



Trabajando con responsabilidad social, empresarial y ambiental



INFORME DE ACTIVIDADES

Programa de Encadenamientos Empresariales



Las PYMES Rurales generan empleos e ingresos, contribuyen al crecimiento de las exportaciones y a la reducción de pobreza.



Guatemala, Marzo de 2011

INFORME DE ACTIVIDADES AGRITRADE 2011

Programa de Encadenamientos Empresariales

1. INTRODUCCION

El Programa de Encadenamientos Empresariales de AGEXPORT tiene como objetivo principal, la generación de empleo e ingresos en comunidades en condiciones de pobreza de Guatemala por medio de la creación de negocios exitosos basados en la asistencia técnica especializada, inteligencia de mercados, promoción comercial, capacitación e innovación tecnológica, una visión de manejo sostenible de los recursos naturales.



Es por ello, que en dentro del marco del componente de inteligencia de mercados y promoción comercial, este año el PEE participó en la XV edición de la Feria Agrícola internacional más importante de Centro América AGRITRADE 2011, llevada a cabo el 17 y 18 de marzo del presente año, en el Hotel Casa Santo Domingo. Este es un evento diseñado para promover la competitividad del sector agrícola de la región centroamericana.

La plataforma de AGRITRADE realiza actividades durante dos años consecutivos, culminando con la Feria Agrícola que tiene como fin que se concreten los negocios y el trabajo realizado durante dos años. Durante el 2010-2011 la Plataforma AGRITRADE realizó las siguientes actividades:

Actividades Realizadas a través de la plataforma de AGRITRADE	Misiones comerciales: Misión Comercial a El Salvador 2011 Ferias nacionales: AGRITRADE (17 y 18 de marzo 2011) Ferias internacionales: Fruit Logística (Berlín, Alemania – Feb 2011) CPMA (Montreal, Canadá – Abril 2011) PMA (Georgia, EEUU- Octubre 2011)
Encuentros Agrícolas en diferentes departamentos de Guatemala:	<ul style="list-style-type: none"> • Quetzaltenango / Marzo 2011: Este encuentro agrícola fue organizado por el PEE en alianza con otras organizaciones de gobierno y cooperación. En el evento participaron más de 200 personas provenientes de empresas privadas, organizaciones comunitarias, proveedores. • Sacatepéquez/ 17 y 18 de Marzo 2011 (Dentro del marco AGRITRADE). • Cobán / Mayo 2011 • Chiquimula/ Julio 2011 • Quiché/ Septiembre 2011
Resultados alcanzados en Encuentros realizados	<ul style="list-style-type: none"> • Más de 130 Asociaciones Productores Participantes • 1,700 Productores Capacitados • Más de 325 Citas entre Productores y Exportadores



Inauguración del Encuentro Agrícola en Quetzaltenango, Marzo 2011



Stands en Encuentro Agrícola en Quetzaltenango, Marzo 2011

2. DESCRIPCION DE LA FERIA

AGRITRADE es una plataforma que impulsa el desarrollo agrícola y el incremento de las exportaciones, generando negocios, empleo y crecimiento económico mediante el acceso a mercados e incremento de la oferta exportable cumpliendo con estándares internacionales y el acceso a mercados de exportación de productos del sector agrícola, producidos bajo altos estándares de inocuidad y calidad mundial, convirtiendo la oferta exportadora de Guatemala una oportunidad de negocios para compradores e inversionistas internacionales.

AGRITRADE se llevo a cabo los días 17 y 18 de Marzo en el Hotel Casa Santo Domingo en Antigua Guatemala, algunos datos importantes de esta feria son:

Área de exhibición:	2,000mts
No. de Stands	110 Stands
Productos de Exhibición	<p><u>Sector de Vegetales:</u> Arveja china, arveja dulce, ejote francés, mini vegetales, brócoli, espárragos, coliflor, okra, tomate, chile pimiento, elote dulce, cebollín, col de brúcelas, zanahoria, semillas.</p> <p><u>Sector de Frutas:</u> Melón, mango, piña, mora, papaya, sandía, aguacate, limón persa y rambután.</p> <p><u>Sector de Productos Diferenciados:</u> Especies, cafés diferenciados, productos ecológicos, miel de abeja, cardamomo, ajonjolí, macadamia, cacao, vainilla y plantas medicinales.</p> <p><u>Sector de Plantas Ornamentales, Follajes y Flores:</u> Pony tail, Yuca, scheffleras, rosas, leather leaf, dracaenas, tillandsias, xate, treefern, sansevieria.</p>
Mercados Objetivo	México, Centroamérica, Sur América, Estados Unidos, Europa, El Caribe
Tipo de participantes	<p>Compradores Importadores (cadenas de supermercados, mayoristas, importadores, distribuidores, brokers)</p> <p>Empresas de Servicios: agro-servicios, transporte y empaque</p> <p>Sector público: MAGA, MINECO, PRORURAL, PACIT, INGUAT, FONAGRO, etc.</p> <p>Organismos Internacionales: AID, GTZ, UE, CONCYT, Embajadas, Consulados, etc.</p>

3. OBJETIVOS DE LA PARTICIPACION

Dar a conocer a las PYMES rurales que apoya el PEE la importancia de estar actualizados con los avances tecnológicos del sector agrícola, conocer otros métodos de procesamiento de los productos, presentaciones y empaque final de los productos, así como promover la disminución de intermediarios en el canal de comercialización y lograr concretar negocios directamente con los compradores nacionales e internacionales.



