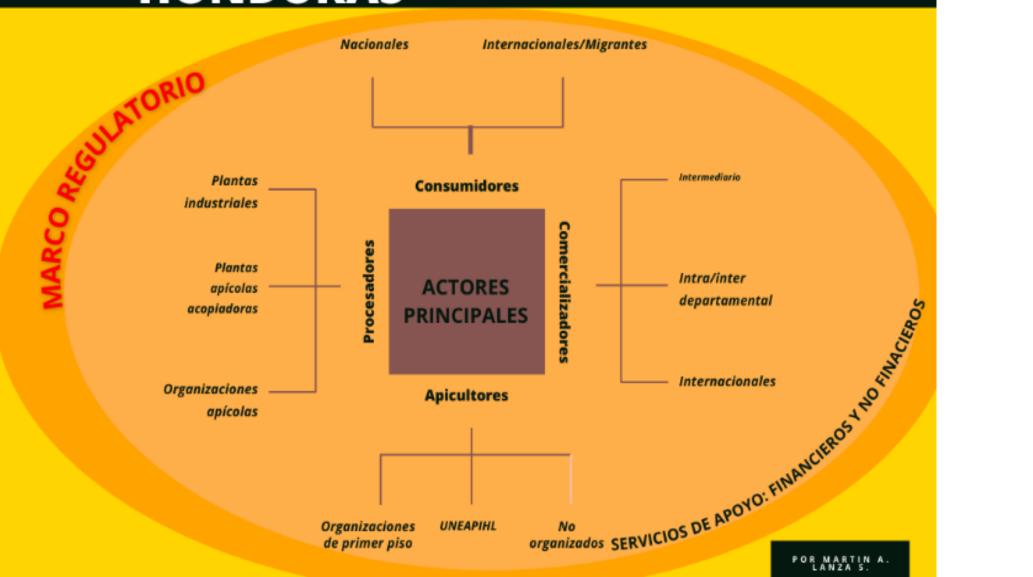
UNEAPIHL

UNION DE EMPRESAS APICOLAS DE HONDURAS LIMITADA

CADENA APICOLA DE HONDURAS

EL ENFOQUE DE CADENA AGROALIMENTARIA/VALOR CON INCLUSION SOCIAL Y RESILIENCIA FRENTE A LA PANDEMIA COVID-19 Y CAMBIO CLIMATICO, IDENTIFICA LOS DIFERENTES ACTORES QUE PARTICIPAN Y LOS ROLES QUE ELLOS REALIZAN EN RELACIONES DE NEGOCIO JUSTAS, REDUCIENDO LAS BRECHAS DE LA INEQUIDAD DE GENERO Y ECONOMICAS



¿Que es UNEAPIHL?

Es una organización de Segundo Nivel, que agrupa organizaciones de diferente índole, reconocidas y que se dedican a la promoción y producción de la Apicultura Nacional.

Su finalidad es agremiar a la mayoría de los apicultores hondureños, mediante organizaciones base, para incidir en las políticas públicas, normativas, reglamentación, cooperación, financiamiento y asesoría técnica, que afectan directa o indirectamente al rubro apícola.

Miembros de UNEAPIHL

- COAPHIL Comayagua
- COAPICH Choluteca
- GASANCRIL Choluteca
- ESMATRO El Paraiso
- > APISEL El Paraiso
- COMIXAMIEL El Paraiso
- COSAGUAL Lempira
- > EMSEMOL Lempira
- APICOL Santa Bárbara

- MIEL CAPUCAS Copán
- APICOR Copán
- EMDECO Copán
- COOPERATIVA FLOR DEL PINO (18 mujeres) – Ocotepeque
- ESMASAF Ocotepeque
- ❖ APASALL Ocotepeque
- APROMIEL Francisco Morazán

Estructura de Gobierno UNEAPIHL

Junta Directiva

Presidente COAPIHL

► Vicepresidente: APISELL

Secretario: COAPICH

Tesorero: COSAGUAL

▶ Vocal 1: APICOL

Junta Fiscalizadora

Presidente: APROMIEL

Secretaria GASANCRIL

► Vocal 1: Miel CAPUCAS



MISION Y VISION

Misión

Mejorar la vida de los apicultores hondureños, mediante el fomento de la actividad apícola sostenible a través del incremento de la productividad, adopción de tecnologías, inclusión y equidad social, resiliencia a la pandemia COVID-19 y el Cambio Climático.

Visión

Convertirnos en la organización de segundo grado líder en la región centroamericana en los próximos 10 años, que ayuda a las organizaciones bases apícolas para lograr el máximo potencial del sector apícola hondureño.

