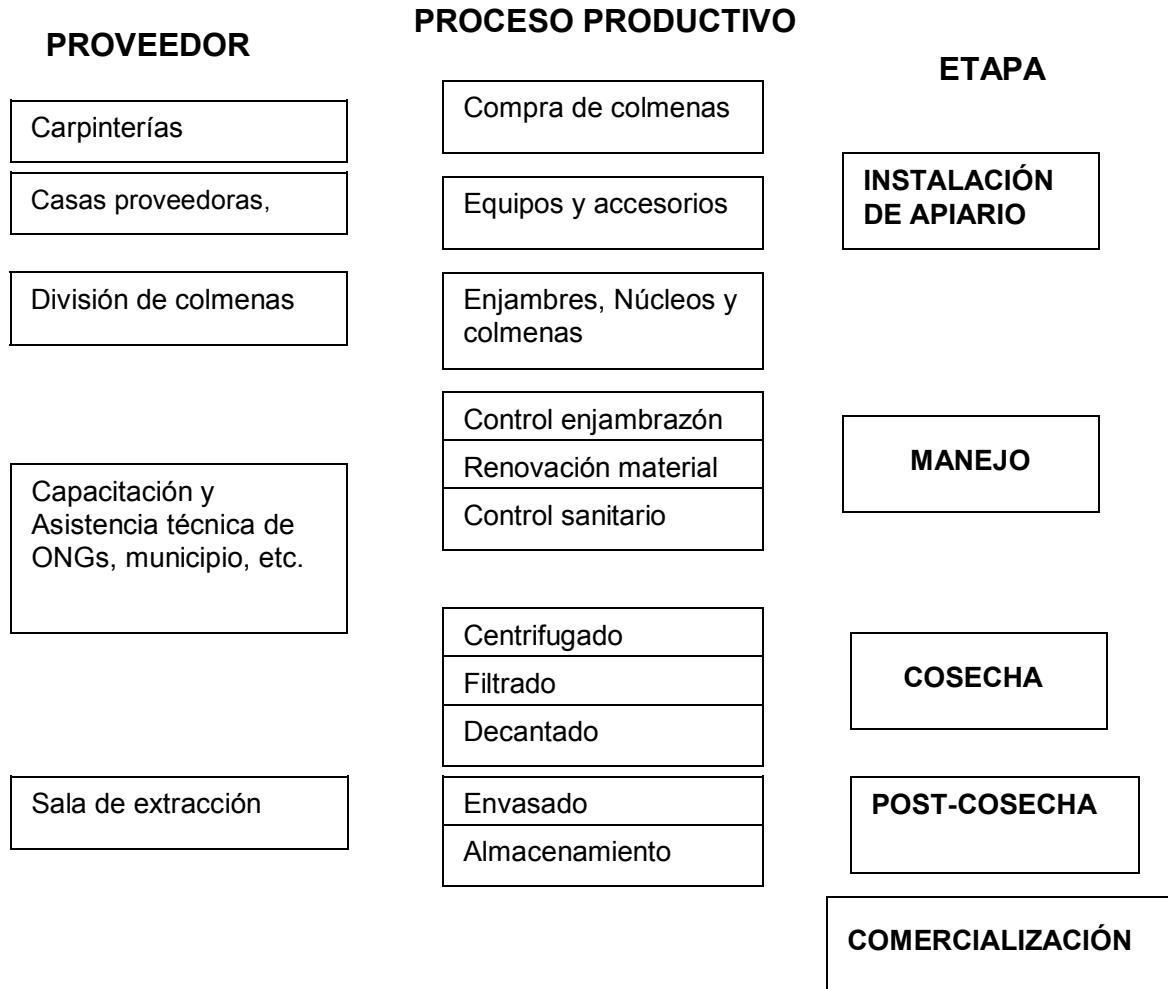
Anexo 10

Caracterización por tipo de productor

Características	Aficionado	Micro	Pequeño	Mediano	Grande
Experiencia					
Años de experiencia	10	8	11	19	21
Recibió capacitación	57%	79%	50%	89%	86%
Utilizan planillas de registro	0%	29%	25%	0%	43%
Utilizan calendario apícola	14%	29%	25%	25%	29%
De producción					
Porcentaje de colmenas estándar	100%	68%	75%	99%	44%
Porcentaje de colmenas en producción	72%	68%	71%	82%	62%
Tienen equipo de cosecha	29%	7%	25%	75%	71%
De manejo					
Realizan cambio de cera	43%	57%	75%	88%	71%
Utilizan rejilla excluidora	57%	64%	75%	88%	86%
Sabe dividir colmenas	43%	50%	75%	100%	100%
Estimulan la postura de la reina	14%	8%	0%	25%	14%
Considera importante el cambio de reinas	80%	85%	75%	100%	100%
Cambia de reina a las colmenas	14%	29%	25%	50%	14%
Controlan la enjambración	57%	36%	75%	100%	100%