Empresarios guatemaltecos exhibieron una oferta variada de productos y servicios relacionados al sector forestal

4. PARTICIPANTES

Con el apoyo de los donantes internacionales DANIDA, FIDA y USAID, a través del Programa de Encadenamientos Empresariales se financió la participación de 15 personas representando a 13 PYMES, entre ellas: LAS CANOAS, ADINSE, ADIP, AIDA, ASDEAGROFANSI, CINASEM, ADIES, ASOMAM, SAN BARTOLO, TECUN UMAN, TXEJOJ, ADINA, COOP. NUEVA ESPERANZA apoyadas con financiamiento de USAID y que cuentan con oferta productiva de vegetales y hortalizas principalmente.

Con apoyo del Programa Regional de Medio Ambiente –PREMACA- de la Embajada Real de Dinamarca, se financió la participación de 23 personas representando a 09 PYMES entre ellas: Cooperativa CHIRREPEC, Nueva Alianza, ACODIHUE, ASOFLORSA, Consorcio Tukurú, ABVA, APRORECH, Asociación Visión Maya y Cooperativa de Mujeres de Cuatro Pinos.

Gracias al apoyo del FIDA y su Programa de Acceso a Mercados –PROMERCADOS- se pudo financiar la participación de 31 representantes de organizaciones e instituciones centroamericanas provenientes de Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador, entre ellas: PROMECOM, PREMODER, IDR, PRODEVER, FIDA OCCIDENTE, entre otros.



Durante la feria, fue filmado un video con las experiencias de los líderes de las pymes

En total, el PEE acompañó la participación de 69 personas y de más de 28 PYMES de productores e instituciones ejecutoras de programas de desarrollo rural a nivel nacional y a nivel centroamericano.¹

Seis PYMES productoras de hortalizas y vegetales, hongos ostra, Té Orgánico, Macadamia Orgánica y Café expusieron sus productos y sostuvieron reuniones con compradores internacionales.



Mujeres exhibieron su oferta de Hongos Ostra



Compradores internacionales mostraron interés en los productos de las PYMES



Los líderes tuvieron la oportunidad de recorrer los stands de la feria



Líderes centroamericanos participaron activamente en la feria

¹ Ver ANEXOS. Se adjuntan listados de participantes.

5. ACTIVIDADES REALIZADAS

TALLER “TIPS PARA PARTICIPAR EN FERIAS”

Día: miércoles 16 de marzo

Lugar: Hotel Soleil, Antigua Guatemala

Hora: 18:00 horas

El PEE en alianza con la Escuela de Comercio Exterior de AGEXPORT impartió a los líderes de las PYMES e instituciones participantes con financiamiento de USAID, DANIDA y FIDA el Taller “Tips para participar en Ferias” el cual fue realizado un día antes de iniciar la participación con el propósito de que los participantes pudieran aprovechar de mejor manera su participación y aprovechar el evento, no solo como una forma para promocionar sus productos, sino también para analizar a sus competidores y conocer las nuevas tecnologías que pudieran ser replicadas en sus áreas de producción.

La siguiente ficha técnica muestra lo más relevante de esta actividad:

Conferencia	COMO PARTICIPAR EN UNA FERIA - Tips para las pequeñas y medianas empresas.
Conferencista	Lic. Julio Orozco, Gerente General del PACIT
Objetivos	Dar a conocer las cosas que se deben tomar en cuenta para una efectiva participación en ferias
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué preguntas nos debemos hacer antes de asistir a una feria • ¿Quién debe atender un stand en una feria? • Principales ferias a nivel nacional e internacional? • Etapas en la organización / planificación de una feria • Ruedas de negocios o “workshops” • ¿Quién debe participar en una rueda de negocios • ¿Qué cualidades y características debe tener quien representa a la empresa en una feria o rueda de negocios?
Datos relevantes	<p>Una feria no es para ir a firmar contratos de compra-venta, a menos que la negociación se haya iniciado con anticipación.</p> <p>Antes de la feria: Las ferias deben verse como oportunidad para realizar contactos e iniciar negociaciones para futuros acuerdos o para reafirmar relaciones con clientes ya existentes.</p> <p>Antes de participar en una feria, la empresa debe prepararse en la creación y desarrollo de la imagen que quiere proyectar, presentación de novedades y cambios, ofrecer información general, envío de muestras y todo lo necesario para garantizar que su participación sea un éxito.</p>

	<p>Durante la feria: La feria también debe ser un espacio para hacer un análisis del mercado, no solo con posibles clientes, sino también con proveedores, con posibles empresas que son competencia y búsqueda de nuevas tecnologías e insumos para el negocio.</p> <p>Después de la feria: Es importante que al regresar de una feria, se haga un informe detallando las citas de negocios sostenidas y se de el seguimiento para concretar negocios o para posibles alianzas. Si no se realiza un trabajo post-feria, la participación en la misma no valdría la pena.</p>
<p>Conclusiones</p>	<p>Es importante que las personas que participen en la feria, tengan las habilidades y el tiempo suficiente para prepararse de la mejor manera previa, aprovechar al máximo su participación en el evento y dar seguimiento posterior a la feria para garantizar el éxito de la participación.</p>

SEMINARIOS Y CONFERENCIAS DURANTE LA AGRITRADE



Líderes de las PYMES participaron activamente en las conferencias realizadas durante la feria.

