

# MARKET LED RURAL DIVERSIFICATION PROGRAM

## PHASE II

Cooperative Agreement  
520-A-05-00009-00

II Informe de Avance  
Enero – Diciembre 2005



# C o n t e n i d o

---

**I. INTRODUCCIÓN**

**II. ALIANZAS**

**III. UNIDAD DE DESARROLLO DE NEGOCIOS**

**IV. CONTACTO**

**V. COORDINACION**

**VI. ANEXOS**

## **I. INTRODUCCIÓN**

Este trimestre se inició el diagnóstico de las empresas interesadas en participar en el programa de encadenamiento empresarial así como se realizó el primer comité de selección de los encadenamientos habiéndose aprobado el encadenamiento entre Lucas Fresh y Fresca Verde.

De igual forma se caracterizó por la implementación de actividades en el componente de consultorías realizando un total de diez entre las que destacan nuez de ramón, aguacate, ruta del café y el Foro de Turismo. Este último reunió a más de 200 personas del ramo turístico de Guatemala con la finalidad de brindar apoyo a pequeñas y medianas empresas a través de alianzas estratégicas entre el Proyecto USAID/AGEXPRONT, INGUAT y COMITURS.

La unidad de Desarrollo de Negocios, participó en 3 ferias comerciales en México y Alemania en los sectores de artesanías, alimentos y bebidas y frutas y hortalizas. Adicionalmente se hizo la presentación de resultados de las ferias realizadas durante estos dos trimestres para dar a conocer las tendencias nuevas del mercado y oportunidades de negocios.

Los Centros Electrónicos de Negocios iniciaron su planificación para la realización de una campaña a nivel local y nacional para difundir las alianzas y servicios locales que brindan. Así mismo realizaron una capacitación a los franquiciados en rentabilidad, marketing y servicio al cliente.

En la coordinación del programa se re terminó la contratación del personal que formará parte del equipo del proyecto así como la definición de cada uno de los perfiles de los miembros. Se realizó la firma oficial del convenio que actualmente se está ejecutando entre AGEXPRONT y USAID y se realizaron visitas de Staffer a Guatemala para conocer la competitividad de las empresas.

A continuación se presenta información detallada de las actividades ejecutadas durante los meses de enero a marzo del 2005 de los tres ejes del proyecto.

## **II. ALIANZAS PARA EL DESARROLLO DE MERCADOS**

Durante este trimestre se continuo promoviendo el Programa de Encadenamientos Empresariales para la promoción de las Exportaciones presentando a diferentes comisiones, organizaciones no gubernamentales, realizando un total de 26 presentaciones, superando en un 30% el indicador propuesto que era de 20 presentaciones realizadas. **(ANEXO 1).**

Para la identificación de oportunidades de negocio, el equipo de encadenamientos propuso un formato de los indicadores principales para poder crear una base de datos en Access con el apoyo del departamento de informática de Agexpront. Al finalizar esta base de datos, se inicio a implementar todas las oportunidades de negocio tanto del comprador como del beneficiario. **(ANEXO 2).**

De acuerdo al proceso establecido dentro del Programa de Encadenamiento Empresarial se encuentra el análisis de un consultor que realice un Diagnóstico para verificar la viabilidad del proyecto. Dentro de este proceso, el Proyecto USAID/AGEXPRONT realizó una convocatoria a algunos consultores para cotizar el costo por diagnóstico a realizar.

Se recibieron 9 propuestas de las cuales se seleccionaron a 3 consultores tanto por su capacidad, experiencia, recomendación y precio. Los consultores contratados fueron Giovanni Borjorquez, Cesar Guillen, Ana Maria Quevedo. Se acordó con las empresas que quieren formar parte del programa que deben pagar el 50% del costo del diagnóstico y el restante 50% será pagado directamente por el Proyecto USAID/AGEXPRONT contra entrega del informe final.

### **Diagnósticos realizados:**

Durante los meses de febrero y marzo se realizaron siete diagnósticos a empresas interesadas en formar parte del Programa de Encadenamientos Empresariales. Los diagnósticos fueron realizados conjuntamente con el diagnosticador y el especialista asignado por el proyecto. Las empresas evaluadas fueron: Agromaya, Forestrade, Freversa, Agroca, Disproagro, y El Higuero. **(Anexo 3)**

### **Presentaciones para aprobación de Encadenamientos**

Las propuestas del potencial encadenamiento se presentaron a los miembros del Comité de Selección con el objetivo de legitimizar la inversión del programa para el encadenamiento.

El 30 de marzo de 2005, el Comité de Evaluación de Encadenamientos de la División de Desarrollo de Agexpront, aprobó la propuesta de encadenamiento denominada: "Siembra y Comercialización de Tomate Manzano bajo invernadero", presentada por Fresca Verde, S. A. enlazando la venta del producto a través del comprador Lucas Fresh, S. A.

La empresa Fresca Verde, S. A., fue fundada el 1 de diciembre de 1,990, con el objetivo de producir espárrago verde de exportación, actividad a la que se dedicó los primeros 10 años, exportando hacia Estados Unidos, en donde se encontraron con experiencias de todo tipo, a medida que también se adquiría la propia, la cual sería muy útil para los años venideros. Así mismo Fresca Verde, S. A., fue cofundadora de la Asociación Nacional de Productores de Espárrago, la cual estuvo adscrita a la

Subcomisión de Espárrago de Agexpront, con el afán de encontrar solución a los problemas técnicos como de mercado.

Una vez afianzado el cultivo y comercialización de espárrago hacia Estados Unidos, Fresca Verde, S. A., aprovechó los contactos y canales de distribución e inició la etapa de diversificación de cultivos con mora, frambuesa, minivegetales y flores bajo invernadero, ampliando su espectro hacia Centro América y Europa.

Gracias a la buena reputación adquirida en la producción y comercialización hacia Estados Unidos de flores bajo invernadero, Falcom Farms Inc., le autorizó a Fresca Verde, S. A., representarlos como compradores exclusivos para Guatemala, extendiendo así los brazos de comercialización hacia otras fincas que cumplieran con los estándares de calidad y capacidad para la elaboración de bouquets pre elaborados para distribuir en las cadenas de supermercados.

A partir del año 2000, Fresca Verde, S. A., se dedica, adicionalmente, a brindar asesoría técnica en nuevos proyectos agrícolas, tales como producción de hortalizas, frutales y flores. Concretamente en los años 2003 y 2004, dentro del Programa de Alianzas Agrícolas del Proyecto USAID Agexpront, asesora a las empresas Alimentos Montesol y CORDISA, S. A. en el cultivo, cosecha y postcosecha de piña para la agroindustrialización, con la firme creencia que a medida que se provee un valor agregado al producto agrícola se está garantizando por más tiempo su permanencia en el mercado.