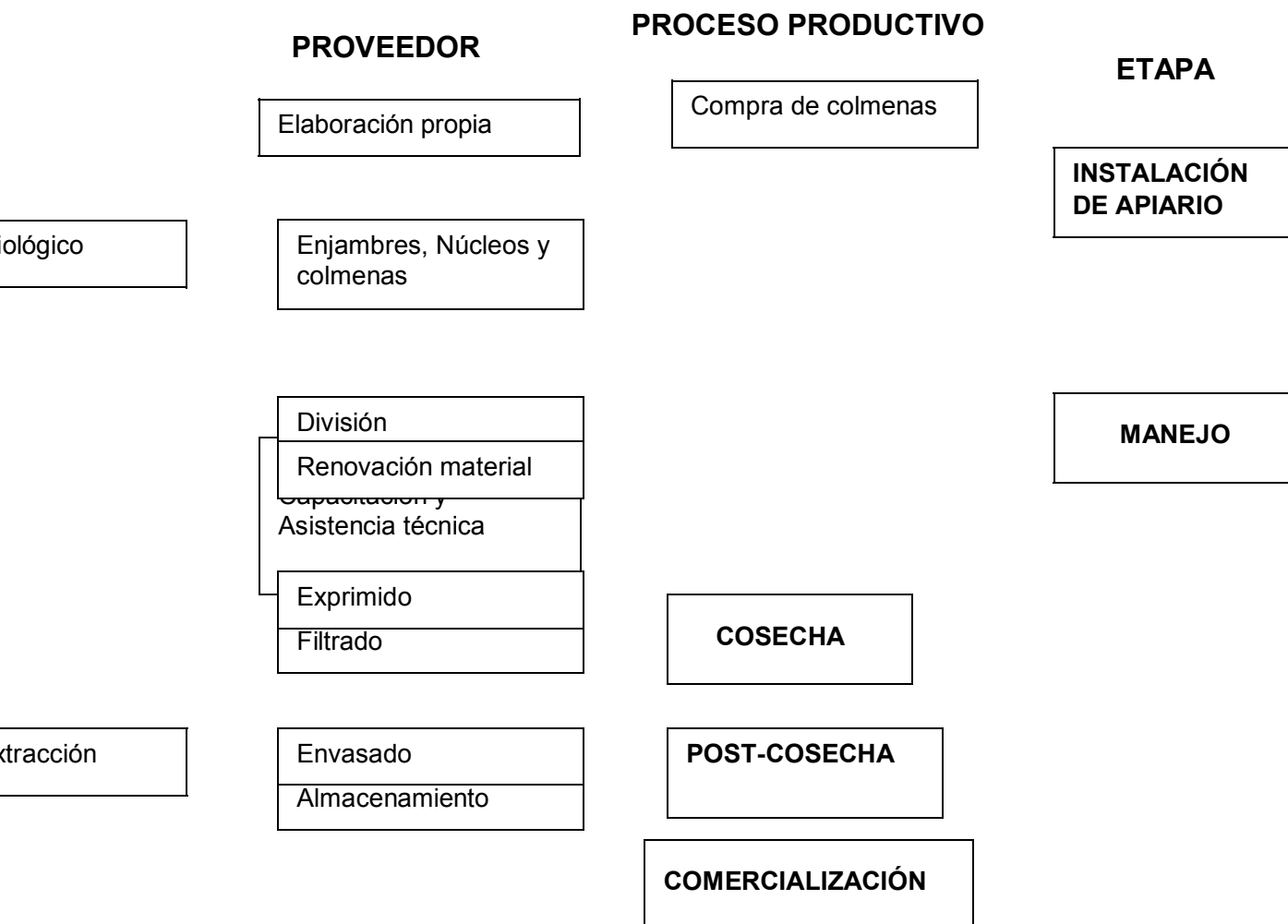
Anexo 11a

Diagramación del proceso de producción bajo el sistema estándar.



Anexo 11b

Diagramación del proceso de producción bajo el sistema rústico.



Anexo 12

Calendario apícola de actividades desarrollado por los productores

LABOR	MES	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Instalación de colmenas													
Preparación de colonias													
Control de enjambrazón													
Cosecha de miel													
Cosecha de propoleo													
División de colmenas.													
Pillaje													
Reparación de materiales													
Control sanitario													

LABOR	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD
Instalación de colmenas	Conjunto de actividades realizadas como preparación del terreno, terrazo, hasta la ubicación de las colmenas de manera definitiva.
Preparación de colonias	Conjunto de actividades como, alimentación estimulante, cambio de reina, etc., necesarias para obtener una buena cosecha.
Control de enjambrazón	Comprende las revisiones requeridas, eliminación de realeras, aumento del espacio de postura para impedir la enjambrazón natural que es muy perjudicial para la producción.
Cosecha de miel	Proceso de obtención de la miel mediante centrifugado de panales.
Cosecha de propoleo	Proceso de obtención de propoleo a partir de instalación de trampas.
División	Se refiere a la obtención de 2 colonias hijas a partir de 1 madre.
Pillaje	Es el robo de miel realizada entre colonias debido a la escasez de alimento.
Reparación de materiales	Proceso realizado para cambiar materiales viejos e inadecuados como marcos, cera estampada, alzas, rejillas, etc.