Con el objetivo de que las PYMES participantes pudieran enriquecer sus conocimientos con información relacionada al sector agroindustrial de primera mano de expertos internacionales reconocidos, durante los dos días los líderes pudieron participar en varias conferencias en las que fueron abordados diferentes temas de actualidad con el fin de mejorar la competitividad y productividad del sector agrícola.

Las presentaciones de cada conferencia, se encuentran subidas en la página web: <http://www.agritradecentralamerica.org/>

En la AGRITRADE se desarrollaron más de doce Conferencias, según el siguiente programa:



agitrade
Growing business together
Expo & Conference 2011 • Antigua Guatemala

17-18

Marzo • 2011

Hotel Casa Santo Domingo
ANTIGUA GUATEMALA

PROGRAMA DE CONFERENCIAS Y SEMINARIOS

Paquete	Socios	No Socios
2 días	Q 2,000.00	Q 2,350.00
1 día	Q 1,300.00	Q 1,550.00

- Piso de Exhibición
- Rueda de Negocios
- Networking
- Conferencias
- Plan Turístico Opcional



AGEXPORT
Asociación Guatemalteca de Exportadores

Información y Venta
(502) 2422-3559
agitrade.sales@agexport.org.gt

(502) 2422-3527
agitrade.sales2@agexport.org.gt

JUEVES 17 DE MARZO

HORARIO	SALÓN ATRIO 1	SALÓN ATRIO 2
9:00 a 10:30 hrs.	Oportunidades para Diversificar la Oferta Exportable de Guatemala Ricardo Frohmader / Consultor Internacional Bill Gerlach / Melissa's World Variety Produce, Inc. Patrocinado por Puerto Everglades	Tendencias y Oportunidades en el Mercado Mundial para los Productos Ecológicos y Amigables, Comercio Justo y Certificaciones Especiales Kieran Durnien / FLO, C.A. Patrocinado por AL INVEST
10:30 a 11:00 hrs.	Coffe Break - Patrocinado por "AIMAR, S.A."	
11:00 a 12:30 hrs.	Tendencias del Mercado Mundial para el Sector de Frescos y Congelados Felipe Pérez / PMA's, C.A. Reynaldo Avendaño / IMEX AGRO, Inc. Patrocinado por Bunge	Éxito de Perú en las Exportaciones Agrícolas, un Modelo a Seguir José Bringas / Exotic Foods, S.A.C. Alejandra Díaz / IICA. Patrocinado por Kühne+Nagel
12:30 a 13:00 hrs.	La Agricultura Protegida en Guatemala y su Potencial (Salón Atrio 1) Dr. Merle Jensen / ANAPI. Patrocinado por ANAPI y Agropecuaria Popoyán	

VIERNES 18 DE MARZO

HORARIO	SALÓN ATRIO 1	SALÓN ATRIO 2
8:30 a 10:00 hrs.	La Nueva Empresarialidad Rural, Retos y Perspectivas Ing. Tulio García / Director Cooperativa Cuatro Pinos, Lic. Iván Buitrón / Gerente Desarrollo AGEXPORT. Otros Invitados Especiales. Patrocinado por Programa de Encadenamientos	Experiencia de un Wholesaler en la Compra y Distribución de Productos Agrícolas Frescos Provenientes de Guatemala, Perú, Chile y otros. Bill Gerlach Melissa's World Variety Produce, Inc.
10:00 a 10:30 hrs.	Coffe Break - Patrocinado por "The Perishable Specialist Inc."	
10:30 a 12:30 hrs.	Reduciendo los Riesgos en la Producción para la Exportación (Salón Atrio 1) Ing. Juan Ignacio Suárez / Bayer. Patrocinado por Bayer	
10:30 a 12:00 hrs.	Regulación para Productos Alimenticios Agrícolas (frescos, procesados, congelados, etc.) de Exportación a Estados Unidos (Salón Atrio 2) Edmundo García Jr. / FDA.	
12:00 a 13:00 hrs.	Reduciendo los Riesgos Comerciales en la Exportación "Ley Paca" (Salón Atrio 2) Craig Stokes / Stokes Law Office, LLP. Patrocinado por Puerto de Everglades	
14:30 a 15:00 hrs.	Cobertura del Riesgo Crediticio en las Exportaciones de Productos y/o Servicios Mediante Operaciones de Factoring (Salón Atrio 1) Carlos Harding / Factor Brokers. Patrocinado por Factor Brokers	
15:00 a 15:30 hrs.	Cajas de Cartón Corrugado, con Impacto Mercadológico en la Exportación de Productos Percederos (Salón Atrio 2) Leo Braun Yarhi / Sigma Q. Patrocinado por Sigma Q	

www.agitradecentralamerica.org

A continuación se presenta una ficha técnica sobre los principales temas abordados en cada una de las conferencias y algunos datos relevantes que fueron mencionados por los conferencistas.



