

# 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



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 re poblamiento



| 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  
lideres



# 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





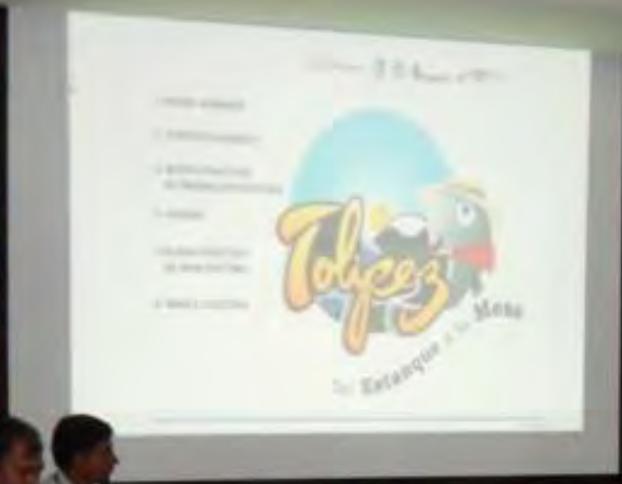
# Taller de Emprendimiento



# 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**

Una obligación es aquella que se debe cumplir, según sea el caso, por el deudor o por el acreedor. En el caso de las obligaciones tributarias, el deudor es el contribuyente y el acreedor es el Estado. Las obligaciones tributarias son aquellas que se deben cumplir por el contribuyente y que se encuentran reguladas en la Ley de Tributación Municipal.

Las obligaciones tributarias y administrativas se clasifican, según sea el caso, en obligaciones de pago y obligaciones de abstención. Las obligaciones de pago son aquellas que se deben cumplir por el contribuyente y que se encuentran reguladas en la Ley de Tributación Municipal. Las obligaciones de abstención son aquellas que se deben cumplir por el contribuyente y que se encuentran reguladas en la Ley de Tributación Municipal.



# 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    | pagando | 10   |       |
| 11    |         | 15   |       |
| 24    |         | 15   |       |
| 26    |         | 10   |       |
| Marzo |         |      |       |
| 12    | pagando | 20   |       |
| 18    | pagando | 30   |       |
| 23    | pagando | 20   |       |
| 30    | pagando | 15   |       |
| 0     |         |      |       |
| Abril |         |      |       |
| 05    | pagando | 30   |       |

| Fecha      | Detalle | Debe | Haber |
|------------|---------|------|-------|
| Enero 2011 |         |      |       |
| 25         | Detalle | 60   |       |
| 28         | Detalle | 20   |       |
| Febrero    |         |      |       |
| 2          |         | 15   |       |
| Febrero    |         |      |       |
| 7          | Detalle | 20   |       |
| 9          | Detalle | 20   |       |
| 10         | Detalle | 15   |       |
| 16         | Detalle | 15   |       |
| 25         | Detalle | 100  |       |
| 3          | Marzo   | 20   |       |
| 1          | Marzo   | 20   |       |
| 2          | Detalle | 20   |       |
| 7          | Detalle | 20   |       |
| 15         | Detalle | 20   |       |
| 16         | Detalle | 20   |       |
| 17         | Detalle | 20   |       |
| 22         | Detalle | 20   |       |
| 24         | Detalle | 20   |       |

# Organización Contable de la Asociaciones



# Generación de competencias



# Actualizaciones Tecnológicas

# Fortalecimiento Socioempresarial Asociaciones del Tolima



| CONCEPTO   | AÑO  | CANTIDAD/ASOCIACIONES | CANTIDAD/MUNICIPIOS<br>/BENEFICIADOS | FAMILIAS<br>BENEFICIADAS | PROMEDIO/PERSONAS<br>/FAMILIA | CANTIDAD/<br>PERSONAS |
|--|------|-----------------------|--------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| ASOCIACIONES<br>FORTALECIDAS<br>EN EL TOLIMA<br>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

20/05/05



LAGO #1  
ALEVINAIE  
25 x 22 M<sup>2</sup>

# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



# Buenas Practicas de Producción Acuícola BPPA



# 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, a man in blue scrubs, is focused on using a pipette to transfer liquid into a small vial. He is surrounded by other individuals, some in blue scrubs and others in white lab coats, all appearing to be engaged in a collaborative activity. The background shows laboratory equipment and a window with a grid pattern.