Control sanitario	Prácticas para evitar enfermedades presentes en colonia
-------------------	---

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico

Anexo 13

Fortalezas y debilidades de los actores del negocio de la miel

ESLABÓN	FORTALEZAS	DEBILIDADES
PROVEEDOR De colmenas De equipos	<ul style="list-style-type: none"> a) Colmenas; Tienen material de la región para trabajar. b) Equipos y accesorios; Poca competencia en su sector. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Poca confianza de los productores por impuntualidad. b) Mercado limitado.
PRODUCTOR	<ul style="list-style-type: none"> a) Buena calidad del producto debido a la aptitud de la región. b) Producto conocido y demandado por consumidores. c) Mayor conocimiento de la producción respecto a otras regiones productoras. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Baja capacidad de negociación. b) Poco conocimiento e información de mercado. c) Riesgos ambientales en la producción.
ACOPIADOR ASAPI-COROICO	<ul style="list-style-type: none"> a) Alta capacidad de acopio. b) Participación de muchos productores. c) Cuenta con recursos humanos apropiados para el acopio. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Limitada capacidad gerencial y de negociación. b) Falta de información de mercado y comunicación interna. c) Poco capital de operaciones.
MAYORISTA (Ricafrut, mayoristas especializados)	<ul style="list-style-type: none"> a) Alta capacidad gerencial y de relacionamiento. b) Conocimiento del mercado. c) Capital de operaciones. d) Marca en expansión. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Procesamiento semi-artesanal. b) Sistema de provisión en desarrollo. b) Recursos humanos bajos para el procesamiento.
DETALLISTA (supermercado tiendas)	<ul style="list-style-type: none"> a) Alta capacidad gerencial. b) Conocimiento del mercado. c) Capital de operaciones. c) Fidelidad de clientes. d) Creatividad en la satisfacción de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> a) No interviene en los procesos productivos.
CONSUMIDOR	<ul style="list-style-type: none"> a) Todos los eslabones se mueven en función a sus 	<ul style="list-style-type: none"> b) Poco conocimiento acerca de parámetros de calidad y el

(habitual, no habitual)	demandas.	procesamiento del producto
-------------------------	-----------	----------------------------

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas y sondeos.

Anexo 14a

Análisis FODA de ASAPI-COROICO

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> - Se cuenta con buena cantidad de producto para el mercado. - Se cuenta con sectores organizados con equipos de cosecha. - Productores capaces con buena producción de miel y de buena calidad. - Se tiene contacto con diferentes instituciones para el apoyo del sector y un buen apoyo de parte de la P.S. Caritas Coroico el G.M. Coroico. - La organización esta en marcha y se comenzó la comercialización.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura organizacional aún débil (Falta fortalecimiento organizacional, responsabilidad y estructura organizativa). - Falta de personería jurídica y revisión de estatutos y reglamentos. - Poca relación con otras organizaciones de apicultores. - No se tiene capacitación en organización y aspectos administrativos. - Falta de seguimiento en manejo y producción apícola.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Existen disponibilidad de recursos para contrapartes de proyectos productivos de parte del G.M Coroico. - Existe un terreno municipal para la construcción de nuestra propia sede. - Posibilidad de lograr apoyo económico de las ONGs y la cooperación internacional. - Se tiene la oportunidad con la Asociación para capacitarse, lograr fortalecimiento organizacional, intercambia experiencias y planificar mejor el desarrollo del rubro.
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> - La poca concertación con FUNDACOM, se convierte en una amenaza, debido a la competencia por la provisión de miel de abeja en la provincia Nor-Yungas. - Aspectos técnicos como la enjambración y la presencia de enfermedades, podría disminuir la productividad y rendimiento de las colmenas. - Organizaciones de otros sectores y algunas comunidades en contra de los apicultores. - Productores de otros departamentos y municipios que ofertan a precios más bajos, amenazan los precios de los productos ofertados. - Mala calidad de miel de algunos proveedores perjudica la comercialización. - El uso de químicos en la región, perjudica la producción y limita la certificación de nuestros productos. - Existen socios que son desanimados y desaniman al resto.

Fuente elaboración propia en base a diagnóstico participativo

Anexo 14b

Análisis FODA de RICAFRUT

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">– Existe capacidad gerencial.– Pagina WEB bien diseñada y a disposición de clientes potenciales.– Marca bien definida para la miel “Energy vid”, posicionándose en el supermercados y tiendas ecológicas de La Paz.– Sistema de distribución apropiado para el caso de la miel, donde la diversificación de productos ofrece una ventaja en la disminución de costos.– Se cuenta con recursos humanos con experiencia y capacitados para el manejo adecuado del producto.– Estrategia de competitividad definida en función de liderazgo en costos.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">– Sistema de información y comunicación débil con respecto a los proveedores.– El capital de operaciones no es exclusivo para la compra de miel.– No se cuenta con recursos humanos propios para la elaboración de proyectos en beneficio de cadenas establecidas donde interviene la empresa.– La empresa solo se dedica a la comercialización de miel.– No se ha desarrollado un sistema de comercialización a través de tiendas propias como en el caso de productos Irupana.– Cobros retardados en supermercados, debido a dependencia con estos.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">– Se tienen identificados segmentos de mercado para la comercialización de miel saborizada.– Existen diversidad de Mypes en el área rural con quienes se podría trabajar en torno a la comercialización de productos apícolas.– Se cuenta con el apoyo de Swisscontact, para el contacto empresarial con organizaciones de apicultores.

