

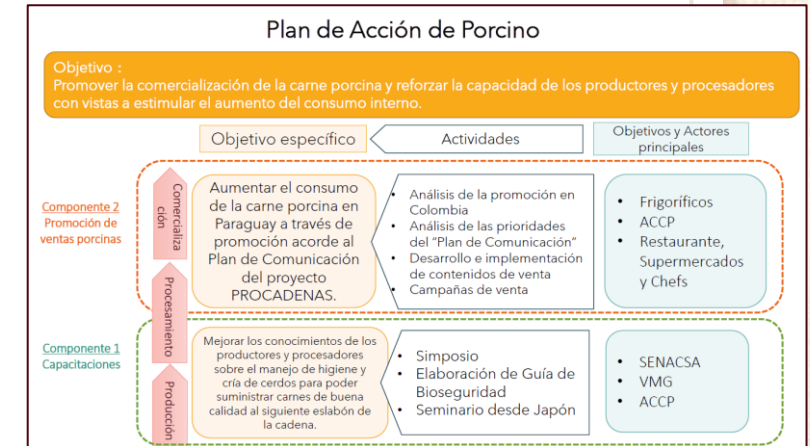
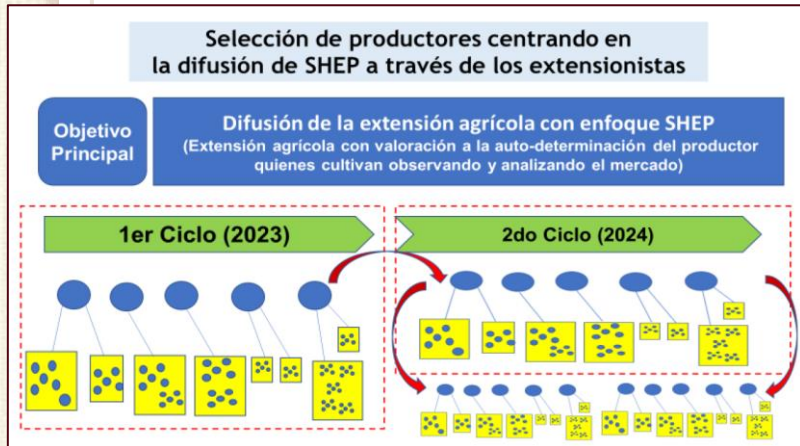


Boletín del Proyecto del Fortalecimiento de la Cadena de Valor Agropecuaria

Octubre – Diciembre de 2022

Resumen de las actividades

- El 19 de octubre se celebró la reunión de Equipo del Proyecto en la cual presentaron los Planes de Acción de 3 rubros por cada Grupo de Trabajo (GT).
- Se iniciaron las actividades de cada proyecto piloto, en particular la formación.



- Reunión del Equipo del Proyecto



Actividades en GT Tomate

- Formación de SHEP para extensionistas de MAG-DEAg

- Se realizó la formación de SHEP para unos 20 extensionistas de MAG-DEAg en Caaguazú, en la cual los 7 ex-becarios del curso JICA actuaron como formadores.
- Después de la formación, se intentó identificar a los grupos de agricultores interesados en el proyecto utilizando el formulario de aplicación.
- Tras la discusión con MAG y FECOPROD, se acordó comenzar las actividades del 1er ciclo con los 2 grupos de agricultores apoyados por FECOPROD.
- Se celebraron varias reuniones de GT

