

RESUMEN EXPERIENCIA DOCUMENTADA

NOMBRE FACILITADOR LOCAL	Asociación Integral de Productores “A I P – Inquisivi “ <ul style="list-style-type: none"> ✚ Sabino Mamani ✚ Juan Mamani ✚ Juan Vera Villanueva ✚ Simón Tapia ✚ Benjamín Tapia ✚ Edwin Mamani
APOYO INSTITUCIONAL	Sergio Quispe sergio@agrecolandes.org
DEPARTAMENTO	La Paz
PROVINCIA	Inquisivi
MUNICIPIO	Quime
COMUNIDAD	Camillaya
TITULO DE LA EXPERIENCIA	COMPRAME PUES CASERITO. Buscando mercado para nuestros productos.
EXPERIENCIA A SER INTERCAMBIADA CON:	

DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA /EXPERIENCIA

1.- Introducción

Los apicultores a la fecha vienen trabajando en otras alternativas que permitan darle mayor valor agregado a la miel que es producida por los miembros de la organización AIP- Inquisivi, Asociación Integral de Productores.



Producción de miel en la zona de Inquisivi

“Como parte de esta estrategia, hemos empezado a fabricar shampoo utilizando miel como componente principal. Como este shampoo tiene miel, es bueno para combatir la caída y hace crecer y fortifica al cabello. Como la miel contiene vitaminas y minerales, es un buen producto para que la gente lo pueda usar, por eso compran nomás.....”.

Edwin Mamani- miembro de AIP

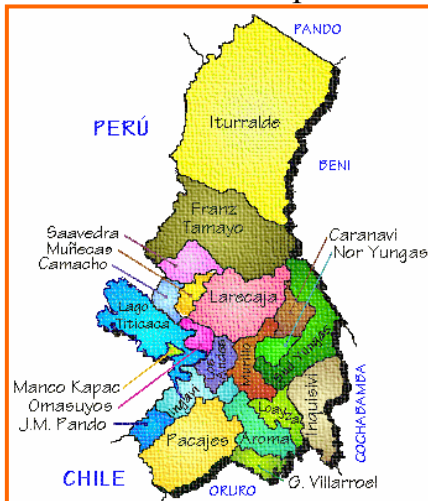
2.- Lugar donde se desarrolló la experiencia



Una vista de la comunidad

La comunidad Camillaya, se encuentra en la segunda sección municipal Quime de la provincia Inquisivi. Camillaya es una pequeña población, que cuenta con alrededor de 35 familias afiliadas a la organización comunal, el sindicato agrario.

Una característica productiva es la forestal, por las plantaciones de eucalipto existentes, que cubren como un manto verde las laderas empinadas de las comunidades que se encuentran alrededor del Río Sirapaya, río que baja desde la cordillera de las Tres Cruces y aguas abajo hecha sus aguas al río Sacambaya y más adelante todavía, al Río Cotacajes.



Pero por otro lado, en la parte alta de la comunidad, también están los bosques nativos que han sido fuente de madera, leña, medicinas, esto antes de que haya plantaciones de eucalipto.

Hoy en día, el eucalipto ha sustituido la madera y leña que se sacaba del bosque nativo. Como están los dos bosques, la floración que existe es aprovechada por las abejas para la producción de miel.

3.- Descripción de la experiencia



Que es la organización AIP-Inquisivi?

Es la Asociación Integral de Productores Inquisivi, cuya sigla es AIPI, con Personería Jurídica reconocida por el estado boliviano, y conformado por los grupos productivos de apicultores y de mujeres que trabajan con plantas que curan.

Características de los productos

Los productos de la organización AIP-Inquisivi, son productos elaborados con materias primas provenientes de bosques nativos manejados por comunidades campesinas, quienes han conformado un grupo organizado para trabajar juntos y aprovechar la floración del bosque nativos en esta actividad productiva.