Por su parte Lucas Fresh, S. A., es una empresa guatemalteca, que actuará como empresa compradora de tomate manzano a Fresca Verde, S.A., fue fundada el 24 de junio de 2002, teniendo como misión ofrecer vegetales y frutas frescas con calidad y costo que satisfagan las necesidades de sus clientes en todos los mercados de autoservicio mesoamericano. Los mercados en los que actualmente tiene presencia Lucas Fresh, S. A. son Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, contando dentro de sus canales de distribución con los supermercados PriceSmart, Paíz, Hiperpaíz, Gala, Despensas, Maxibodegas, Clubco, Hipermás, Más por Menos y Palí, entre otros.

Lucas Fresh, S. A. fundamenta dentro de sus principios, apoyar el establecimiento de relaciones comerciales beneficiosas y justas con pequeños y medianos proveedores agrícolas.

El monto total del encadenamiento aprobado asciende a un total de \$115,188.30 dólares de los cuales el Programa de Encadenamientos del Proyecto USAID Agexpront esta aportando \$ 29,998.28 dólares, consistente en brindar transferencia e implementación de tecnología para el manejo del cultivo de tomate manzano bajo invernadero y pilones del mismo, proyectando un volumen de producción de 600,000 libras, ventas para el año 2005 de aproximadamente \$. 230,000.00 dólares y 45 nuevos empleos a nivel de cultivo cosecha y poscosecha del producto.

Se considera una buena oportunidad para la empresa Fresca Verde, S.A. de expandir sus operaciones con la construcción e implementación de invernaderos, lo cual le permitirá consolidar y aumentar sus ingresos. A la vez, es una buena oportunidad para Lucas Fresh el asegurar el aprovisionamiento de tomate manzano en condiciones controladas y en todas las temporadas del año para poder cumplir con sus metas. **(ANEXO 4)**

El procedimiento para el establecimiento del encadenamiento es la firma de un convenio entre Agexpront y el productor el cual incluye una descripción del proyecto aprobado con el presupuesto a ser

ejecutado, y un memorando de entendimiento entre el productor y el comprador teniendo a Agexpront como entidad presencial del compromiso de compra de este documento. El comprador deberá manifestar su compromiso de compra por escrito para poder proceder a la firma de este memorando. **(Anexo 5)**

#### **Asistencia Técnica a empresas con convenios de alianzas 2003-2004:**

Se continuó con el seguimiento de la Asistencia Técnica y las visitas de campo a las 18 alianzas seleccionadas por el proyecto para su monitoreo a través de los especialistas asignados. Se les solicitó continuar proporcionando información sobre ventas y empleos realizados durante 2005. **(ANEXO 6)**

## **CONSULTORIAS**

### **PIPAA: ASEGURAMIENTO DE INOCUIDAD DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS**

Esta alianza tiene por objeto la asesoría de acompañamiento y apoyo técnico a pequeños productores dentro del marco del convenio AID/AGEPRONT para la implementación de las Buenas Prácticas Agrícolas y de Manufactura. Un total de 700 productores en las áreas de Uspantán, Agua Escondida, Chirijuyú, San Martín Jilotepeque, Santo Tomás Chichicastenango fueron beneficiados en los cultivos de arveja china, lechuga, mini vegetales y ejote francés.

Adicionalmente se impartirán cursos de capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas y Buenas Prácticas de manufactura y Manejo Higiénico de alimentos para 3000 productores agrícolas. Así mismo, se realizarán auditorías de diagnóstico para la verificación del cumplimiento con las Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Manufactura y EUREPGAP para un total de 20 diagnósticos y 760 productores beneficiados. También se llevarán a cabo 50 auditorías de seguimientos a la aplicación de las Buenas Prácticas Agrícolas y Buenas Prácticas de Manufactura .

Dentro de esta alianza, el Ing. Jaime Sosa, Director Ejecutivo del Programa Integral de Protección Agrícolas y Ambiental –PIPAA-, participó del 23 de enero al 14 de febrero del presente año en el curso “**Producción de hortalizas bajo condiciones protegidas**”, desarrollado en el Centro de Cooperación Internacional para el Desarrollo Agrícola –CINADCO-, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Israel ubicado en el kibutz Shefayim.

### **PIDA**

El propósito de esta consultoría es contribuir al fortalecimiento y desarrollo de las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales a través de eventos de difusión como resultado de las acciones desarrolladas por el programa de investigación y desarrollo agrícola como un aporte al proceso de diversificación en Guatemala. Se realizaron diversas acciones para contribuir en este proceso en los que se mencionan: Coordinación de actividades y reuniones de trabajo con diferentes sectores, atención a demandas de información y servicios como diagnósticos, consultorías o caracterizaciones, desarrollo de seminarios como parte del proceso de difusión para la transferencia de tecnología, visitas de campo, promoción de los servicios que presta el PIDA, preparación y presentación de proyectos de investigación y desarrollo, asistencia técnica y otras actividades.

## **CONSULTORIA AGUACATE**

Esta consultoría se realizó para la evaluación de aplicaciones de plaguicidas y monitoreo de plagas en el cultivo de aguacate con el objetivo de esta consultoría fue realizar una investigación sobre las plagas cuarentenarias que atacan el cultivo de aguacate, la cual ha sido realizada por primera vez a nivel nacional. Esta consultoría fue realizada por el Dr. Marco Arévalo Guerra, Ph. D. Dentro de los temas investigados se encuentran: Plagas cuarentenarias del aguacate, muestreo de campo y procesamiento de muestras, impacto de la investigación en Guatemala, resultados obtenidos y conclusiones y recomendaciones

El estudio en mención ha sido de importancia nacional, considerando que fue el primero en realizarse en Guatemala. El objetivo principal era determinar los insectos con riesgo cuarentenario en aguacate nacional principalmente en la variedad Hass, ya que es la que actualmente se está requiriendo en el mercado internacional.

El Comité de Aguacate se encuentra desarrollando múltiples actividades (técnicas y de mercado) que le permitan al aguacate nacional acceder a otros mercados de su interés como el de Estados Unidos, Canadá y algunos países de Europa y de Asia, por lo que en el aspecto técnico es un paso muy importante que se ha dado, gracias al apoyo del Proyecto AGEXPRONT/AID.

Según el estudio existe la posibilidad de presencia de al menos cuatro insectos barrenadores con potencial cuarentenario en algunas zonas aptas para aguacate de Guatemala. Sin embargo es necesario señalar que estos resultados son preliminares y las identificaciones de los insectos deben ser verificadas por expertos taxónomos. También se obtuvo la elaboración de una base de datos que servirá para futuros estudios de análisis de riesgo que facilitarán la exportación de aguacate Hass a mercados potenciales. Así mismo, se cuenta con la elaboración de una colección entomológica de referencia específica de aguacate Hass. Con la información biológica obtenida se podrán implementar estrategias de manejo integrado de plagas para controlar insectos barrenadores del aguacate.

