

# Caso de Exito



Tolima - Colombia

# Ponentes

---



**Gobernación  
del Tolima**

**Luz Elena Borrás Reyes**

Gobernación del Tolima



Centro de  
Productividad  
del Tolima

**Teresa Santofimio Varón**

Directora del Centro de Productividad del Tolima



**Nelson Espinosa Criollo**

Productor Piscícola - Asoagrover



Tolima - Colombia



Video - Tolima



# Piscicultura en el Tolima

# Cifras de Producción - Colombia



## PRODUCCIÓN PISCÍCOLA DE LOS PRINCIPALES DEPARTAMENTOS

DEPARTAMENTO	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011*
		<b>Toneladas</b>	
<b>Total</b>	66.301	69.962	74.159
<b>Huila</b>	<b>31.336</b>	<b>30.099</b>	<b>31.905</b>
<b>Meta</b>	<b>6.526</b>	<b>10.225</b>	<b>10.839</b>
<b>Tolima</b>	<b>3.754</b>	<b>4.452</b>	<b>4.719</b>
<b>Antioquia</b>	<b>3.599</b>	<b>3.849</b>	<b>4.079</b>
<b>Santander</b>	1.168	2.354	2.495
<b>Valle del cauca</b>	2.927	2.456	2.603
<b>Boyacá</b>	1.501	1.302	1.380
<b>Casanare</b>	1.094	1.681	1.782
<b>Córdoba</b>	982	970	1.028
<b>Cundinamarca</b>	1.454	960	1.017
<b>Otros</b>	11.300	11.614	12.311

CRECIMIENTO DEL 5,9% DEL AÑO 2010 AL 2011

# Productores Piscícolas -



Estimación del Número de Granjas Piscícolas en Colombia

Departamento	Total Acuicultores o Granjas	Granjas tipo AREL	Granjas tipo AMYPE
Huila	4,298	3,868	430
Antioquia	3,767	3,394	373
Nariño	3,550	3,230	320
Boyacá	2,746	2,285	461
Meta	1,520	1,265	255
<b>Tolima</b>	<b>1,049</b>	<b>1,003</b>	<b>46</b>
Córdoba	500	450	50
Casanare	450	400	50
Santander	400	400	0
Valle del Cauca	377	340	37
Cundinamarca	350	315	35
Sub Total	19,007	16,950	2,057
Otros Departamentos	10,491	9694	797
<b>Total</b>	<b>29,498</b>	<b>26,644</b>	<b>2,854</b>

# Alianza público privada



**Gobernación  
del Tolima**



**CPT**

Centro de  
Productividad  
del Tolima



Ministerio de Agricultura  
y Desarrollo Rural



**incoder**  
instituto colombiano  
de desarrollo rural

**AUNAP**  
Autoridad Nacional  
de Acuicultura y Pesca



Libertad y Orden

Departamento Administrativo de  
Ciencia, Tecnología e Innovación  
**Colciencias**

República de Colombia



**SENA**  
Servicio Nacional  
de Aprendizaje





# Repoblamiento - Seguridad Alimentaria



Entrega de Alevinos



# Entrega de Alevinos



# Entrega de Alevinos



Entrega de Alevinos



# Entrega de Alevinos



# Siembra de Alevinos



# Siembra de Alevinos



# Siembra de Alevinos

# Cifras de repoblamiento



CONCEPTO	AÑO	CANTIDAD/ALEVINOS/AÑO	FAMILIAS BENEFICIADAS
REPOBLAMIENTO DE ESTANQUES Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	2009	299.510	791
	2010 *	211.300	241
	2011	779.300	963
<b>TOTALES</b>		<b>1'290.110</b>	<b>1.995</b>

# Asociatividad



Fortalecimiento  
Socioempresarial

Capacitación Técnica,  
Administrativa



# Taller para construir confianzas





Taller para identificar  
líderes



# Construcción Colectiva de la visión



MISION → Somos una comunidad que busca el desarrollo y el bienestar de todos sus integrantes, a través de la gestión y ejecución de proyectos productivos a nivel agropecuario.