A M E NAZA S	<ul style="list-style-type: none"> – Dependencia de productos respecto a supermercados. – No se cuenta con proveedores estables de miel que adquieran un compromiso y aseguren su presencia en el mercado. – No se cuenta con registro sanitario actualizado para la comercialización de miel de abeja. – Competencia en diversos aspectos como en la provisión de materia prima y posible entrada de productos más económicos. – Apoyo desleal de algunas instituciones en desmedro del desarrollo de la de la empresa y la cadena, debido a políticas institucionales equivocadas.
-----------------------------	---

Fuente elaboración propia en base a diagnóstico participativo.

Anexo 15

Temas de capacitación y asistencia técnica realizados en Coroico en los últimos 3 años

TEMA	INSTITUCIÓN COLABORADORA	F E C H A
Capacitación en gestión empresarial		
Desarrollo de la cadena de valor de la miel de abeja.	P.S. Caritas Coroico	2 0 0 6
Gestión Empresarial y Fortalecimiento organizacional.	P.S. Caritas Coroico	2006
Elementos de Gestión Empresarial.	Swiss-contact	F e b r e 2 0 0 5
Capacitación en producción		
Producción y procesamiento de polen y propóleos.	P.S. Caritas Coroico	2 0 0 6

Procesamiento de la miel.	G.M.C Coroico y UAC-CP Universidad Católica.	N o v d e 2 0 0 5
Crianza artificial de reinas.	Swiss-contact	J u l i o d e 2 0 0 5

<p>Formación de Peritos en producción Apícola</p>	<p>P.S. Caritas Coroico, UAC-CP Universidad Católica.</p>	<p>S e p t d e 2 0 0 4 , a f e b . d e 2 0 0 5</p>
<p>Curso Básico de apicultura.</p>	<p>ACDI-VOCA</p>	<p>2 0 0 4 a 2 0 0 5</p>

Curso Básico de apicultura.	P.S. Caritas Coroico	2 0 0 3
-----------------------------	----------------------	------------------

Fuente. Elaboración propia en base a diagnóstico

Anexo 16a

Marco organizacional

Descripción de las principales organizaciones

ORGANIZACIONES DE APICULTORES	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES
ASAPI-COROICO	<p>Es la Asociación de Apicultores de Coroico, que fue creada con la finalidad de generar ingresos adicionales para las familias de los socios mediante la comercialización de productos apícolas, mejorando la calidad de la miel y de otros productos de la colmena, además de recibir capacitación de manera organizada, buscando la sostenibilidad de la organización.</p> <p>ASAPI-COROICO, actualmente trabaja con productores de Trinidad Pampa y recibe el apoyo de varias instituciones que apoyan el desarrollo rural, brindando capacitación constante a sus socios y asistencia técnica a productores particulares del municipio de Coroico y parte de Trinidad Pampa.</p> <p>En el aspecto comercial, acopia anualmente alrededor de 5 ton/año de miel por año, comercializa sus productos bajo 2 formas a) Miel a granel, donde el cliente más importante es la Empresa Ricafrut y b) Miel fraccionada la cuál comercializa a través de tiendas del Coroico.</p> <p>El principal cliente de ASAPI-COROICO, es la empresa Ricafrut, seguido por la tienda comunal de Coroico, en el caso de ventas realizadas en ferias se comercializaron 393 kg, por un monto de 8198 Bs. Se destaca el hecho de que Ricafrut es la empresa que oferta el menor precio (13.5 Bs/kg), pero es el actor que compra mayor cantidad del producto (52%), ofreciendo un mercado seguro para la producción.</p>
OTRAS ORGANIZACIONES	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES
CENCOOP	<p>La Central de Cooperativas Cafetaleras de Coroico (CENCOOP), es una organización de productores que promueve la producción y comercialización de café orgánico procedente de Coroico, así mismo cuenta con una tienda en Coroico para la promoción de su producto, está organización está afiliada a AOPEB y es posible realizar una alianza estratégica con la organización para la venta de miel.</p>
AOPEB	<p>Es una organización nacional de segundo y tercer nivel, que promueve la producción y comercialización de productos</p>

orgánicos como el café, miel, quinua, cacao, amaranto y otros productos. Actualmente comercializa miel de abeja procedente de la CORACA Irupana en sus tiendas SUPERECOLOGICO.

Fuente : Elaboración propia en base a diagnóstico organizacional e institucional.

Anexo 16b

Descripción de las principales instituciones que intervienen de manera directa en el desarrollo del sub-sector apícola.

INSTITUCIONES DE APOYO	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES
G.M. de Coroico	<p>Actualmente brinda espacios para el desarrollo de actividades económicas en favor de ASAPI COROICO, y ambientes para técnicos en apicultura que funciona los días sábados con el propósito de promover la actividad apícola.</p> <p>También viene apoyando con la realización de cursos de capacitación para el desarrollo del sector apícola.</p>
Universidad Católica	<p>Viene trabajando en el desarrollo de recursos humanos a través de Unidad Académica Campesina de Carmen Pampa (UAC-Carmen Pampa).</p> <p>A la fecha la Universidad Católica a contribuido con el desarrollo del sector a través del curso de formación de “Peritos en producción Apícola”, donde participaron 10 productores de ASAPI-COROICO y 4 estudiantes de la Universidad, también apoya con cursos de capacitación en apicultura básica en el sector de Carmen Pampa, es importante destacar que los estudiantes de la Universidad tienen propuestas de investigación a favor del sector apícola, aunque a este nivel, existe poca coordinación con ASAPI-COROICO para el desarrollo de investigación práctica.</p>
P.S. Caritas Coroico	<p>La Pastoral Social Caritas Coroico, viene apoyando el desarrollo del sector apícola durante 10 años aproximadamente, el aporte realizado a la fecha se basa en el apoyo prestado a ASAPI-COROICO, que se considera un actor clave para el desarrollo.</p> <p>La P. S. Caritas Coroico, apoyo la realización de cursos de</p>