Para el sector productor/exportador de aguacate en Guatemala sería de mucha utilidad continuar con el estudio, ya que aunque los resultados son beneficiosos, el margen de tiempo para su desarrollo fue muy corto y consideramos que podría complementarse y contar con información mucho más exacta.

### **Equipo de Riego Demostrativo:**

Como seguimiento y monitoreo del proyecto de alianzas estratégicas comerciales se siguen visitando las parcelas demostrativas con el sistema de riego de baja presión, el objetivo fundamental de la implementación de este sistema fue evaluar el rendimiento de los cultivos de exportación y minimizar el consumo de agua para riego en las localidades donde fueron instaladas las parcelas, a la fecha se han obtenido rendimientos aceptables y se han reducido los costos de producción de cada uno de los cultivos evaluados.

Las parcelas se encuentran ubicadas en las siguientes localidades:

- 1.- Aldea Chirroman, Sumpango, Sacatepequez, (cultivo mora)
- 2.- Aldea Chirijuyú, Tecpán, Chimaltenango, (hortalizas de clima frío)
- 3.- Aldea Las Cruces, La Libertad, Petén, (chile habanero)
- 4.- San Juan Ermita, Chiquimula (cebolla de castilla)

### **Consultoría ECE:**

El Proyecto USAID conjuntamente con la COMITURS realizaron el Seminario de **Servicio y Atención al Cliente para Hoteles y Restaurantes** el cual estaba dirigido a Empresarios, Gerentes Generales, Jefes de Departamento, Personal de Servicio (Meseros, Cocineros, Edecanes, Recepcionistas, Bartenders, con el objetivo de que los participantes conocieran: Conceptos, Teorías y la Calidad de servicio que deben prestar, así como encontrar los puntos débiles y fuertes durante su desempeño laboral. Este seminario se llevó a cabo el cinco de enero de este año, impartido por la Licenciada Ana Cecilia del Valle Hillerman en donde se trataron temas como:

1. Definición de Conceptos y los tipos de servicio, tales como Congelador, Fábrica, Zoológico amistoso y calidad en servicio al cliente.
2. Transmitir una actitud positiva a través de la apariencia, lenguaje corporal y manejo de la voz.
3. Identificar las necesidades de los clientes al anticiparse a ellas, sabiendo escuchar, dar énfasis en la puntualidad y atención.
4. Ocuparse de las necesidades de los clientes enviando mensajes claros, diciendo lo correcto y vender efectivamente, preparándose para lo inesperado.
5. Asegurándose que el cliente regrese, haciendo todo lo posible para satisfacer a los clientes quejosos dando ese paso extra en el servicio.

### **Diagnóstico de la Micro y Pequeña Empresa de Carpintería a Nivel Nacional:**

Esta consultoría se llevó a cabo dentro del Programa de Desarrollo del Sector Forestal de Guatemala, suscrito con el Cluster Forestal, el cual integra a COFAMA / AGEXPRONT, la Gremial Forestal y otras entidades representativas del referido sector.

Se realizó la entrega final y se procedió a liquidar el pago del Diagnóstico de la Micro y Pequeña empresa de Carpintería realizado a nivel nacional por el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad – INTECAP, mediante un convenio suscrito con AGEXPRONT.



### **RUTA DEL CAFÉ, DOCUMENTAL:**

Este documental se realizó con el objetivo de dar a conocer a Guatemala como un país rico en historia y calidad de su café, este documental da a conocer las zonas cafetaleras tales como Antigua Guatemala, Atitlán, Coban, Fraijanes, Huehuetenango, y San Marcos en donde se ofrecen cafés con olores y sabores particulares para gustos exigentes y bien definidos, también contiene imágenes de caficultores realizando actividades relacionadas al cultivo y una explicación del proceso de producción del mismo. Ofrece tomas acerca de las visitas que se pueden hacer a las fincas de la Ruta del Café en donde se permite conocer las plantaciones de café en cualquier época del año y muestra como se produce el café desde la semilla hasta la taza. Así mismo, se hace mención a los paseos que ofrecen la oportunidad de conocer los cascos de fincas legendarias y recorrer a pie, en bicicleta o a caballo los cafetales, con la opción de acampar entre los cultivos

El documental hace mención del estudio interactivo que La Ruta del Café ofrece (“Coffee Study Tour”) para la apreciación de cafés finos, en donde los participantes pueden aprender a clasificar la bebida por

su aroma y sabor, con la oportunidad de realizar su propia mezcla que inicia con la catación, tueste, molido y empacado para finalmente etiquetar un café personalizado.

### **CONSULTORIA HULE:**

Esta consultoría se llevó a cabo conjuntamente con la Gremial de Huleros sobre Transferencia de Tecnología en la Implementación de la Técnica de Explotación, Estimulación y Diagnóstico de Latex. Fue realizada por Dr. Jean Marie Eschbach del Centro de Investigación Agrícola Francés para el Desarrollo Internacional – CIRAD con la aplicación de la técnica Explotación, Estimulación y Diagnóstico de Látex y la evaluación de la técnica de gasificación.

### **CONSULTORÍA SOBRE EL “MANEJO SOSTENIBLE DEL DOS ESPECIES DE ÁRBOL DE RAMÓN (Brosimum alicastrum y B. costaricanum) EN GUATEMALA”**

Tiene como objeto la investigación sobre estimación indirecta de la producción de nuez con técnicas mejoradas de secado y cuantificación del contenido nutricional para dos especies de Ramón en la U.M. Uaxactun, Flores, Petén. Los objetivos específicos se concentran en la realización de pruebas de laboratorio para definir el contenido alimenticio de estas especies y determinar si hay diferencias en sus valores nutricionales, la obtención de datos científicos y técnicos para definir una línea base a monitorearse durante las futuras cosechas con el fin de entender mejor a las especies para aprovechar y asegurar un manejo sostenible del recurso, además de realizar pruebas de secado con secador solar a fin de mejorar la calidad del producto y reducir el impacto de la actividad por consumo de leña.