VISION Para el 2017 el resguardo Indígena Cocorna será reconocido como la comunidad líder de la región en la adopción, gestión y ejecución de proyectos agropecuarios; ubicando todos sus productos en los mercados más representativos a nivel Nacional

# Taller de Direccionamiento Estratégico

# Fortalecimiento Socioempresarial





# Taller de Emprendimiento



# Taller de fortalecimiento administrativo



# Taller de fortalecimiento financiero



# Taller sobre responsabilidades tributarias



Reunión para inicio de ejecución  
proyectos



Difusión de resultados

# Acompañamiento y Asistencia Técnica





Acompañamiento – Diseño e  
infraestructura



Medición de productividad



Toma de parámetros físico  
químicos



Análisis de agua



Acompañamiento técnico -  
muestreos



# Determinación de productividad-Muestreos



Acompañamiento – Proceso de alimentación

# Capacitación Administrativa





Capacitación para la Formalización  
Administrativa Contable y Financiera de las  
Asociaciones

### IMPORTANTE

Más importante que ningún otro de los deberes, luego de haberse declarado el impuesto sobre el patrimonio del FII, que se paga por el aumento del patrimonio, el contribuyente debe declarar el patrimonio que posee en el momento de declarar el impuesto, tanto el patrimonio que posee en el momento de declarar el impuesto como el patrimonio que posee en el momento de declarar el impuesto.

Los contribuyentes que declararon el impuesto, que no declararon el patrimonio, no están obligados a declarar el patrimonio que posee en el momento de declarar el impuesto, sino que solo están obligados a declarar el patrimonio que posee en el momento de declarar el impuesto.

# Capacitación en Manejo Tributario



Procedimiento tributario para solicitar  
devolución del IVA



Acompañamiento para el trámite de la  
devolución del IVA



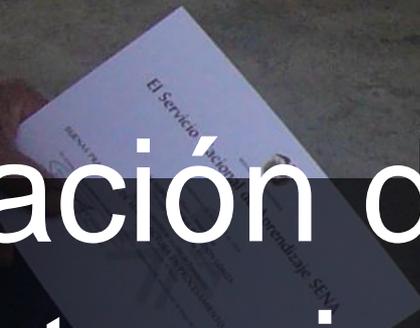
Fecha	Detalle	Debe	Haber
03	Febrero		10
11	Febrero		15
24	Febrero		15
26	Febrero		10
Marzo			
12	Febrero		20
18	Febrero		30
23	Febrero		50
30	Febrero		15
0			
Abril			
05	Febrero		30

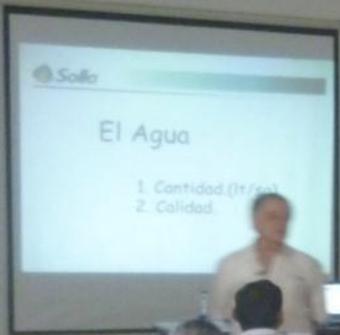
Fecha	Detalle	Debe	Haber
04	Febrero		60
22	Febrero		60
Febrero			
1	Febrero		10
7	Febrero		20
9	Febrero		20
14	Febrero		10
16	Febrero		10
25	Febrero		100
3	Marzo		20
1	Marzo		20
2	Febrero		10
7	Febrero		20
Febrero			
15	Febrero		10
16	Febrero		10
17	Febrero		20
18	Febrero		10
18	Febrero		10

# Organización Contable de la Asociaciones



# Generación de competencias





# Actualizaciones Tecnológicas

# Fortalecimiento Socioempresarial Asociaciones del Tolima



CONCEPTO	AÑO	CANTIDAD/ASOCIACIONES	CANTIDAD/MUNICIPIOS /BENEFICIADOS	FAMILIAS BENEFICIADAS	PROMEDIO/PERSONAS /FAMILIA	CANTIDAD/ PERSONAS
ASOCIACIONES FORTALECIDAS EN EL TOLIMA 2009 - 2011.	2009	18	14*	151	8	1208
	2010	34	21*	465	6	2790
	2011	19	8*	89	5	445
TOTALES		71	43*	705	4.443	