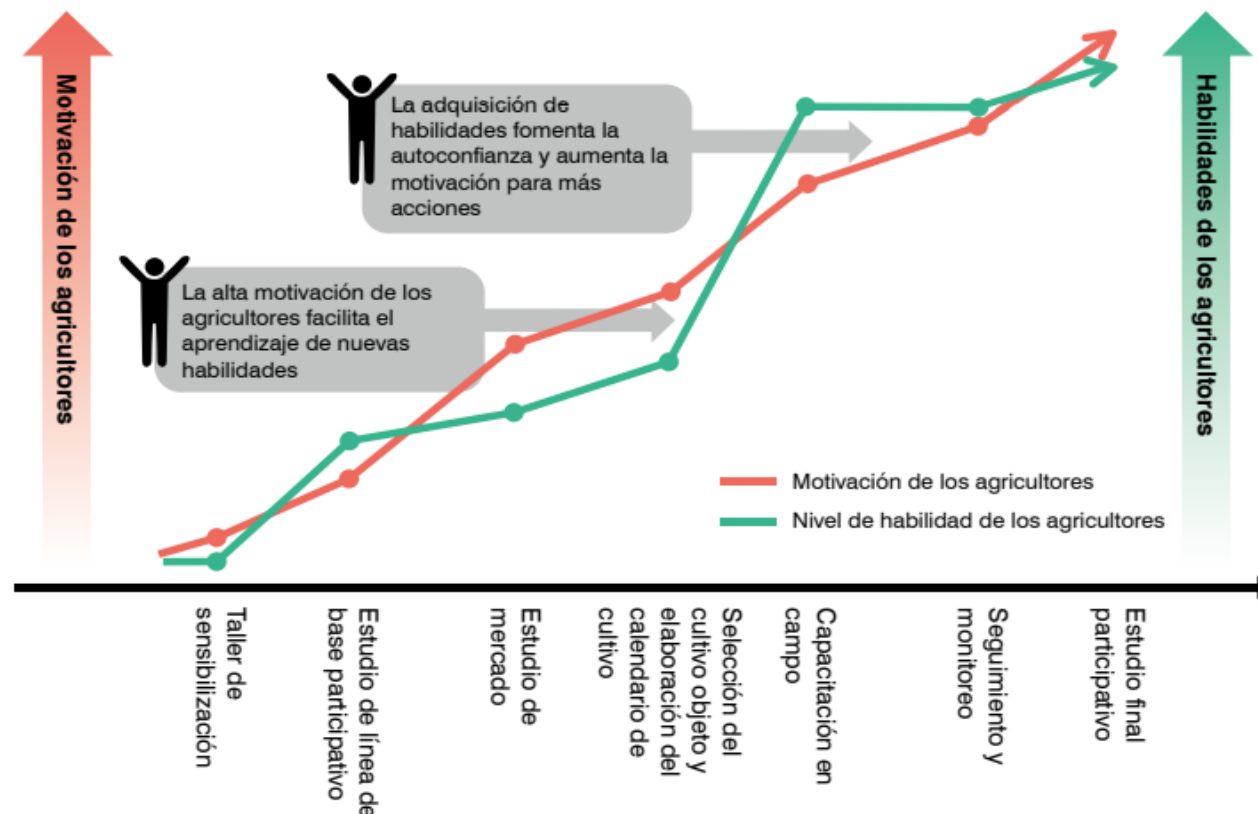




¿Qué es SHEP?

SHEP es un enfoque para que los productores puedan producir y vender hortalizas como **emprendedor**. La clave es conocer a sus clientes y demandas, y ajustar la variedad y la calidad de su producto a ellos, y obtener otras medidas de negocio para satisfacer a sus compradores y consumidores finales. Productores realizan sondeos de mercado por su cuenta, analizan los resultados, y toman acciones con el acompañamiento de los extensionistas.

El SHEP da importancia a que los agricultores estén motivados a las oportunidades de participar al mercado para que aprendan y adquieran nuevas habilidades. En el SHEP se considera que la serie de actividades con los productores sean actividades que combinen el aumento de la motivación y el desarrollo de las habilidades de una forma intercalada.



Más información

https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/shep/sp_shep.html

Fuente: Manual de SHEP para extensionista / JICA

Actividades en GT Yerba mate

- Se realizó un taller para identificar visiones y desafíos de las 4 asociaciones de productores.
- En el taller se elaboraron las estrategias y plan de acción para reforzar la CV en cada organización mediante el método del análisis FODA Cruzado. A continuación se impartirá una serie de formación basada en estas estrategias.
- Se celebraron varias reuniones de GT

● Taller con las asociaciones de productores



Coop. Jhechapyra



Asoc. Mayor Otaño



Asoc. Oñoirú



Coop. CITRICOOP

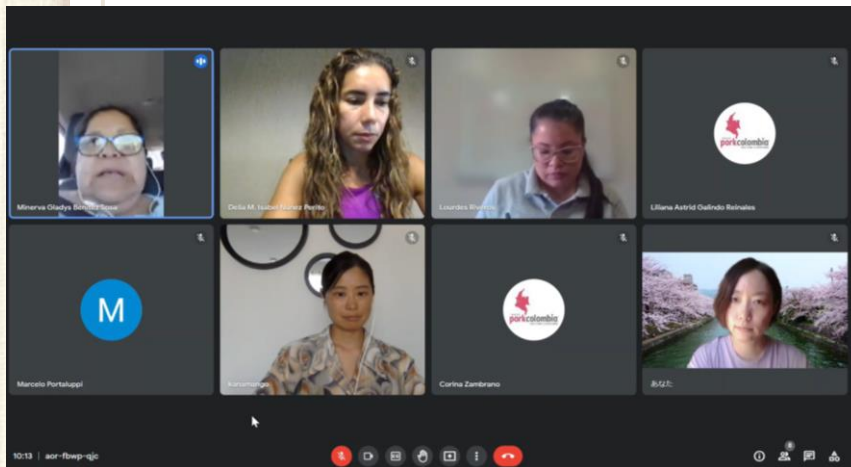
Actividades en GT Porcino

- Se socializó el proyecto piloto porcino con la Mesa de Competitividad de la Cadena Porcina.
- Se han obtenido “Plan de Comunicación” elaborado por PROCADENAS y se está revisando su contenido.
- Se realizó un seminario (en línea) de la promoción de Pork Colombia.
- Se celebraron varias reuniones de GT

- Mesa de Competitividad de la Cadena Porcina



- Seminario con Pork Colombia



Festival de la Carne de Cerdo | Pilares de Acción

Digital	Medios	Branding y Activaciones
 Publicaciones en RRSS con llamado a RRSS de las marcas durante todo el evento. Actividades que permitan estimular la acción de compra.	 Soporte en medios ATL (TV Abierta, Radios, Prensa) y Pauta Digital. Invitando a participar en el Festival Porkcolombia durante todo el mes.	 Branding en puntos de venta y restaurantes con piezas gráficas como banderines, cenefas, afiches y actividades de impulso.

Campaña de Publicidad

Campaña desarrollada por pilares fundamentales de la “Escalera Estratégica de Comunicación” resaltando el campo de la cotidianidad, bienestar, personalidad y carne recomendada.

Refuerzo a la **Frecuencia** principalmente en TV Abierta (Nacional) como **Sombrilla de Comunicación**

Mix en ejes de **Frecuencia** y **Penetración** ponderado dentro de cada una de las **zonas**, partiendo de su necesidad y estricta **segmentación** de medios.

Desarrollo Creativo Campaña



A continuación...



- Se prevé celebrar la reunión de CCC (Comité Coordinación Conjunta) hacia finales de febrero 2023
- GT Tomate organizará la reunión de socialización de Enfoque SHEP con los 2 grupos de productores.
- GT Yerba Mate preparará el programa de capacitación para las 4 asociaciones de productores en base a resultado del taller.
- GT Porcino analizará y priorizará el contenido de “Plan de Comunicación”.