### **FORO DE TURISMO**

El Programa de Encadenamiento Empresarial para la Promoción de Exportaciones y el Turismo Sostenible del Proyecto USAID/AGEXPRONT, la Comisión de Turismo Sostenible, COMITURS de AGEXPRONT y el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, se coordinaron para la organización de este Foro, con un objetivo en común: la unificación de esfuerzos para el desarrollo del turismo sostenible de Guatemala. Se convocó a todos los actores posibles involucrados en la actividad turística, buscando:

- obtener información de primera mano sobre las tendencias imperantes, especialmente en el ecoturismo y turismo de aventura en el mercado estadounidense;
- establecer los segmentos de mercado con más potencial para el turismo de Guatemala;
- dar a conocer y concienciar sobre la importancia de la certificación de calidad para la prestación de servicios y el cierre de negocios con actores internacionales;
- presentar alternativas de apoyo, capacitación y co-inversión existentes para aprovechar las oportunidades que se presenten;
- brindar una oportunidad a las organizaciones, comunidades y pequeñas o medianas empresas que ofrecen productos y servicios turísticos en el interior de contactar e interesar a los operadores de turismo nacionales ya establecidos en el mercado, con lo cual podrían obtener un mayor flujo de visitantes hacia sus sitios / destinos no tradicionales.

Este evento se llevó a cabo el 2 marzo con más de 200 participantes siendo un lugar donde los pequeños y medianos empresarios de turismo tuvieron la oportunidad de reunirse con los operadores de turismo para tratar de incorporar sus servicios en los destinos manejados por estos operadores. **(ANEXO 7).**

### III. UNIDAD DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

#### Participación en ferias comerciales

##### FIDAR

Del 17 al 21 de enero de 2005 se participó en la Feria FIDAR en el World Trade Center Ciudad de México. Esta feria estuvo integrada por 50 stands donde participan fabricantes mexicanos e iberoamericanos de artesanía y diseño. Para coordinar la participación del sector, se realizó una convocatoria a todos los agremiados de la Comisión de Artesanías de AGEXPRONT, habiendo confirmado su interés únicamente las empresas EL PUENTE y FEBLES, por lo que se reservó un stand en el que las dos empresas compartieron el espacio.

Dentro de los resultados alcanzados por la participación en esta feria se logró realizar 64 contactos comerciales con mayoristas y minoristas logrando ventas por US\$17,390.00. También se estableció que los productos textiles guatemaltecos tienen buena aceptación en el mercado Mexicano y que los precios de los productos guatemaltecos son competitivos. **(ANEXO 8)**

##### Fruit Logistic:

La Feria de Fruit Logistic se realizó en febrero de 2005 en Berlín, Alemania con la participación como visitantes de ejecutivos de AGEXPRONT y varios exportadores guatemaltecos. En Alemania hay cerca de 1,500 comerciantes e importadores que proporcionan la fruta fresca vegetales para distribuir a los supermercados, restaurantes, y hospitales. Aproximadamente más que el valor US\$100 millones de la mercancía se reparte a través de estos comerciantes cada año. En esta feria participaron cerca de 1,355 expositores de 64 países y 28,500 visitantes interesados en la comercialización de frutas y hortalizas procedentes de 100 países. **(ANEXO 9).**

##### ANTAD:

Expo Antad es un show dirigido al sector de alimentos y bebidas procesadas. Se lleva a cabo 1 vez al año en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. El 2005 fue su vigésima segunda edición y se realizó del 10 al 12 de marzo de 2005. Su organización es por medio de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C. quienes se dedican a coordinar el show y también a realizar un sin fin de actividades para mejorar el comercio de las tiendas detallistas de todo México, a lo largo del año. La Asociación cuenta con cadenas de tiendas asociadas que suman más de 7,000 tiendas en todo el territorio mexicano. **(ANEXO 10).**

#### **Presentación al Público – Resultados de Investigaciones de Mercado**

El 7 de marzo de 2005, el proyecto USAID/AGEXPRONT y el Departamento Promocional presentó los resultados de tres importantes ferias de inteligencia de mercados: PMA - Anaheim 2004, Private Label Show – Chicago 2004 y Fruit Logística – Berlín 2005. La participación en estos eventos de parte de productores guatemaltecos permite obtener información acerca de las tendencias nuevas del mercado, innovaciones de empaques y oportunidades para entrar mercados nuevos.

## **IV. CENTROS ELECTRÓNICOS DE NEGOCIO**

### ***Contacto***

#### **Campaña de promoción a nivel local y nacional**

Promoción nacional: Inicia la planificación de una campaña de radio para pautar a nivel nacional con un mercado objetivo de adultos, y empresarios en una cadena nacional de radio con los *spots* de radio que fueron editados en la primera fase del proyecto (período 2003-2004). Así mismo, inicia la planificación de diseño y artes de material promocional con enfoque informativo de nuevas alianzas, servicios y localidades CONTACTO, siendo impreso el material en el mes de Febrero.

Promoción local: Se distribuye el material impreso en los Centros Contacto a razón de 1,500 Cuadri-folios y 1,000 afiches por Centro. **(Anexo 11)**

#### **La reunión CUMBRE MUNDIAL SOBRE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN REUNIÓN TEMÁTICA**

La reunión CUMBRE MUNDIAL SOBRE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN REUNIÓN TEMÁTICA “LAS IMPLICACIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LAS TIC” se desarrolló en la ciudad de la Antigua Guatemala del 17 al 19 de enero 2005. El equipo de *CONTACTO* participo en el evento para analizar y compartir experiencias con otros proyectos parecidos.

#### **Asesoría Empresarial**

Se contrató el Coordinador de producto y marca para ir avanzando en los indicadores de esta actividad.

Durante este trimestre se concretaron alianzas con Iberica Consulting, Quick Photo, Inguat, ISEA, INTECAP y MICROSYS. **(ANEXO 12)**

#### **Conformación de la Red de Franquiciarios**

La segunda capacitación se realizó del 16, al 18 de Marzo 2005 en el Hotel Panamerican con el objetivo de brindar herramientas y tips sobre como aumentar la rentabilidad de sus centros; transmitir la importancia de dar un buen servicio al cliente; conseguir logros en base a una planificación y dar a conocer las alianzas con las nuevas marcas y explicar en que consiste. La agenda de la capacitación contenía los siguientes temas:

- \* Enfoques para aumentar la Rentabilidad
- \* Productividad en función del Marketing Plan
- \* Desarrollo de Habilidades para Servir al Cliente
- \* Alianza Quick Photo
- \* Alianza Inguat
- \* Alianza ISEA
- \* Alianza MICROSYS

## **Fortalecer, mejorar e incrementar la infraestructura de los centros CONTACTO**

- **Actualización de plataforma de conectividad**

Como parte de este componente, se desarrolló una migración tecnológica sobre el servicio de conectividad de los centros CONTACTO, dicha migración es motivada por la innovación en servicios de tecnología que requieren una infraestructura más robusta, dicha infraestructura se basa en una red de fibra óptica la cual forma un canal de comunicación efectivo dentro de la red CONTACTO proveniente mejoras importantes hacia el modelo.