# Transferencia de Tecnología





# Giras técnicas



Giras técnicas



# Giras técnicas



Giras técnicas



# Giras técnicas



Misiones tecnológicas



Misiones tecnológicas

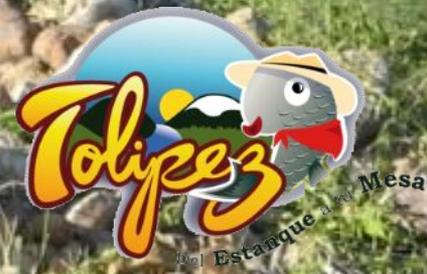


Misiones tecnológicas



# Misiones tecnológicas

20/02/05



LAGO # 1  
ALEVINAIE  
25 x 12 Mts

# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA

AREA DE  
ENGORDE

ESTANQUE 6

# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



ESTANQUE 7

# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA

A group of people in a laboratory setting. A central figure in blue scrubs is using a pipette to transfer liquid into a small vial. Other people are observing the process. The scene is brightly lit, likely by a fume hood or laboratory lights. The text "Buenas Practicas de Manufactura BPM" is overlaid on the image.

# Buenas Practicas de Manufactura BPM



# Buenas Practicas de Manufactura BPM



# Buenas Practicas de Manufactura BPM



# Buenas Practicas de Manufactura BPM



# Buenas Practicas de Manufactura BPM



# Buenas Practicas de Manufactura BPM

A white mobile processing unit, likely a trailer, is shown outdoors. The side of the unit features several logos: SAG (Servicio Agrario y Ganadero), Corpoica (Corporación Agraria del Estado), and CPT (Comité Promotor de Territorios). The unit has two axles with wheels and is parked on a grassy area. A black horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing the text "Infraestructura para el procesamiento" in white.

# Infraestructura para el procesamiento



# Transporte – Planta Móvil

SALIDA DE EMERGENCIA



Interior Planta Movil

Punto de control

Flechado

Control

Control

Control

Control

Control

Control

Interior Planta Movil



Interior Planta Movil



Interior Planta Movil



Interior Planta Movil



Interior Planta Movil



# Procesamiento





Procesamiento - Antes



Procesamiento - Antes



Procesamiento - Antes

Procesamiento - Antes



Procesamiento - Antes



Proceso de mejora





Procesamiento - Después



Procesamiento - Después



Procesamiento - Después



Procesamiento - Después



Estrategia comercial  
 departamental

# La innovación protagonista en el desarrollo de las regiones:



En el actual escenario socioeconómico, **la innovación se ha convertido en una obligación para las empresas y las regiones**, independientemente de su tamaño y de las actividades que realicen.

**Hoy se compite a través de las regiones** y estas se constituyen en las protagonistas del progreso de las naciones. Por tales motivos, los países más avanzados le están apostando a **construir regiones cuyo eje de desarrollo sea la innovación.**

# *Innovar*



Significa contar con un **proceso** que genere ideas, las analice y evalúe y **consiga transformarlas en productos, servicios o procesos que aporten valor** a las organizaciones y a sus clientes; en definitiva, un espacio que genere **ventajas competitivas sostenibles.**

# ***Región de aprendizaje***



El Tolima, *territorio* con ventajas comparativas derivadas de su ubicación y recursos disponibles, debe constituirse en **Región de aprendizaje** que potencie sus capacidades mediante ***una estrategia de desarrollo territorial basada en la innovación*** y que incremente el capital territorial a partir del reconocimiento de su historia hacia la construcción de un futuro que se fundamente en las interacciones existentes al interior y los intercambios con el exterior.

**Uno de los ejes fundamentales de dicha estrategia debe ser el mercadeo innovador de los productos.**

**Gestionar *marcas colectivas*, clave para el desarrollo de las mipymes y las regiones:**



Las marcas colectivas significan que **pequeños productores se unen y crean una sombrilla que los fortalece para comercializar sus productos con un valor agregado.**

Son **signos que distinguen características comunes** de los productos de las empresas que la utilizan: (procedencia geográfica, materias primas, modo de fabricación, calidad, vinculación con lo comunitario, sentido social y patrimonial).