Tendencias y Oportunidades en el Mercado Mundial para los Productos Ecológicos y Amigables, Comercio Justo y Certificaciones Especiales

Conferencista	Kieran Durnien / FLO, C.A., Ria Stout / Rainforest Alliance, Enrique Abril-UTZ CAFÉ
Objetivo	Dar a conocer las alternativas comerciales en el mercado mundial para los productos diferenciados y la metodología para la certificación correspondiente
Contenido	Tendencias Internacionales hacia productos certificados Tipo de certificaciones enfocadas al sector forestal con más reconocimiento Casos de éxito de certificaciones
Datos relevantes	<p>Certificación FAIRTRADE: FAIRTRADE es una organización internacional que tiene como objetivo combatir la pobreza a través de fomentar el comercio justo y el empoderamiento de los pequeños productores en la actividad.</p> <p>Los productos que son certificados bajo el sello FLO-CERT garantizan que han sido producidos y comercializados según los estándares internacionales del comercio justo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Que se ha pagado un precio de compra que permite un nivel de vida decente a los productores Es un producto de calidad Existe un proceso de perfecta trazabilidad Se garantiza una mejora de las condiciones de trabajo y de vida de los productores <p>La estrategia global de FAIRTRADE enfoca su trabajo en dos ejes principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comercialización de productos a un precio justo, con margen de ganancia

	<p>mayor o igual a los costos de producción.</p> <ol style="list-style-type: none">2. Asegurar el retorno de la rentabilidad de los productos que se comercializan bajo estándares de FAIRTRADE que se basan en: Pre financiamiento, Contratos, garantizar los derechos laborales, buenas prácticas ambientales, democracia. <p>Para poder vender productos de comercio justo, los productores se comprometen a:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Formar una organización democrática: Los beneficiarios del comercio justo deben ser pequeños productores en pobreza organizados de forma democrática con participación activa de todos sus miembros, sin discriminaciones.2. La organización tiene que gestionar de manera transparente los beneficios del comercio justo en beneficio del desarrollo sostenible de la comunidad.3. Deben garantizarse actividades de preservación del medio ambiente y la gestión sostenible de los recursos naturales.4. Garantizar condiciones de trabajo decentes, rechazando el trabajo forzado, garantizar la libertad sindical, la salud y la seguridad en los lugares de trabajo. <p>Cuenta con más de 400 organizaciones de pequeños productores, con más de 208,000 miembros.</p> <ol style="list-style-type: none">1. En Honduras cuenta con 22 organizaciones certificadas, las cuales producen café y están compuestas por productores pequeños pobres. <p>Los productos principales que se certifican son: café, banano, té de manzanilla, cacao, algodón y azúcar.</p> <p>CERTIFICACIÓN RAINFOREST ALLIANCE</p> <p>Rainforest Alliance (Alianza para Bosques) es una ONG internacional que trabaja para conservar la biodiversidad, asegurar medios de vida sostenibles mediante la transformación de</p> <ol style="list-style-type: none">1. Las prácticas de uso del suelo,2. Las prácticas empresariales,3. El comportamiento del consumidor. <p>Tiene tres áreas de acción:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Sector Forestal: Productos forestales y no maderables2. Agricultura Sostenible: Café, té, cítricos, banano, cacao, helechos y flores.3. Turismo Sostenible. <p>El sello Rainforest Alliance es una herramienta para enlazar a consumidores y productores:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Identifica operaciones bien manejadas.2. Establece vínculos en la cadena de producción.3. Crea una etiqueta reconocible.4. Permite a consumidores apoyar prácticas responsables.
--	---

	<p>CERTIFICACION UTZ CAFÉ</p> <p>UTZ CERTIFIED es un sello creado en Guatemala, ahora cuenta con programas de certificación de café en todo el mundo. Su objetivo es lograr cadenas de suministro de productos agrícolas sostenibles que cumplan con las necesidades de crecimiento y expectativas de los agricultores, la industria alimenticia y los consumidores por igual.</p> <p>Comprando y vendiendo café certificado UTZ CERTIFIED</p> <p>1. Venta</p> <p>El productor certificado UTZ CERTIFIED vende su café al comprador registrado UTZ CERTIFIED. Ambos negocian los pormenores del contrato y acuerdan explícitamente el sobreprecio a pagar por tratarse de un café certificado por UTZ CERTIFIED.</p> <p>2. Informe de Venta</p> <p>El productor informa a UTZ CERTIFIED sobre la venta realizada y los datos del contrato al registrar su Informe de Venta en el Sistema de Verificación UTZ CERTIFIED. Al recibir este Informe, UTZ CERTIFIED le asigna al contrato un número único de verificación y lo re-envía al productor quien, a su vez, lo envía al comprador del café. El número único UTZ CERTIFIED viaja con el café, a lo largo de la cadena cafetalera.</p>
<p>Conclusiones</p>	<p>Es innegable que las tendencias internacionales de los mercados enfocadas hacia economías más solidarias bajo estándares de responsabilidad social y ambiental producto de la creciente preocupación frente al fenómeno del cambio climático; aperturan nuevas posibilidades de negocios a productos certificados pues esto garantiza que son productos responsables tanto social, económica como ambientalmente.</p> <p>El mercado de productos certificados ha ido creciendo en los últimos años.</p>