### Beneficios

- Mejora de rendimiento y optimización de los enlaces
- Control y administración central
- Soporte remoto
- Reducción de costos de comunicación
- Plataforma para servicios de videoconferencias y telefonía

- **Aire acondicionado:**

Se compraron seis unidades de aires acondicionados pendientes en este periodo para los Centros de Jalapa, Chimaltenango, Morazán, Santo Tomas de Castillo, y los dos Centros de Quetzaltenango y tres unidades fueron instaladas en Jalapa, Chimaltenango, y Morazán.

## **Registrar el nombre CONTACTO en los países centroamericanos para la réplica futura del modelo.**

Se inició el proceso para el registro de la marca de CONTACTO a nivel centroamericano para poder llevarlo a cabo durante el 2005. El proceso tomará unos nueve meses para el registro completa. La fecha de entrega se estimo para diciembre.

## **Desarrollo de portal [www.contacto.com.gt](http://www.contacto.com.gt).**

Se formó el comité para diseñar del portal en conjunto con el Departamento de Informática llegando a seleccionar el diseño final y escoger el paquete de herramientas para usar.

## V. COORDINACIÓN DEL PROGRAMA

### RECURSOS HUMANOS

Durante este trimestre se incorporaron tres personas al personal del proyecto: una en el área administrativa, una en el área de comunicación y difusión del proyecto y una en el eje de CONTACTO.

- **En el área administrativa**, se incorporó una persona al departamento de compras con lo cual se realizarán la adquisición de bienes y servicios de acuerdo a los procedimientos establecidos con USAID y AGEXPRONT.
- **En el Programa de Encadenamiento/BDU**, a partir del mes de marzo únicamente cuatro especialistas realizarán las actividades relacionadas con el programa de encadenamiento.
- **En la Oficina de Comunicación**, a partir de febrero hay una persona encargada del manejo y difusión del programa.
- **En CONTACTO**, una persona fue incorporada al equipo de los Centros Electrónicos de Negocios con la finalidad de dar apoyo al área mercadológica de los CENs.

### Taller de Definición de Perfiles

El proyecto realizó el taller de definición de perfiles de puestos con la finalidad de asignar a cada puesto tareas y actividades específicas enfocadas al puesto de trabajo de cada uno de los integrantes del equipo. Este fue realizado con la metodología de exposición de cada miembro del proyecto indicando tareas o responsabilidades asignadas y en cooperación con el grupo se dieron sugerencias para mejorarlas, reasignarlas y trabajar de forma más eficiente y eficaz. El taller dio como resultado perfiles de puestos claros y definidos para hacer que el trabajo del equipo se lleve a cabo con sinergia. **(Anexo 14)**

### EJECUCIÓN PRESUPUESARIA

En este período el proyecto continuó con la difusión del programa de encadenamientos y se realizaron los primeros diagnósticos a las empresas para poder aplicar a este programa. La coordinación del proyecto es la que muestra mayor ejecución con un 14% con actividades como firma del convenio USAID/AGEXPRONT, presentación de IKEA, y funcionamiento operativo de la parte ejecutora. (Ver cuadro 1).

**Cuadro 1. Ejecución Presupuestaria (Enero-Marzo 2006)**

Descripción	Budget	Gastos	Acumulado	Porcentaje	Balance
	Aprobado	Ene-Feb-Mar	al 31 Marzo	Ejecutado	Disponibile
Desarrollo de Negocios	\$315,000.00	\$5,507.00	\$25,138.00	7.98%	\$289,862.00
Servicios Desarrollo Mercados	\$900,000.00	\$183,498.69	\$279,490.87	31.05%	\$620,509.13
Centros Electrónicos Negocio	\$285,000.00	\$13,992.70	\$43,173.29	15.15%	\$241,826.71
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,500,000.00</b>	<b>\$202,998.39</b>	<b>\$347,802.16</b>	<b>23.19%</b>	<b>\$1,152,197.84</b>

En el seguimiento a los Centros Electrónicos de Negocios se destinaron esfuerzos a la elaboración de material promocional (afiches y trifoliales) y la participación en la Feria SIT para dar a conocer los servicios ofrecidos por CONTACTO. Se continuó el equipamiento a los centros al igual que se impartió la segunda capacitación a los franquiciados ejecutando en este período el 7% del presupuesto asignado.

En la Unidad de Desarrollo de Negocios, la ejecución presupuestaria en este trimestre fue baja (2%) debido a que se reasignaron y definieron las misiones comerciales a ejecutar estableciendo la mayoría de actividades a partir del segundo semestre del 2005. Los gastos de este trimestre incluyen participación en 2 misiones comerciales una en Berlín, Alemania (Private Labe Show) y otra en Guadalajara, México (Antad) y la participación en la Feria Fidar también en México.

En el seguimiento a las Consultorías estas continuaron su ejecución realizando en su totalidad las consultorías de aguacate, Escuela de Comercio, Hule, Ruta del Café, y COFAMA. Se continuó el apoyo a PIDA, PIPAA y se realizaron parcialmente el foro turismo, equipo de riego demostrativo y nuez ramón (Forestrade). También el subacuerdo firmado con el Grupo Gestor en octubre 2004 fue ejecutado en su totalidad con lo que el presupuesto asignado a esta parte del proyecto se ejecutó en un 12%. La parte de ejecución del programa de encadenamientos aún está pendiente de iniciar pues hasta finales del mes de marzo se comenzaron las presentaciones de los proyectos a aprobar.

En el mes de marzo se hizo una devolución del anticipo a USAID por la que al final del período se hizo una revisión del prepuesto presentado inicialmente con el plan de trabajo al igual que el listado de consultorías, readecuando las actividades a realizar. Estas modificaciones serán mostradas en el próximo informe.

## **INDICADORES**

### **Ventas - Generación de nuevas ventas de bienes y servicios por \$15,000,000**

El monitoreo de la información de las ventas será obtenido a través de tres grandes rubros: Ferias Comerciales, Seguimiento a Alianzas Estratégicas establecidas en 2004 y Encadenamientos. Durante los dos primeros trimestres de ejecución del proyecto únicamente se tiene información de los dos primeros rubros ya que el programa de encadenamientos monitoreará este indicador a partir de julio 2005.

Se obtuvo información proveniente de la participación en 2 ferias internacionales y una local, generando ventas por \$ 2,367,849 equivalentes al 47% del indicador reportado.