	capacitación en apicultura, en fortalecimiento organizacional de ASAPI COROICO, también apoyo con la dotación de equipos de cosecha distribuidos en sectores, material de promoción y comercialización de productos apícolas y con crédito rotativos y en efectivo para el acopio de productos apícolas.
--	--

INSTITUCIONES	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES
Swisscontact	La fundación Swisscontact apoyo al desarrollo de ASAPI-COROICO durante la gestión 2004-2005, con una visión netamente empresarial y enfoque de desarrollo de la cadena de valor compuesta por ASAPI-COROICO y Ricafrut, donde se logro iniciar la comercialización de miel de abeja a través de la instalación de un centro de acopio, así también apoyo la implementación de equipos de procesamiento, cursos de capacitación en Gestión Empresarial, crianza de reinas y apoyo a la comercialización con etiquetas y material de promoción.
ACDI-VOCA	Apoyo el desarrollo del sector apícola en los yungas de La Paz, a través del financiamiento recibido de USAID durante la gestión 2004-2005. El apoyo consistió en la dotación de colmenas, equipos de cosecha, 1 computadora y material de comercialización como envases y etiquetas. Así también apoyo el desarrollo de cursos de capacitación y asistencia técnica en aspectos básicos de apicultura.
FUNDACOM	Es una organización de formación nueva, conformada por profesionales de la UAC-Carmen Pampa, dependiente de la Universidad Católica, actualmente viene ejecutando el proyecto de "Industrialización de productos apícolas" en los municipios de Coroico y Coripata gracias al financiamiento recibido del Fondo Nacional de Desarrollo Alternativo "FONADAL", a la fecha existe poca concertación con ASAPI-COROICO, para trabajar con un enfoque de cadena, donde todos los actores del sector apícola resulten beneficiados.
ARCO	El programa Actividad Rural Competitiva "ARCO", inicio sus actividades el año 2006, tiene como objetivo desarrollar la competitividad sectorial en productos potenciales de los Yungas,

con un enfoque de mercado. A la fecha viene trabajando en lineamientos en el desarrollo del sub-sector apícola en concertación con ASAPI-COROICO.

Fuente : Elaboración propia en base a diagnóstico organizacional e institucional.

Anexo 18a

COSTOS ESLABÓN PRODUCTOR				N° de colmenas 10 colmenas		
MIEL DE ABEJA (Bs.)				Tipo de colmenas Estándar		
COLMENAS ESTANDAR				Sistema prod. Estándar Tradicional		
				Rendimiento 22.66 kg/colmena/año		
COSTOS	Item	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida util	Costo/año
COSTO TOTAL						1660.33
Costos fijos				6118.00		820.33
Materiales						
Velo	unidad	2	35.00	70.00	4	17.50
Guantes	unidad	2	25.00	50.00	3	16.67
Traje apicultor	unidad	2	60.00	120.00	4	30.00
Palanca	unidad	1	50.00	50.00	4	12.50
Ahumador	unidad	1	55.00	55.00	3	18.33
Cepillo	unidad	1	18.00	18.00	4	4.50
Incrustador de cera	unidad	1	35.00	35.00	6	5.83
Tesador	unidad	1	60.00	60.00	6	10.00
Centrífuga acero INOX	unidad	1	900.00	900.00	10	90.00
Baldes (latas)	unidad	10	10.00	100.00	5	20.00
Colmenas						
Colmenas completas	unidad	10	280.00	2800.00	8	350.00
Rejillas	unidad	10	50.00	500.00	8	62.50
Cera estampada	unidad	200	5.00	1000.00	8	125.00
Alambre galvanizado	kg	15	4.00	60.00	3	20.00
Instalación de apiario	unidad	10	30.00	300.00	8	37.50
Costos variables				780.00		840.00
Transporte						
Global	servicio	3	20.00	60.00		60.00
Mano de obra						
Limpieza	jornal	3	30.00	90.00		90.00
Revisiones	jornal	6	30.00	180.00		180.00
Arreglo materiales, proc de cera	jornal	8	30.00	240.00		240.00
Cosecha y traslado	jornal	9	30.00	270.00		270.00
INGRESOS	Item	Cantidad	Precio unit			Ingreso/año
INGRESO TOTAL (venta miel)	kg	226.60	12.50			2832.50
ANALISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCION						
INGRESO NETO						1172.17
Rel: B/C						1.71
INVERSION INICIAL						6118.00
Costo (Kg. miel)						7.33