Tendencias del Mercado Mundial para el Sector de Frescos y Congelados

<p>Conferencista</p>	<p>Felipe Pérez / PMA's C.A. Reynaldo Avendaño / IMEX AGRO, Inc.</p>
<p>Objetivo</p>	<p>Dar a conocer las tendencias y preferencias del consumidor final de frutas, vegetales, especias, plantas ornamentales y otros productos agrícolas en el mercado de Estados Unidos, Canadá y Europa</p>
<p>Contenido</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en las importaciones • Sistema de distribución en los Estados Unidos • Nuevas prácticas en las tiendas de autoservicio • Retos y Oportunidades • Principales y más Grandes Ciudades en Canadá
<p>Datos relevantes</p>	<p>Gráficas de: Ventas de Frutas y Vegetales Importadas (valor y volumen), Frutas Importadas por los EE.UU, Vegetales importados por los EE.UU, Países que exportan vegetales frescos a los EE.UU. , Vegetales importados por los EE.UU., Países que exportan vegetales frescos a los EE.UU., Países que exportan frutas frescas a los EE.UU</p>

	Tendencias de los detallistas Consumo de Frutas y Verduras del mercado Canadiense
Conclusiones	Se obtuvo información relevante en cuanto a los requisitos indispensables que busca el mercado siendo estos, Volumen, Calidad, Distribución, Abasto durante todo el año. Así como el impacto esperado del mercado, mercados en crecimiento, crecimiento en mercados emergentes, cómo el cambio climático afecta la cadena de abastecimiento.



Líderes de las PYMES participaron activamente en las conferencias realizadas durante la feria

Éxito de Perú en las Exportaciones Agrícolas un Modelo a Seguir

Conferencista	José Bringas / Exotic Foods, S.A.C. Alejandra Díaz / IICA
Objetivo	Dar a conocer la experiencia de Perú en relación a la exportación de hortalizas y frutas.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • Caso del espárrago peruano • La Irradiación: Beneficios para las frutas y hortalizas frescas
Datos relevantes	<p>Perú es el primer país exportador de espárragos del mundo y es considerado líder a nivel mundial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es necesario adquirir compromiso con la inocuidad y calidad de los productos. • Capacidad de respuesta del sector a las exigencias de los mercados
Conclusiones	<p>La inocuidad resulta ser el elemento más importante y hasta determinante para alcanzar la calidad del producto.</p> <p>La política de promoción de exportaciones está dirigida a incrementar la competitividad de los productos agropecuarios y agroindustriales en el mercado internacional</p>

	<p>La estrategia de las exportaciones agrícola está orientada a no competir en precios, sino en calidad y por las características especiales de sus productos, o exportándolos con mayor valor agregado.</p> <p>La calidad no es resultado de situaciones fortuitas ni esfuerzos aislados, sino un logro a través de valores, organización y sistemas que la propician.</p>
--	---

Viernes, 18 de marzo

La Nueva Empresarialidad Rural Retos y Perspectivas

Conferencista	<p>Ing. Tulio García / Director Cooperativa Cuatro Pinos Lic. Iván Buitrón / Gerente de Desarrollo AGEXPORT Otros invitados especiales</p>
Objetivo	<p>Motivar a los líderes de las organizaciones de productores, invitados de gobierno y cooperación para posicionar el tema de la nueva empresarialidad rural asociativa como factor determinante de la generación de ingresos, aporte a la reducción de pobreza, combate a la desnutrición y acceso a la seguridad alimentaria y el desarrollo rural</p>
Contenido	<p>Desarrollo empresarial de pequeños productores. Tendencias de oportunidades de mercados para los productores rurales. Retos y prioridades para el sector rural de pequeños productores/as? Roles de los principales actores, sector público, sector privado, cooperación? Retos para los pequeños productores, la asociatividad empresarial como un instrumento de cambio?</p>
Datos relevantes	<p>Los grandes desafíos de la agricultura son principalmente el calentamiento global y la calidad e inocuidad de los alimentos, que exigen que los productos tengan una tendencia hacia procesos productivos amigables con el ambiente. Las Certificaciones son clave para poder competir en el mercado.</p> <p>Para fomentar la competitividad de los productores centroamericanos debe fomentarse la empresarialidad rural con responsabilidad, asistencia técnica y capacitación constante, Fortalecer cadenas de valor y el sistema de conocimiento productivo, garantizar la sostenibilidad ambiental y con infraestructura y tecnologías adecuadas.</p> <p>Algunos puntos clave para la competitividad son: ofrecer productos diferenciados con el mayor valor agregado posible, innovación constante, ser consistentes con la oferta, dar un servicio al cliente eficaz.</p>
Conclusiones	<p>En el contexto actual del desarrollo rural el tema de fortalecer las capacidades de pequeños productores y productoras rurales se vuelve un reto prioritario.</p> <p>Para lograr lo anterior, una de las prioridades es el de fortalecer las capacidades empresariales para garantizar la sostenibilidad de las MIPYMES rurales y de esta manera dinamizar las economías en los territorios rurales, generando empleos e ingresos sostenibles, que puedan romper el círculo de la pobreza y garanticen el acceso a nutrición y seguridad alimentaria, principales causas de los indicadores negativos de desarrollo humano en áreas rurales.</p>



Con el apoyo del PEE, se realizó el Foro de La Nueva Empresarialidad Rural Retos y Perspectivas contando con la participación de expertos en el tema.