# Buenas Practicas de Manufactura BPM



# Buenas Practicas de Manufactura BPM



# Buenas Practicas de Manufactura BPM

A group of approximately 20 people, including men and women of various ages, are posed for a group photo outdoors. They are all wearing blue protective gowns, blue hairnets, and white face masks. One woman on the far left is wearing a white lab coat. They are standing in a field with banana plants and other greenery in the background. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

# 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 on a grassy area. The unit features several logos on its side: the SENA logo (a stylized star), the Corpoica logo (a green leaf), the logo of the Government of Cauca (a shield with a red, green, and yellow design), and the CPT logo (a yellow and green design). The unit has two axles with wheels visible at the bottom. 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

Fuente

Interior Planta Movil



Interior Planta Movil



Interior Planta Movil



Interior Planta Movil

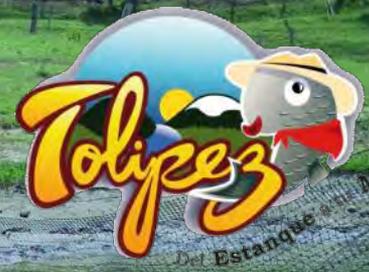


Interior Planta Movil



# Procesamiento

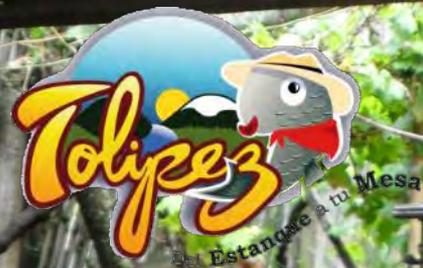




Procesamiento - Antes



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**

\*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.\*

Alto en OMEGA 3

COSECHADO PROCESADO EMPACADO

EN MENOS DE 2 HORAS

**Tolipez**  
Del Estanque a tu Mesa

Filete de Tilapia

**TILAPIA**  
Contenido Nutricional

| Expresado en % gr./100grs de Hielo |             | Expresado en mgr/100grs de Hielo |            |
|------------------------------------|-------------|----------------------------------|------------|
| Humedad                            | 72.3 - 76.9 | Ácido fosforico                  | 400 - 1200 |
| Proteína Total                     | 18.4 - 20.8 | Ácido Salicilico                 | 200 - 300  |
| Cenizas                            | 1.1 - 1.3   | Saluro                           | 100 - 200  |
| Grasa                              | 2.2 - 4.5   | Calcio                           | 15 - 20    |
|                                    |             | Fierro                           | 1 - 2      |

Recomendaciones de Consumo  
Consumir como filete, salado o a la plancha.  
Refrigerar a 4°C.  
No consumir si el producto muestra signos de deterioro o rancidez.

**Tolipez**  
Del Estanque a tu Mesa

**Tolipez**  
Del Estanque a tu Mesa

**Tilapia Fresca**

100% Tolimense

**Tolipez**  
Del Estanque a tu Mesa

Producto Premium

**Tilapia Fresca**

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

**Tolipez**  
Del Estanque a tu Mesa

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

# Empaques y etiqueta – Marca Tolipez



Comercialización - Antes



Comercialización - Antes



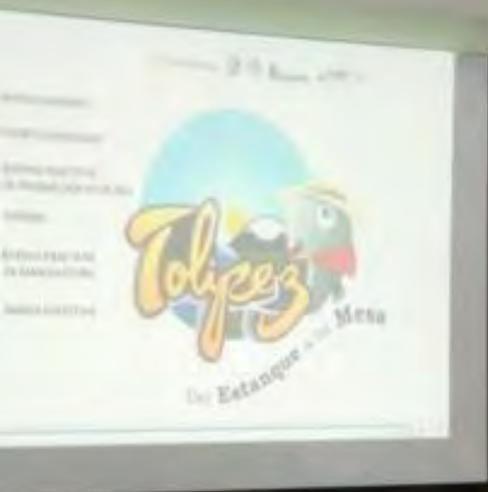
# Participación en ruedas de negocios



# Ferias Empresariales



Seminarios uso de la Marca



Divulgación de la marca



# Posicionamiento de marca Tolipez



Del Estanque a tu Mesa

Tolipez  
Del Estanque a tu Mesa  
Búsquelo hoy!