Fuente. Elaboración propia en base a diagnóstico participativo

Anexo 18b

COSTOS ESLABÓN PRODUCTOR DE MIEL DE ABEJA COLMENAS RUSTICAS				N° de colmenas 10 Tipo de colmenas Rusticas Sistema prod. Rustico con alza Rendimiento 15.68 kg/colmena/año		
COSTOS	Item.	Cantidad	Costo Unit.	Costo total	Vida util	Costo/año
COSTO TOTAL						1127.92
Costos fijos				2035.00		427.92
Materiales						
Velo	unidad	2	35.00	70.00	4	17.50
Guantes	unidad	2	25.00	50.00	3	16.67
Palanca	unidad	1	50.00	50.00	4	12.50
Ahumador	unidad	1	55.00	55.00	4	13.75
Baldes (latas)	unidad	6	10.00	60.00	4	15.00
Bañadores	unidad	2	25.00	50.00	4	12.50
Colmenas						
Colmenas completas	unidad	10	120.00	1200.00	5	240.00
Listones	unidad	200	1.00	200.00	5	40.00
Instalación del apiario	unidad	10	30.00	300.00	5	60.00
Costos variables				660.00		700.00
Transporte						
Global	servicio	2	20.00	40.00		40.00
Mano de obra						
Limpieza	jornal	3	30.00	90.00		90.00
Revisiones	jornal	4	30.00	120.00		120.00
Arreglo, limpieza de materiales	jornal	6	30.00	180.00		180.00
Cosecha y traslado	jornal	9	30.00	270.00		270.00
INGRESOS	Item	Cantidad	Precio unit			Ingreso/año
INGRESO TOTAL (venta miel)	kg	156.80	12			1881.60
ANALISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCION						
INGRESO NETO						753.68
Rel: B/C						1.67
INVERSION INICIAL						2035.00
Costo (Kg. miel)						7.19

Fuente. Elaboración propia en base a diagnóstico participativo

Anexo 19a

Situación actual y visión compartida del negocio de la miel en el ámbito municipal (aspectos productivo y organizativo).

ASPECTO	SITUACIÓN ACTUAL
PRODUCTIVO	<ul style="list-style-type: none">• Se reconoce que la producción apícola es importante como fuentes de ingreso para el municipio de Coroico, además de la polinización de plantas como lo cítricos, café y otros.• La producción de miel, esta sub-aprovechada, pues existen zonas que están muy poco o nada explotadas.• La producción de otros productos y sub-productos de la colmena (polen, propoleo, jalea real, cera, reinas, núcleos, etc.) esta siendo apenas desarrollada por pocos productores, siendo sus principales limitantes la falta de conocimientos y la falta de materiales.• Pocos productores apícolas están calificados para una explotación apícola racional e intensiva que genere alta rentabilidad “Peritos en producción apícola”. La capacitación en el sector apícola aún es deficiente, la mayoría no están capacitados con un manejo tecnológico adecuado.• Respecto al material genético no se tienen reinas de buena calidad, pues no hay programas de selección y renovación de las mismas.• Los costos de instalación para la producción con colmenas estándar es alto, razón por la cuál muchos no pueden aumentar sus colmenas y desarrollar la actividad, pues no existe un programa crediticio adecuado para el caso.• Falta integrar a la cadena de valor a los proveedores de colmenas, a fin de poder disminuir los costos y mejorar la calidad de los materiales.
ORGANIZATIVO	<ul style="list-style-type: none">• Los productores, están organizados a través de ASAPI-COROICO, que actualmente tiene 50 socios.• La Asociación de Apicultores de Coroico “ASAPI-COROICO”, juega un papel muy importante en el acopio y poder de negociación del producto, aunque la falta de crédito para la compra de miel y otros productos de la colmena es una limitante para un mejor servicio a los socios.• La Asociación de Apicultores de Coroico “ASAPI-COROICO”, tiene todavía muchas debilidades en el área de gestión empresarial, administración y contabilidad, para poder

desarrollar y mejorar el negocio del sector apícola.

Fuente: Elaboración propia en base a información sistematizada.

Anexo 19b

Situación actual y visión compartida del negocio de la miel en el ámbito municipal (aspectos de comercialización y de la cadena de valor).

COMERCIALIZACION	<ul style="list-style-type: none">• Las condiciones para el procesamiento de miel en ASAPI COROICO, son muy limitadas pues no existe una infraestructura adecuada, se debe tener en cuenta que si desaparece esta los precios podrían llegar a disminuir hasta más de un 10 % que representaría pérdidas para el municipio por más de 30,000 Bs/año.• El mercado departamental esta en expansión actualmente existe mucha competencia con productos del interior del país y de miel importada de la Argentina, los cuales en muchos casos llegan al mercado con precios menores al de los productos de la región.• La miel tiene buena aceptación en el mercado de Coroico, donde es comprado principalmente por turistas del interior y del exterior. En el ámbito departamental es consumido principalmente en la zona Sur y central por consumidores habituales de miel.• El producto es de buena calidad, pero aun falta mejorar la presentación y buscar nuevos nichos de mercado.• Existe bastante mercado y venta en las ferias auspiciadas por la prefectura, alcaldía de La Paz, instituciones de apoyo al desarrollo, etc., sin embargo no existen los contactos con este sector para provisión de miel.• No existe industrialización de productos para dar valor agregado a los productos como propomiel, caramelos, cremas que gozan de buena aceptación tanto en el mercado local, nacional como internacional.
DE LA CADENA	<ul style="list-style-type: none">• No existe buena comunicación y coordinación entre los actores de la cadena, exceptuando la relación existente entre RICAFRUT y ASAPI-COROICO.• Se cuenta con bastante apoyo para el desarrollo del rubro, existiendo muchas instituciones con financiamientos nacionales e internacionales.• Hasta ahora no existen políticas mancomunales integrales

	y eficientes para el desarrollo de este rubro en toda la cadena, como ser certificación del producto, búsqueda de nichos de mercados, etc.
--	--

Fuente: Elaboración propia en base a información sistematizada.