# Ventajas de las marcas de colectivas:



- Imagen común de un grupo de mipymes.
- Diferencia productos por procedencia o por reunir características comunes.
- Reduce costos de desarrollo de marca, para lograr posicionamiento en el mercado con menor inversión.
- Permite estandarizar la calidad de los productos o servicios.
- Puede utilizarse en forma conjunta con marcas individuales de un empresario y con cualquier otro signo que distinga al producto.
- Garantiza un nivel de calidad en los productos que la llevan, en muchos casos superior a estándares exigidos por normas técnicas y sanitarias.
- El titular y los usuarios vigilan el cumplimiento del reglamento de uso.
- Combate la falsificación de los productos y la competencia desleal de terceros que intenten aprovecharse de la fama adquirida.
- Permite establecer una estrategia común de comercialización de los productos

**Tolipez**  
Del Estanque a tu Mesa

PRODUCTO 100% TOLIMENSE

PRODUCIDO POR:

**Asoceas**  
Familias Productoras Agrícolas del Tolima

Trucha del corregimiento de Herrera del Municipio de Rioblanco del Tolima

**TRUCHA DESHUESADA**

Alto en OMEGA 3

COSECHADO PROCESADO EMPACADO

EN MENOS DE 2 HORAS

\*Producto de alta calidad, orgullosamente tolimense, fruto de la dedicación y esfuerzo de pequeños piscicultores que trabajan día a día en aguas puras que brotan de las montañas del Corregimiento de Herrera, Municipio de Rioblanco\*.

**Tolipez**  
Filete de Tilapia

**TILAPIA**  
Contenido Nutricional

Expresado en % gr./100grs de Hielo		Expresado en mgr/100grs de Hielo	
Humedad	72.3 - 76.9	Ácido fosfórico	400 - 1200
Proteína Total	18.4 - 20.8	Ácido ascórbico	200 - 300
Cenizas	1.1 - 1.3	Sodio	100 - 200
Grasa	2.2 - 4.5	Calcio	15 - 20
		Hierro	1 - 2

Recomendaciones:  
Consumir con Hielo, mantener a 1°C.  
Mantener refrigerado y congelado en el menor tiempo posible.

**Tolipez**  
Del Estanque a tu Mesa

**Tolipez**

**Tilapia Fresca**

100% Tolimense

Producto Premium

**Tilapia Fresca**

Producto orgullosamente cultivado y procesado por los pequeños productores piscícolas del tolima.

Información, comentarios y sugerencias:  
Tel: (8) 275 1068 - tolpez@cpt.org.co  
Ibagué - Tolima