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

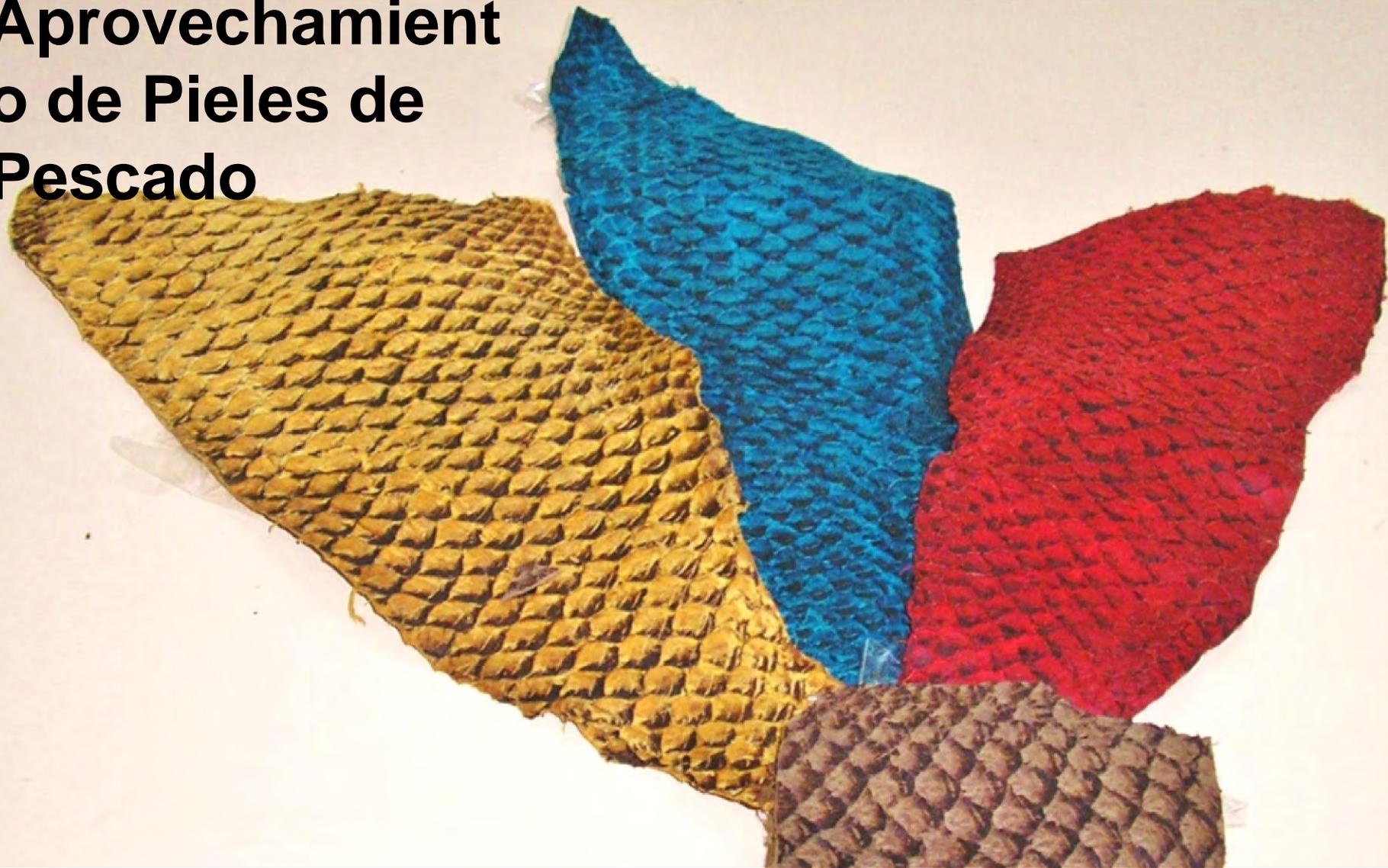


# Hamburguesas de Tilapia



# Proceso de Ensilaje

# Aprovechamiento de Piel 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



**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



# Estrategia de mercadeo y comercialización



Centro de Productividad del Tolima

## 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**



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)