Anexo 20a

Factores críticos identificados, limitantes al desarrollo del sub-sector apícola.

Factores críticos limitantes en la provisión de insumos		
Problema (Factor crítico)	Causa	Alternativa de solución
La provisión de colmenas es de baja calidad, fuera de medida, precios altos.	No se tienen acuerdos establecidos con proveedores. Carpinteros no están capacitados.	Establecer acuerdos con carpinteros para la fabricación de colmenas de calidad por mayor y a precios accesibles.
Las reinas son de mala calidad, abejas enjambradoras y agresivas en ciertos casos	Falta de capacitación y servicios en selección y provisión de reinas.	Buscar apoyo para implementar apiarios experimentales, donde seleccionar abejas y distribuir a productores.

Factores críticos limitantes en la producción.		
Problema (Factor crítico)	Causa	Alternativa de solución
Baja producción Falta de materiales para la producción.	Uso de colmenas rústicas, productores empíricos, mala localización, falta de caminos, alta densidad de colmenas, tala y quema, falta de conocimiento de sp. florales. Falta de conocimientos en tecnologías nuevas. Falta de un Programa de capacitación y A.T. local. Productores no asociados.	Créditos para estandarizar las colmenas. Mejorar el acceso a los apiarios. Buscar apoyo para la elaboración de un estudio sobre flora de interés apícola Elaborar un programa de capacitación concertado con Peritos Apícolas de ASAPI-COROICO, para mejorar la producción de miel. Fomentar la asociatividad.
Desaprovechamiento de otros productos.	Bajos conocimientos en producción de polen, propóleos.	aprovechamiento de sub-productos y control de enfermedades.
Calidad de la miel es heterogénea (desigual).	Mal manejo de la miel. Uso de agroquímicos en la coca, tomate y otros cultivos.	Asistencia técnica en el manejo y calidad de la miel. Concientización en producción orgánica

Existen colmenas enfermas.	Baja capacitación en enfermedades, y un laboratorio.	Asistencia técnica en control de enfermedades. Coordinación con UAC-Carmen Pampa para apoyo en diagnóstico de enfermedades.
----------------------------	--	--

Anexo 20b

Factores críticos limitantes en durante el proceso de acopio.		
Problema (Factor crítico)	Causa	Alternativa de solución
Acopio inadecuado.	Falta de ambiente apropiado.	Buscar un ambiente adecuado.
Perdidas en el manejo de la Miel y procesamiento inadecuado.	Falta de equipos y tecnología para mejorar el procesamiento y manejo de la miel.	Concertar el equipamiento adecuado.
No hay capital para el acopio de miel.	Falta mejorar los servicios financieros solidarios.	Facilitar el manejo, capacitación a nivel administrativo.
Poca capacidad para dar valor agregado a los productos.	Falta de capacitación integral en esta área.	Buscar contactos con profesionales dedicados a la industrialización de este tipo de productos, capacitación en rubros sencillos como propomiel.

Factores críticos limitantes en la comercialización.		
Problema (Factor crítico)	Causa	Alternativa de solución
Poco aprovechamiento del potencial turístico de la región para productos fraccionados.	No existe una estrategia de comercialización y promoción de los productos apícolas.	Elaborar una estrategia de promoción y comercialización, posicionando los productos del municipio.
Se considera que los precios son bajos y existe falta de mercados para miel a granel.	Búsqueda de nichos de mercado. Falta de certificación de los productos apícolas de la zona, en especial para la miel	Búsqueda de nichos de mercado y certificación orgánica con AOPEB, zonificar la áreas potenciales donde se puede establecer la misma.

Factores críticos en la relación entre eslabones.		
Problema (Factor crítico)	Causas	Alternativa de solución

Falta de confianza entre productores y distribuidores.	Poca comunicación entre eslabón acopiador y mayorista Poca concertación en políticas institucionales.	Buscar mayor voluntad de cooperación entre acopiador y mayorista RICAFRUT y FUNDACOM Concertar políticas institucionales.
No se cuenta con información del mercado.	No se ha desarrollado un sistema de información adecuado, entre acopiador y mayoristas respecto a información de mercado.	Crear un sistema de información desde el mayorista dirigido hacia el productor.

Anexo 20c

Factores críticos en servicios de apoyo a la cadena.

Problema (Factor crítico)	Causas	Alternativa de solución
ASAPI-COROICO y productores carecen de visión empresarial.	No existen proveedores dentro del municipio, ya que el mercado local es pequeño para este tipo de servicios.	Buscar apoyo con instituciones en gestión empresarial y fortalecimiento organizacional
Respecto a servicios financieros, existe poca accesibilidad para la compra de materiales.	Falta de créditos solidarios para la compra de materiales y para el acopio de miel de abeja.	Facilitar la obtención de créditos solidarios a través de ASAPI-COROICO, charlas sobre créditos, etc.