VALORES ORGANIZACIONALES

Honestidad

Desarrollo humano

Sustentabilidad

Integridad

Enfoque

Trabajo en equipo

Unión

Calidad

Compromiso ambiental

Innovación

Respeto



Objetivos Estratégicos

Cooperación

Lograr mayor reconocimiento de la organización para ser parte de programas y proyectos apícolas.

Mercadeo

Posicionar entre los consumidores nacionales los productos apícolas de marcas nacionales, mediante una lógica de mercadeo.

Objetivos Estratégicos

Competitividad

Desarrollar un clima de negocios propositivo, mediante la implementación de las Buenas Prácticas de Negocios.

Formación

Participar en la actualización/elaboración de currículas de formación para los niveles: productor y técnicos apícolas.

ESTADISTICAS ACTUALES

- 631 Socios
 - 494 hombres
 - 137 mujeres
- **21,620** colmenas
- **233.4** Ton. de miel.
- Polen ???
- Cera ???
- Propoleo ???



ANALISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Integración de los actores al enfoque de cadena	1. Lento apropiación de la cultura empresarial de los beneficiarios
2. Existen estructuras organizacionales en todo el país	(producción)
3. Actividad de baja inversión (producción y servicios de apoyo)	Servicios de asistencia técnica y capacitación poco desarrollados y
4. Costos de producción bajos (producción)	consolidados (servicios de apoyo)
5. Potencial apícola (producción)	3. Falta de divulgación de la investigación (servicios de apoyo)
6. Hay diferenciación de la producción (producción y servicios de apoyo)	4. Bajos volúmenes de producción (producción y servicios de apoyo)
7. Apicultores mayoritariamente identificados y organizados	5. Bajo número de colmenas por productor (producción y servicios de
8. Caracterización de zonas de producción (producción y servicios de	ароуо)
apoyo)	6. Bajo nivel de adopción tecnológica a nivel de producción y
9. Se cuenta con un sistema de calidad especializado en el sector (toda la	
cadena)	7. Altos costos en las transacciones a lo largo de la cadena
10. Hay disponibilidad de insumos (producción y servicios de apoyo)	8. Falta de incidencia política por parte de los productores apícolas
11. Recurso humano capacitado (producción)	9. Las organizaciones apícolas no se han cohesionado (producción)
12. Participación de jóvenes y mujeres en el bloque actores principales	10. No se ha implementado el sistema nacional de calidad apícola
13. Organización de segundo piso	(toda la cadena)
	11. Alto número de los productores apícolas son mayores de 30 años
	(el 10.34% son de la tercera edad)
	12. No se hace uso de la infraestructura de diagnóstico de calidad y
	enfermedades (servicios de apoyo)
	13. Falta de interés de los productores (producción)
	14. En diferentes entes gubernamentales no están en agenda acciones
	y no se dispone de presupuesto para apoyar al sector apícola (marco
	regulatorio)
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Apoyo de la cooperación internacional y nacional (servicios de apoyo)	Falta de coordinación de diferentes dependencias de la SAG para
2. Alta demanda de productos apícolas por la pandemia COVID-19	apoyar al sector apícola
(comercialización)	Importación excesiva de productos (50% de los productos
3. Certificaciones disponibles como orgánicos y comercio justo (toda la	comercializados son importados)
cadena)	3. Cambio climático (producción y servicios de apoyo)
4. Nichos de mercado no explotados (comercialización)	4. Falta de financiamiento (servicios de apoyo)
5. Ferias y eventos son oportunidad para exponer productos	5. Bajo consumo per cápita de los productos apícolas
hondureños	(comercialización)
6. Medios de comunicación disponibles (para crear conciencia sobre la	No hay disponibilidad de financiamiento orientado al sector
apicultura)	(servicios de apoyo)
7. Universidades con carreras que pueden hacer investigación (servicios	7. Consumidores faltos de conocimientos (comercialización)
de apoyo)	The second secon
8. El Internet y las redes sociales como canales de comercialización	
The state of the s	

Estrategia FO

• Gestionar cooperación técnica y financiera, mediante el mapeo de actores por región.

 Incrementar el consumo de los productos apícolas.

Reducir los costos de producción.

Estrategia FA

• Institucionalizar la agenda para el desarrollo integral y sostenible de la actividad apícola.

 Incidir en el diseño de un producto financiero con medidas de mitigación y adaptación al Cambio Climático orientado a proteger la producción nacional.

 Posicionar las marcas de los productos apícolas hondureños

Estrategia DO

 Implementar un programa de formación apícola, organizacional y empresarial/mercado.

 Fomentar la adopción de tecnologías para reducir los costos delas transacciones en la cadena

Estrategia DA

• Implementación de un programa de formación empresarial, organizacional y apícola.

• Mejorar el clima de negocios a lo largo de la Cadena

Muchas Gracias!