Experiencia de un Wholesaler en la Compra y Distribución de Productos Agrícolas Frescos Provenientes de Guatemala, Perú, Chile y Otros

Conferencista	Bill Gerlach / Melissa's World Variety Produce, Inc.
Objetivo	Conocer de primera mano las oportunidades, ventajas y sus principales requerimientos para realizar sus compras de productos del área incluyendo recomendaciones y tips para negociar exitosamente.
Datos relevantes	<p>Perú fue el primer exportador de espárragos en el mundo durante el año 2007 al registrar ventas por 407 millones de dólares, cifra que representó un incremento de 22 por ciento respecto al 2006, informó hoy el Ministerio de Agricultura (Minag).</p> <p>El principal país destino de las exportaciones del espárrago peruano es Estados Unidos al adquirir el 67 por ciento del total exportado de esta hortaliza, le sigue Holanda, Inglaterra y España con 11, ocho y siete por ciento, respectivamente.</p> <p>Actualmente el espárrago se exporta en tres presentaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Espárrago fresco. <input type="checkbox"/> Espárrago congelado. <input type="checkbox"/> Espárrago en conservas.

Reduciendo los Riesgos en la Producción para la Exportación

Conferencista	Ing. Juan Ignacio Suárez / Bayer
Objetivos	Maximizar las utilidades evitando riesgos legales y comerciales.
Contenido	Qué exigen los mercados Principales riesgos o factores que influyen en disminuir la competitividad
Datos relevantes	Es importante cumplimiento con volúmenes en tiempos estipulados, Cumplimiento de exigencias como: Inocuidad, calidad, precio competitivo. Economía se está globalizando Factores que influyen en la competitividad como: educación, acceso a tecnologías, políticas públicas, infraestructura, food safety,
Conclusiones	Es importante que las empresas conozcan cuales son las tendencias globales y las nuevas exigencias del mercado, algunos puntos que indican deben ponerse en la agenda para discusión son: <ul style="list-style-type: none"> • Certificación. • Infraestructura. • Capacitación. • Fortalecimiento de los sistemas de investigación e innovación. • Cumplimiento de leyes y revisión de las mismas.



Líderes de las PYMES participaron activamente en las conferencias realizadas durante la feria.

**Regulación para Productos Alimenticios Agrícolas (frescos, procesados, congelados, etc.)
de Exportación a Estados Unidos**

Conferencista	Edmundo García Jr. / FDA
Objetivos	Dar a conocer las regulaciones y los procesos que exige Estados Unidos para el ingreso de productos alimenticios agrícolas (considerados de consumo humano).
Contenido	<p>Regulaciones de U.S. FDA sobre Alimentos, Bebidas y Suplementos Dietéticos. La U.S. FDA regula alimentos, bebidas y suplementos alimenticios destinados al consumo en los Estados Unidos por seres humanos u otros animales. Registrar Corp. provee Asistencia para Registro, Agente de EE.UU., y Cumplimiento Regulatorio para empresas de EE.UU. y extranjeras en la Industria de alimentos, bebidas y suplementos dietéticos.</p> <p>Puntos importantes a seguir para la exportación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro y requisito de agente americano. • Previo aviso. • Ingredientes y etiquetado. • Sustancias en contacto con alimentos. <p>Datos y contactos para regulaciones FDA. U.S. FDA Food Facility Registration: 21 C.F.R. sections 1.225 - 1.243 U.S. FDA Prior Notice: 21 C.F.R. sections 1.276-1.285 U.S. FDA FCE/SID: 21 C.F.R. sections 108, 109, 113, 114 U.S. FDA Food Labeling: 21 C.F.R. Part 101 et seq.</p>
Datos relevantes	Se anuncia que existirán cambios sobre las regulaciones para el ingreso de alimentos a Estados Unidos y se publicaran en un periodo aproximado de 3 meses.
Conclusiones	El exportador interesado en enviar su producto a Estados Unidos deberá de conocer y seguir las regulaciones de FDA para el ingreso de productos alimenticios agrícolas. Las regulaciones son claras y se encuentran en la página principal de FDA http://www.fda.gov/food .



Durante la feria, se realizaron ruedas de negocios entre empresas compradoras internacionales y productores nacionales

Reduciendo los Riesgos Comerciales en la Exportación “Ley Paca”