# Empaques y etiqueta – Marca Tolipez



Comercialización - Antes



Comercialización - Antes



Participación en ruedas de negocios



# Ferias Empresariales



Seminarios uso de la Marca



Divulgación de la marca



# Posicionamiento de marca Tolipez



Equipo de apoyo para impulsar la marca



Equipo de productores  
marca Tolipez



# Degustación del producto Tolipez



Cliente



Tolipez en la canasta familiar



**Valor Agregado**



Extracción de filete



Filete empacado al vacio



Proceso de transformación

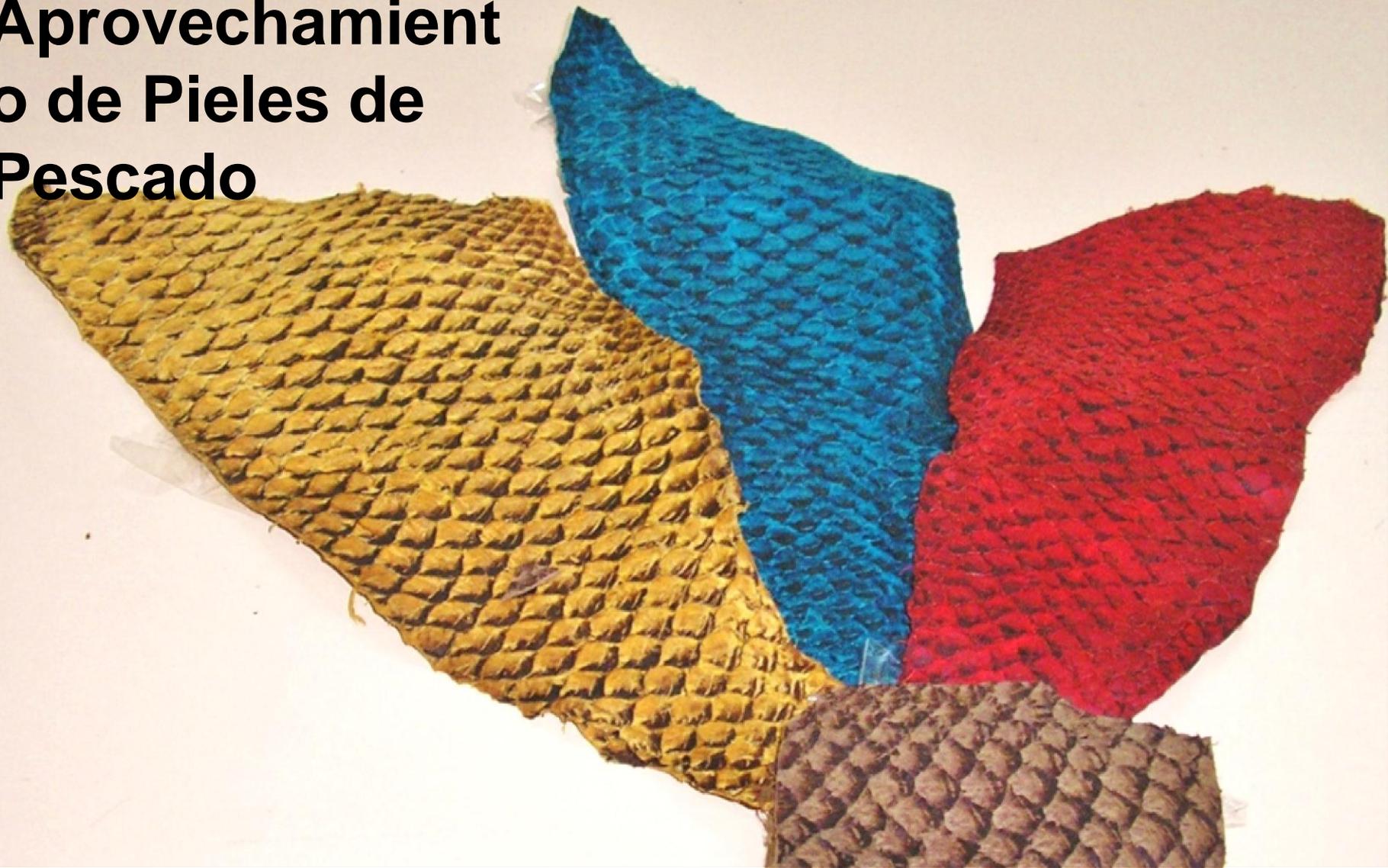


Hamburguesas de Tilapia



# Proceso de Ensilaje

# Aprovechamiento o de Pieles de Pescado



**Agregación de valor**

# Visita intercambio de Investigadores - Chile

---



Proyecto de cooperación Internacional CONICYT – COLCIENCIAS 2010



- Transferencia tecnológica en principios de curtición de pieles de pescado. .



# Fortalecimiento Asociación AMENM

---



# Fortalecimiento Asociación AMENM



**Lanzamiento de colección Faylinn vestidos de baño con apliques en piel de tilapia, en la feria Ibagué Maquila & Moda 2011**

# Mejoras en proceso de curticion de pieles

---



# Capacitación en marroquinería



## Lanzamiento de la marca **Piel Arte**



Diseño y desarrollo de nuevos productos



Primera marca Tolimense de joyería y accesorios  
En piel de pescado, producto de la  
Innovación a la Cadena Piscícola del Tolima.



# Publicidad y posicionamiento de la marca



Centro de Productividad del Tolima

Participación de **Piel Arte** en Ibagué Maquila & Moda 2012



# Publicidad y posicionamiento de la marca



Centro de  
Productividad  
del Tolima

Acompañamiento en desfile de la marca **Paloma Aguirre**





**Gobernación  
del Tolima**



**CPT**  
Centro de  
Productividad  
del Tolima

Piscicultura Tolima - Colombia

Video - Piscicultura



Centro de  
Productividad  
del Tolima

**Teresa Santofimio Varón**  
teresa.santofimio@cpt.org.co

**Luz Elena Borrás Reyes**  
luzelebo01@hotmail.com

**Nelson Espinosa Criollo**  
chaparral26@hotmail.com

**Gracias**

Calle 65 No. 20A-70 B// Ambalá. – Colombia  
Teléfonos: (57) (8) 2753840 - (57) (8) 2751068  
e-mail: [cpt@cpt.org.co](mailto:cpt@cpt.org.co)  
[www.cpt.org.co](http://www.cpt.org.co)