De las 18 alianzas seleccionadas para seguimiento en 2005, 11 proporcionaron información referente a sus ventas. Un detalle de las ventas generadas de octubre 2004 a marzo 2005 se encuentra a continuación:

VENDEDOR	PRODUCTO	MESES						TOTAL
		Oct. 04	Nov. 04	Dic. 04	Enero 05	Feb 05	Marzo 05	
<b>FERIAS</b>								
Marketing Association) Octubre 2004								
Frutera, Frutas Mayas, Frutico, Total Fresh, Carrillo Melgar Producciones, Planessa, Asodit, Comité Arveja China, La Finita, Aj Ticonel, Dinfrutosa, Cajas y Empaques, Asociación Laguna Retana, Puerto Quetzal, La Carreta, MAGA, ANACAFÉ	Aguacate procesado, jugos naturales, café diferenciado, ornamentales, productos deshidratados, té de limón deshidratado.		\$467,200	\$467,200	\$467,200	\$467,200	\$467,200	\$2,336,000
<b>Bazar Navideño de Artesanías</b>	Artesanías varias			\$14,459				\$14,459
Diciembre 20004								
<b>FIDAR México</b>								
Febles	Línea de escritorio, Cajas de té, joyeros y otros. Todos en madera fina con pinturas de paisajes, frutas, arabescos, y regionales.				\$1,390			\$1,390
El Puente	Bolsas, cosmetiqueras, cojines, centros de mesa, individuales y servilletas				\$16,000			\$16,000
<b>ALIANZAS 2004 (Seguimiento)</b>								
Alimentos Monteso	Piña	\$158,526	\$178,694	\$146,673	\$93,252	\$57,931	\$138,156	\$773,232
Kiej de los Bosques Sacalá	Artículos de madera	\$6,770	\$12,427	\$13,014	\$5,282	\$8,275	\$8,407	\$54,174
Kiej de los Bosques Chorti	Artículos de fibra	\$13,851	\$21,627	\$25,282	\$14,659	\$13,621		\$89,040
Horticultores de Chirijuyú	Horralizas	\$61,376	\$75,277	\$67,314	\$77,449	\$81,560	\$77,163	
Fasagua	Cebolla							\$450,000
Asociación Chajulense	Cardamomo							\$63,000
EMRGOSAI	Espárrago							\$34,210
IxaKel	Cacao							\$150,000
Planesa (Nov-04/Abril 05)	Mora Kiowa	\$275,131	\$275,131	\$275,131	\$275,131	\$275,131	\$275,131	\$1,650,784
AGGA	Artesanías	\$15,577	\$5,123	\$8,188	\$6,439	\$5,488	\$15,250	\$56,065
Comisión de Artesanías	Artesanías	\$2,500	\$6,733	\$26,567	\$17,890	\$210,036	\$34,741	\$298,467
	<b>TOTAL DE VENTAS GENERADAS</b>	<b>\$533,730</b>	<b>\$1,042,211</b>	<b>\$1,043,827</b>	<b>\$974,691</b>	<b>\$1,119,243</b>	<b>\$1,016,047</b>	<b>\$5,986,820</b>

## DIFUSION DEL PROGRAMA

### FIRMA DE CONVENIO:

El 16 de febrero de 2005 se realizó la firma de convenio de la nueva fase del Proyecto USAID/AGEXPRONT bajo el acuerdo cooperativo 520-A-05-00009-00 con la finalidad de dar a conocer los resultados obtenidos en el año inmediatamente anterior con el convenio, así como los objetivos para el 2005:

- Mantener y fortalecer una relación permanente entre los medios de comunicación y las acciones ejecutadas entre Agexpront y AID.
- Dar visibilidad a las acciones llevadas a cabo, con el fin de generar posibles aliados estratégicos a futuro.
- Posicionar a Agexpront como el mejor aliado de las exportaciones y competitividad del país.
- Participaron ministros de Agricultura, turismo y economía

### VISITA DE CAMPO USAID

Se sostuvo una reunión con miembros de USAID Washington DC, USAID Guatemala, Michigan State University y otros representantes de la industria local con el propósito de la visita era visitar varias operaciones de hortalizas para analizar, estándares de calidad, capacidad de producción, aspectos

logísticas, y la posibilidad de expandir su presencia en cadenas de supermercados internacionales. Se visitaron tres fincas en los departamentos de Sacatepequez y Chimaltenango para observar operaciones rústicas hasta sistemas de invernaderos.

AGEXPRONT Guatemala y US contemplara un plan local y a nivel centroamericano para encadenar estas empresas con supermercados y trabajar directamente con los mismos para asegurar BPAs y BPMs.

## **IKEA**

El miércoles 23 de Febrero, el Programa de Encadenamiento Empresarial AGEXPRONT/USAID presentó como invitado especial al comprador más grande del mundo de muebles, artículos para el hogar y decoración, IKEA.

El Sr. Carlos Najera, especialista en desarrollo de negocios de IKEA, fue el locutor que explicó la historia de IKEA, así como las cantidades, calidades de la actualidad son exigidas por compradores internacionales. Un punto importante que IKEA tiene presente es la responsabilidad social empresarial, los procesos amigables al ambiente, entre otros, que IKEA requiere de sus proveedores para poder crear vínculos de relación de negocios a largo plazo.

También como parte del cronograma, el Programa de Encadenamientos Empresariales USAID/AGEXPRONT fue presentado a la audiencia, las actividades que se pueden apoyar y los procedimientos que se acompañan para complementar alianzas estratégicas, que podemos crear entre compradores internacionales como IKEA, líder en su sector y proveedores nacionales.

## **VISITA STAFFERS**

El día 24 de febrero de 2005, varios congresistas de los EEUU y miembros de empresas públicas de los EEUU visitaron Guatemala. Aprovecharon la gira para visitar varias empresas agremiadas de la AGEXPRONT.

Para ilustrar la competitividad y diversidad del mercado guatemalteco, el grupo visito tres empresas, una textilera que fabrica marcas de reconocimiento internacional, una cooperativa de hortalizas con más de 500 asociados y finalmente una finca de café.

El comentario general entre el grupo era que los mercados centroamericanos y lo de los EEUU son cada día más complementarios.

## **PETEN ROUND TABLE**

### **GUATEMALA SUSTAINABLE WOOD PRODUCTS NEGOTIATED IN BUSINESS ROUNDTABLE**

El Equipo del Programa de Encadenamientos Empresariales participo en un encuentro de negocios de productos certificados del bosque en el departamento de Peten. El encuentro fue organizado por USAID y Rain Forest Alliance con el propósito de encadenar productores locales y de México con compradores locales e internacionales.

Se facilitaron reuniones entres compradores de madera y productores de las comunidades locales y empresas que tienen concesiones forestales en el Peten. Las citas promovieron ventas de 1.5 millones pies de madera con un valor estimado de US\$3 Millones.