Conferencista	Craig Stokes, Stokes Law Office, LLP
Objetivos	Dar a conocer los retos que deben enfrentar las empresas que quieren exportar frutas y vegetales hacia Estados Unidos en el marco de la Ley Paca.
Contenido	<p>Qué es la Ley Paca</p> <p>Cuáles son las protecciones dentro de la Ley Paca?</p>
Datos relevantes	<p>LEY PACA es Una ley estadounidense que se aplica a casi todas las ventas de frutas y hortalizas frescas o congeladas. Si el producto se vende a una empresa que está en los EE.UU., es casi seguro de que la transacción califica para la protección de PACA, algunas implicaciones que tiene son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un comprador no puede desechar más de 5% del embarque sin obtener un certificado de inspección de USDA que indica que hay problemas de calidad y/o condición. • Un comprador no puede otorgarle a su cliente un ajuste de precios por razones de calidad o condición sin recibir una copia de un certificado de inspección de USDA como constancia de los problemas de calidad o condición. • No se permiten ajustes del precio debido a los cambios de valor en el mercado. • Información sobre PACA se encuentra en: http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/ams.fetchTemplateData.do?template=TemplateG&navID=FileaPACAClaimorApplyforaLicense&rightNav1=FileaPACAClaimorApplyforaLicense&topNav=&leftNav=CommodityAreas&page=PACA&resultType=
Conclusiones	<p>Es importante que antes de exportar productos a Estados Unidos, el exportador tome en cuenta los siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Leer bien cualquier contrato con un comprador / distribuidor. 2. Cuidar de firmar un contrato que tiene un plazo de pago de más de 30 días. 3. Si un comprador o distribuidor demora en hacer un pago de su factura (más de 35 días después de su recepción) considera enviarle un PACA trust notice.



Las conferencias fueron impartidas por expertos nacionales e internacionales de los diferentes temas abordados

PARTICIPACION EN STANDS DEL PROGRAMA DE ENCADENAMIENTOS EMPRESARIALES

El PEE contó con seis stands financiados por USAID, DANIDA y FIDA donde se dio a conocer el trabajo que se realiza para promover la reducción de la pobreza en diferentes regiones del país. En estos stands, cinco PYMES pudieron exhibir sus productos. Con el apoyo de FIDA, se contó con un Stand para dar a conocer la alianza FIDA-AGEXPORT en el marco del Programa de Acceso a Mercados –PROMERCADOS- que recientemente fue formalizado mediante la firma de un Convenio de Cooperación. A continuación se detallan los aspectos más relevantes de esta participación:

STAND PROMERCADOS FIDA:

Se contó con un stand informativo sobre el Programa de Acceso a Mercados financiado por FIDA donde se brindó información acerca de la alianza que existe entre FIDA, AGEXPORT y los Programas que apoya el FIDA a nivel Centroamericano.

Al stand se acercaron personas de PROSOL, Cooperación Alemana, Cooperación Española, Compradores, Organizaciones de empresarios rurales interesados en conocer el trabajo que FIDA realiza en Guatemala y como aporta a la reducción de la pobreza y al desarrollo rural.



Ing. Enrique Murguía e Ing. Carlos Urizar en stand de PROMERCADOS

Visita del Ing. Juan Alfonso de Leon, Ministro de Agricultura de Guatemala, al stand de PROMERCADOS

<p>Resultados Principales</p>	<p>Como resultado de la participación se realizó la promoción del Programa Promercados, haciendo énfasis en la cobertura del mismo a nivel de 4 países de Centro América, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua, lo que permitirá un acceso a mercados, certificación de la producción, asistencia técnica, producción bajo condiciones adecuadas que permitan facilitar a los grupos obtener productos bien manejados, de buena calidad y que se podrán exportar a mercados internacionales.</p> <p>Además, vale la pena mencionar que se tuvo la oportunidad de realizar entrevistas por parte de medios de comunicación que asistieron al evento, en donde se contó con el apoyo de personal del PEE de AGEXPORT, incluyendo entrevistas realizadas a autoridades del programa FIDA y representantes de varias organizaciones de Honduras y Guatemala.</p> <p>Como resultado se tuvo la oportunidad de distribuir tarjetas de presentación del PEE de AGEXPORT lo que pudo facilitar la expansión del programa Promercados a otros lugares y otros países que asistieron al evento.</p> <p>Según comentarios de visitantes de empresas y organizaciones en el Stand manifestaron que esta es la oportunidad de abrirle las puertas a muchos grupos de productores y organizaciones de la región Centroamericana que cuentan con el potencial de áreas de trabajo y sin embargo no es así la disponibilidad fondos para ejecutar programas que los beneficien como este nuevo que les podrá permitir el acceso a mercados para producir y exportar a nivel de países como Estados Unidos, México y Europa.</p>
--------------------------------------	---

STANDS DE PYMES DEL PEE

El PEE contó con un stand institucional donde se brindó información sobre el trabajo productos que ofrecen las asociaciones: CINASEM, ADIES, VISION MAYA, ASOFLOSA, y CHIREEPEC.



Líderes de PYMES del FIDA acompañados por Director de FIDA, Ing. Enrique Munguía y el Coordinador del PEE, Ing. Carlos Urizar



Participación de la Cooperativa Chirrepec, apoyada con fondos DANIDA

El stand fue visitado por compradores internacionales y nacionales quienes mostraron un alto interés de los productos de las PYMES, un aspecto interesante y que es importante resaltar es que los líderes de las PYMES fueron quienes atendieron personalmente a los compradores brindando información sobre sus productos y entablando relaciones de negociación con ellos.