La estrategia en la búsqueda de mercados



*Los primeros productos de la organización estaban pensados para ser vendidos en la zona, para esto con el apoyo del Programa de Bosques Nativos Andinos PROBONA y el CIEC, se organizaron **Expo-ferias en las poblaciones**. Los días elegidos eran los días donde había más concurrencia de gente. Por ejemplo se organizaron Expoferias un día antes de la entrada de*

la fiesta del Tata Santiago en la población de Quime, donde la gente llega hasta del exterior, en el caso de los residentes. Juan Mamani Fernández



*“También hemos participado en las **ferias tradicionales** que se realizan una vez cada año en la localidad de Inquisivi. Esta feria es una feria del trueque, donde no se vendía mucho la miel, pero eso sí, había nomás venta de las pomadas y las medicinas que las mujeres elaboraban. Había competencia de los “pajpakus”, que llegan para estas ferias. Ellos saben como vender,*

convencen fácil a la gente, esito ha sido una de nuestras debilidades: no saber vender, no saber como convencer a la gente ...”. Edwin Mamani

Diversificación de la producción

Como la miel no salía tan rápido, se ha visto por conveniente:



- *Primero: Además de miel tener otros productos. Entonces se pensó en hacer otros productos basados en la miel, y así se empezó a trabajar el Champú de miel, los jaboncillos de propóleos, la tintura de propóleos, la miel polinizada y otros.*

- *Segundo: Tener diferentes tamaños de frascos para que tengan diferentes precios y la gente pueda comprar de acuerdo a su economía*
- *Tercero. Se ha pensado en que la gente conozca una sola marca, se pensó en ponerle un nombre a los productos. Por las ventajas que puede implicar para toda la provincia, o que la gente se identifique con su zona, se lo bautizó con el nombre de productos: “**La Inquisiveña**”. Juan Vera- Presidente de AIP-Inquisivi.*

Desarrollo de estrategias de comercialización

El siguiente paso dado por la organización, es ver como se puede entrar con más fuerza al mercado, a qué mercados y éstos qué tipo de productos requiere.

Para esto, se ha trabajado un Plan de Negocios, donde se ha analizado principalmente:



- Materia prima
- Costos de producción
- Precios
- Presentación
- Destino del producto, consumidores, nichos de mercado
- Calidad
- Márgenes de utilidad y otros aspectos.

“Como resultado de este ejercicio, un aspecto importante para una toma de decisión fue el análisis de los precios. Considerando que la mayor producción de AIP era entregado en la ciudad de La Paz a APISBOL a un precio de Bs. 13.00 el Kg., mientras que el frasco de 0.5 Kg. en la zona (feria

semanal de Quime) era comercializado a Bs. 10.00, entonces se PRIORIZÓ el mercado local como la plaza del producto, gestionando mejor calidad y presentación del producto (elaboración de protocolos de producción, que ha permitido la estandarización de los productos), para los consumidores locales quienes mayormente son mineros”. Simón Tapia

Presencia en ferias de productos ecológicos

Considerando la mejor calidad de los productos, se ha participado en ferias de productos ecológicos en las ciudades de La Paz y Cochabamba, donde los productos han tenido favorable aceptación, aunque los costos de movilización de los productos, no son compensados por los volúmenes de venta, sin embargo, son espacios que han permitido promocionar los productos en los centros urbanos. El mayor impacto de estas participaciones se traduce en el mercado local, pues los clientes locales se sienten más motivados a comprar productos “La Inquisiveña”, porque son productos que compiten con otros en calidad, presentación y precios.

Presencia en tiendas especializadas de productos ecológicos

Por la calidad de los productos, se ha logrado aperturar mercado en un par de tiendas especializadas que comercializan productos “La Inquisiveña” a un público exigente y selecto que busca productos naturales.

Resultados



“A la fecha, después de mucho esfuerzo, con tropiezos y avances, con buenas y malas experiencias, con éxitos y fracasos, de alguna manera podemos decir que hemos logrado posicionar en el mercado local nuestros productos con la marca “La Inquisiveña”, pues nuestros clientes leales y los que compran productos en la zona dicen: “Si no tiene etiqueta, no compro.....”. Juan Vera Villanueva-Presidente AIP-Inquisivi.