El equipo de especialistas apoyó en la traducción y en consolidación de las órdenes de compra.

### **VISITA A JOCOTAN**

El día 17 de marzo se efectuó una visita con Kiej de los Bosques en la Zona de Jocotán, Chiquimula con representantes de USAID Guatemala, AGEXPRONT y la Licorera Nacional, fabricante del famoso y conocido internacionalmente Ron Zacapa Centenario.

Kiej de los bosques consiguió que la Licorera Nacional, fabricante del Ron Zacapa Centenario (5 veces galardonado internacionalmente como el mejor del mundo), le hiciera pedidos de fundas para cubrir la botella del ron, hechas a mano con fibras de palma con la misma técnica que los petates. Inicialmente contaban con 30 mujeres y hacían 300 fundas al mes.

# **VII. ANEXOS**

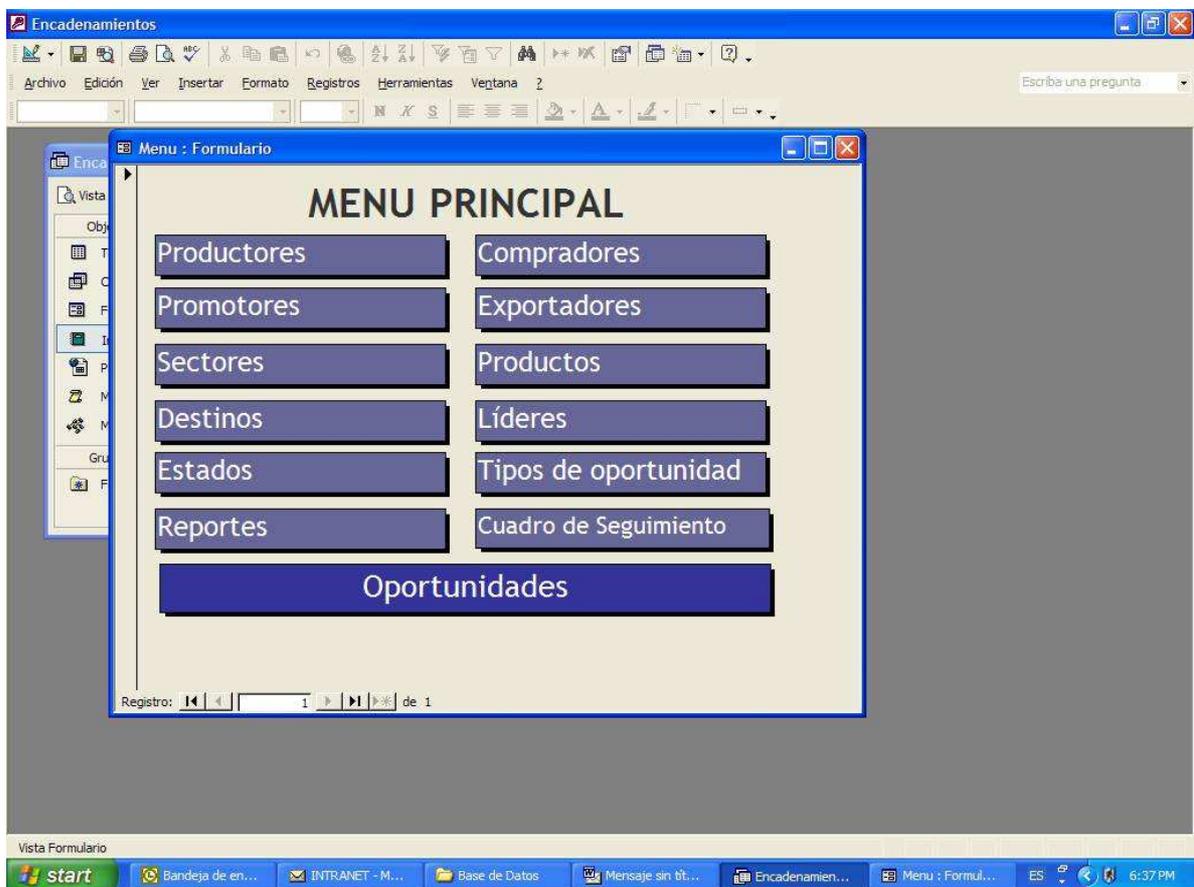
## ANEXO 1: Listado de Presentaciones del Programa de Encadenamientos

CANT.	FECHA PRESENTACION ENCADENAMIENTO	EVENTO	NUMERO PARTICIPANTES	MUJERES
1	5/01/2005	Cuencas Altas	5	0
2	11/01/2005	Comisión Agrícola	9	1
3	11/01/2005	Jacobi	4	2
4	12/01/2005	Planesa	2	1
5	12/01/2005	Latin Trades	1	0
6	13/01/2005	Agrotica	1	0
7	13/01/2005	Sede Agexpront Quetzaltenango	25	4
8	13/01/2005	ADAMAYA	1	0
9	14/01/2005	Risamagela	1	0
10	18/01/2005	Comité de Aguacate	8	1
11	18/01/2005	Anabella de Dalton	3	2
12	17/01/2005	Eduardo Cofiño (PDS)	1	0
13	18/01/2005	Lucas Fresh, S. A.	1	1
14	19/01/2005	Comité de Berries	6	1
15	18/01/2005	FORESCOM - Petén	3	1
16	18/01/2005	Arbol Verde - El Remate, Petén	5	1
17	18/01/2005	ACOFOP - Petén	2	2
18	18/01/2005	Cooperativa Uaxactún - Petén	8	2
19	18/01/2005	Kanankax - Petén	4	0
20	18/01/2005	Propetén	1	1
21	19/01/2005	Gibor, S.A.	2	0
22	19/01/2005	Cooperativa Carmelita - Petén	5	0
23	19/01/2005	Fundación NPV - Petén	1	0
24	20/01/2005	Hotel Maya Internacional - Petén	54	12
25	24/01/2005	Isla Formosa Company	2	1
26	26/01/2005	CESIDE	1	0
<b>TOTAL PERSONAS PARTICIPANTES</b>			<b>156</b>	<b>33</b>

# ANEXO 2:

## Base de Datos

---



Encadenamientos - [Oportunidad]

Archivo Edición Ver Insertar Formato Registros Herramientas Ventana ?