Empresas compradoras se interesaron en los productos de las PYMES

Mujeres de Cooperativa Cuatro Pinos participaron en la feria promocionando sus productos

A continuación se presenta una ficha técnica resumen de cuáles fueron los principales resultados alcanzados con las PYMES que participaron exhibiendo sus productos en los diferentes stands financiados con fondos de DANIDA, USAID y FIDA:

Cooperativa Integral Agrícola Sembrado -CINASEM-

PYME	CINASEM	
Ubicación	Aldea Chola San Miguel Uspantan Quiche Guatemala	
Productos	Ejote francés, arveja china y dulce, espárragos, aguacate jazz, Zanahoria	
Contactos realizados	Empresas: Globales, Inc. (Linda Guzmán)	Principales Acuerdos: Visita de campo para conocer áreas de cultivo e instalaciones de empaque, en esta visita se cierra negocio de venta por 500,000 libras frescas de ejote francés y arveja perneando un ingreso de Q1,500,000.00, para la temporada 2011-2012.
	RHA GROUP ,	Visita de campo realizada ya a las instalaciones de la cooperativa, en espera de respuesta de cliente.

	BERCY Agosto	Empresa interesada en compra de ejote francés y arveja, visitará las instalaciones en el mes de agosto del 2011, solicitan cumplir con certificación de centro de acopio para concretar negocio.
	Alimentos Maravilla, S.A.	Presentan interés en compra de 8 diferentes vegetales para la formulación de jugos.
	Wall Mart Centroamérica. VMG Spiech Farm	Estas tres empresas hacen acercamiento a la cooperativa para conocer los productos y los precios, se está en espera de la demanda de estas.
Resultados principales	Cierre de negocio con empresa Globales, Inc. por un monto de un millón quinientos mil quetzales (Q1,500,000.00) por la venta de ejote francés y arveja para la temporada 2011-2012 se inicia a exportar en la semana del 28 al 30 de marzo 2011. Contacto con 7 empresas interesadas en hacer negocio con la Cooperativa.	



Productos exhibidos por CINACEM en la AGRITRADE



Juan Santos, Gerente de CINACEM junto al Ministro de Agricultura de Guatemala, Ing. Juan Alfonso de León

ASOCIACION DE FLORICULTORES SANJUANEROS:

PYME	Asociación de Floricultores Sanjuaneros –ASOFLORSA-	
Ubicación	San Juan Sacatepéquez	
Productos	Flores y Crisantemos	
Contactos realizados	Empresas: 1. Margarita Alvarez 2. Carlos Collado 3. Restaurante Oliva 4. Restaurante Barceló 5. Hotel y Restaurante Tikal Futura 6. Hotel Casa Santo Domingo 7. Noel Carrete	Acuerdos: Se sostuvo reuniones con varias empresas de las cuales, debido al volumen disponible por parte de ASOFLORSA, se considera que 07 empresas tienen potencial. Se acordó sostener reuniones para intercambio de información con estas empresas.



El Director del FIDA, Dr. Enrique Murguía visito los stands de las PYMES



El Stand de ASOFLORSA fue uno de los más concurridos en la feria

ASOCIACION VISION MAYA

Ubicación	Km. 217 Carretera a San Juan Chamelco, Cobán, Alta Verapaz	
Productos que ofrece	Té negro orgánico y comercio justo	
Contactos realizados	El stand fue visitado por varias empresas, de las cuales 07 empresas se considera que tienen potencial para entablar una relación comercial.	Principales Acuerdos <ul style="list-style-type: none"> • Se programarán visitas para conocer la planta de proceso. • Se enviarán muestras a 2 clientes
Resultados principales	Se logró hacer contacto con 7 compradores interesados en adquirir el producto. Una de ellas visitará en los próximos meses la planta de empaque de la Cooperativa para hacer una negociación de precios y volúmenes.	



Representantes de la Junta Directiva de Visión Maya participaron en representación de la organización para ofrecer su oferta de Hongos Ostra

6. TESTIMONIOS DE LÍDERES PARTICIPANTES

“El evento me pareció muy bueno, hicimos varios contactos y logramos vender medio millón de libras de ejote francés y arveja, a un comprador internacional, estamos muy contentos con nuestra participación en este evento.”

Juan Santos – Encargado de Comercialización, AGRISEM.



“Este evento nos permitió acercarnos a varios compradores, hicimos muchos contactos con los que posiblemente más adelante lleguemos a concretar negocios.”

Manuel Tum –ADIES

7. CONCLUSIONES

Los agricultores manifestaron que solamente pudiendo participar en ferias nacionales o internacionales como la de AGRITRADE 2011, se puede tener una mejor visión de los principales aspectos que se deben considerar para ofertar los productos, como lo es calidad de los productos, conocer la cadena de valor, contar con diversidad de productos, las variedades de productos que existen convencionales así como los orgánicos, entre otros.



La empresa Nueva Alianza expuso su oferta de macadamia y café orgánica

Los líderes de cada asociación informaron que el poder participar en la feria fue una excelente oportunidad para conocer el valor agregado que se le puede dar a los productos y de esa forma establecer un mejor precio, una mejor aceptación y crear una diferenciación en la oferta.

Por otro lado, se pudo tener conocimiento sobre las tendencias y novedades del mercado en el tema de las hortalizas, así como la diversidad de productos que existen en Guatemala, las formas de comercialización y la distribución de los mismos.

ANEXO 1.

Fotografías del desarrollo de AGRITRADE