Factores críticos en el ambiente donde se desarrolla la cadena.

Problema (Factor crítico)	Causas	Alternativa de solución
Falta capacidad de gestión en ASAPI, y OECAs regionales para promover proyectos a favor del sector.	No se cuenta con recursos humanos en gestión de proyectos ni gestión empresarial. No se tienen alianzas estratégicas entre organizaciones de base.	Buscar mejorar los recursos humanos en gestión. Crear alianzas estratégicas con proveedores de servicios de desarrollo y OECAs del sub-sector.
Existe duplicidad de esfuerzos en el apoyo recibido de instituciones y ONGs financiadoras.	Falta de coordinación y concertación interinstitucional. Hay poca participación de productores en niveles de decisión	Buscar apoyo de acuerdo a las demandas locales y mayor participación de OECAs de base en la gestión.

Factores críticos externos que pueden influir en la cadena.

Problema (Factor crítico)	Causas	Alternativa de solución
----------------------------------	---------------	--------------------------------

No se ve la producción apícola como un verdadero negocio.	Falta de cultura empresarial en los productores.	Fomentar la cultura empresarial en productores.
Disminuye la floración apícola en algunas zonas.	El monocultivo en la región, así como el chaqueo y quema origina zonas en deforestación.	Concienciar la importancia del medio ambiente y elaborar un programa de reforestación.
Existe perdida por robo de colmenas.	Pobreza coyuntural en el municipio.	El municipio debe fomentar el desarrollo económico y social.
Producción inestables año tras año.	Factores climáticos van cambiando con los años.	Concienciar la importancia del medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia en base a taller de factores críticos e información sistematizada.

Anexo 21a

Lineamientos estratégicos para mejorar el desempeño de la cadena.

LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS	
Objetivo: Orientar recursos y mejorar el desempeño de la cadena de valor del sub-sector apícola en el municipio de Coroico, debido a que esta actividad genera oportunidades de desarrollo económico sostenibles.	
Provisión insumos para la producción	Crear alianzas estratégicas con carpinterías locales para la fabricación de colmenas, proveedores de material y accesorios apícolas de buena calidad a precios accesibles, además de material genético (reinas) para mejorar la productividad.
Investigación y Desarrollo tecnológico	Orientar la investigación de centros (Universidad, prefectura, SIBTA, etc) en: <ul style="list-style-type: none"> – Producción de reinas de alta productividad que sean ambientadas y apropiadas para la región. – Caracterización de la flora de interés apícola, capacidad de carga y zonas potenciales de producción orgánica.
Valor agregado a la producción	Apoyar la implementación de un centro de acopio y procesamiento adecuado para la miel de abeja y otros productos de la colmena.
Servicios de crédito	Diseñar y ejecutar un programa de crédito solidario y sostenible a través del TCP Alba, BDP, u organismos de cooperación: <ul style="list-style-type: none"> a) La provisión de material apícola para los productores. b) El acopio de miel de abeja mediante ASAPI COROICO.
De Mejoramiento de calidad de los Recursos humanos	Mejorar las capacidades técnicas locales a través del desarrollo de un programa de capacitación integral en: manejo de la colmena, mejoramiento de la calidad, otros productos, control sanitario, etc) a través de la utilización de recursos humanos disponibles en la región “Peritos en producción apícola”. Apoyar procesos de capacitación en Gestión Empresarial
De Fortalecimiento Organizacional	Apoyar al fortalecimiento organizacional y desarrollo gerencial de ASAPI-COROICO para conformar una organización capaz de realizar autogestión para el desarrollo del sub-sector apícola. Buscar la integración horizontal, a través del relacionamiento e intercambio de experiencias con otras organizaciones del sub-sector apícola a nivel nacional y departamental, posibilitando una mayor fuerza y capacidad de negociación y acciones para el desarrollo del sub-sector.

Anexo 21b

De comercialización y promoción	<p>Aprovechar el potencial turístico de la región para la comercialización de miel, propoleos, pólen y nuevos productos apícolas producidos en la región.</p> <p>Consolidar la alianza establecida con Ricafrut, en un ambiente de confianza sólida, mejorando los procesos de comunicación e información entre ambas organizaciones, buscando siempre la equidad en la distribución de recursos económicos.</p> <p>Conformar y establecer una estrategia de integración con FUNDACOM, para generar valor agregado a la producción local de miel de abeja.</p> <p>Búsqueda permanente de nuevos nichos de mercado para ASAPI COROICO y Ricafrut, así como establecer y concertar entre ambas organizaciones una estrategia clara de competitividad y posicionamiento de marca y productos de la región en el mercado.</p>
Reforestación de especies de interés apícola	<p>Se debe apoyar la ejecución de un programa de reforestación con especies de acuerdo a dos criterios a) Producción maderable o comercial b) Flora de interés apícola, con amplia participación de los productores.</p>
Recomendaciones a actores externos	<p>Mejorar la coordinación interinstitucional para apoyar de manera eficiente el desarrollo integral del rubro.</p> <p>El G.M. debe impulsar el Desarrollo Económico Local, generando nuevas oportunidades para el desarrollo y disminución de la pobreza.</p>

Fuente: Elaboración propia en base a taller de análisis de factores críticos y soluciones planteadas para mejorar el desempeño de la cadena.