Escriba una pregunta

## OPORTUNIDAD

Generales Observaciones Indicadores Países Destino

**Código**  **Nombre**  
Botellas Cortadas con Diseño Artístico - WW - Artecnic Inc.

**Descripción**  
Venta de 35,000 unidades de Botellas para el primer año, 70,000 unidades el segundo año, etc.

**Ubicación Geográfica del Beneficiario**

**Sector** Artesanías **Producto** Botellas Cortadas con Diseño Artístico **Nuevo**

**Líder** Roberto **Fecha de ingreso** 1/17/2005 **Fecha Presentación** 2/9/2005

**Productor** Conservas y Congelados Ya Está **Nuevo**

**Productor2:** Viajero.com **Productor3:**

**Exportador** La Casa Cotzal **Nuevo**

**Comprador** Artecnic Inc. **Nuevo**

**Promotor** Programa Cuencas Altas **Nuevo**

**Tipo de oportunidad** A **Estado** Pláticas Formales

**Fecha Aprobación:**  **No. Acta:**  **Monto Inversión Aprobado** \$0.00

Registro: 1 de 76

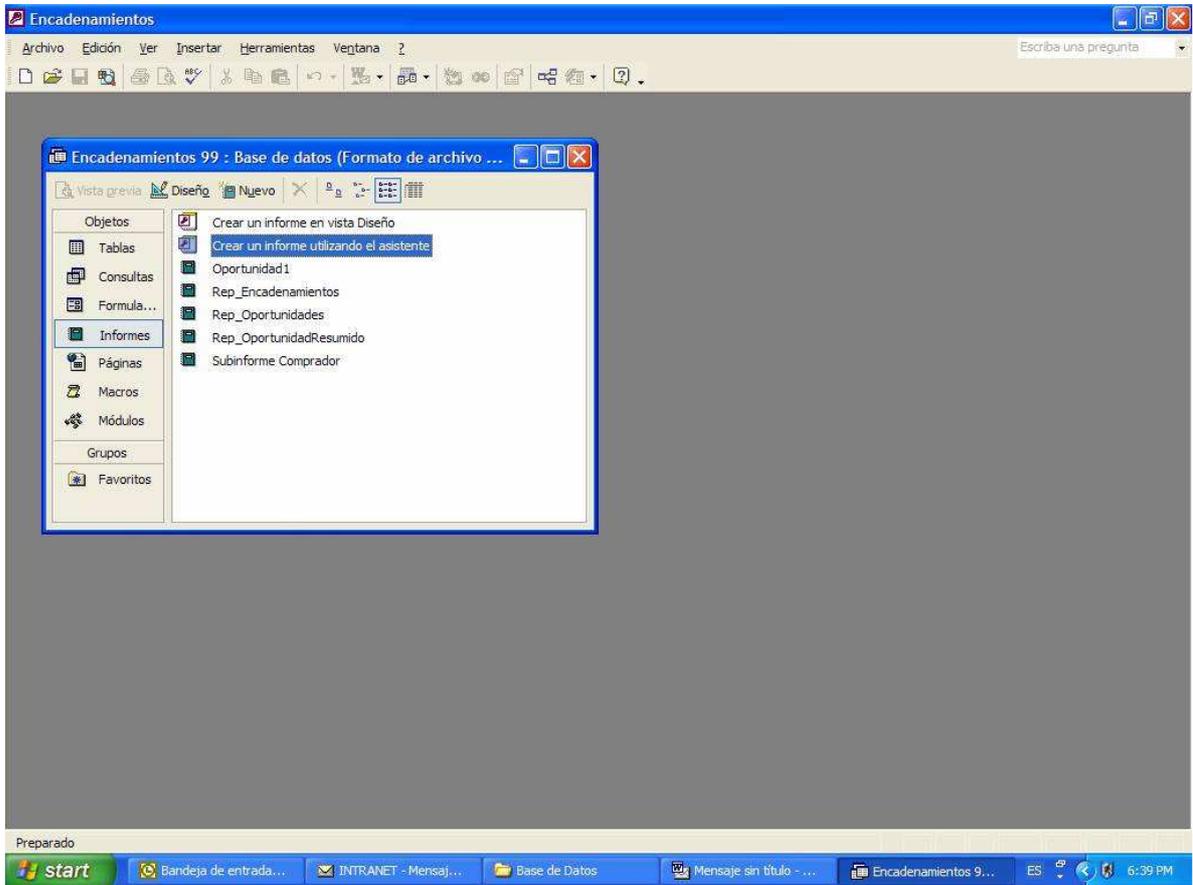
Vista Formulario

start Bandeja d... INTRANET ... Base de D... Mensaje si... Encadena... Menu : For... Oportunidad ES 6:38 PM

Nombre	Contacto	Teléfono	Dirección	País de origen	Represer
ADIOESMAC	Sebastián Tiut		Santa María Cahabón, Alta Verap.	Guatemala	Sebastián T
AFISAP			San Andrés, Petén	Guatemala	
AGROCA	Víctor Sandoval	5555-0535	San José Caldera, Acatenango, S	Guatemala	Ing. Luis Pii
Agroexpasa	Alfredo Ruano	5902-0460	7 Avenida Cantón Rincón de laPie	Guatemala	Alfredo Rua
Agroindustrias del Trópico SA	Auner Orozco	24390223 - 24390224	Plaza Santander Ofibodega No.21	GT	
Agromaya				GT	
Agrotica				GT	
Alimentos Ricks	Byron Alquijay			GT	
Anabelly	Alfredo Mancia	24394690 - 24394724		GT	
ASOCIACION CHAJULENSE VAL VAQ QUYO	PAULA RODRIGUEZ	5538-6140	SAN GASPAR CHAJUL, EL QUICHE	GUATEMALA	MIGUEL TZC
Asorech	Carlos Lopez Tejada	79440348 - 55103187		GT	
CAFECO S.A.	Martin Keller	52020352		GT	
Camaco SA	Jose Miguel Elzaguirre	23382094		GT	
Caray Café Guatemala	Olga Ayau	23313093 - 52169594	9 Av. 3-73 Z.10	GT	
Centro Maya				GT	
Chonmar S.A.	Gilberto Ramirez	70422145 - 79420181	arhasa@intelnet.net.gt	GT	
Comisión Nacional de Chicle	Luis Del Valle	79262607 - 55264170	San Benito Peten	GT	
Conservas y Congelados Ya Está	Francisco Menedez	24392622		GT	
Cooperativa Carmelita, R.L.	Carlos Crasborn Ojeda	78631329 - 54112845	Aldea Carmelita, San Andrés, Pet	Guatemala	Carlos Crasl
Cooperativa Rincón Grande				GT	
Disproagro	Sergio Coló	5526-9098	Km. 77.5 Carretera Interamericana	Guatemala	Hernán Lab
EMRIGOSAI	Cruz Simaj	5904-8561/5907-0919	San Antonio Ilotenango, Quiche	GT	
Enlaces Guatemala	Walter Robles			GT	
Eva Maya Tours	Jenny Wei			GT	
Excard		23633625		GT	
Fasagua	Joaquín Melgar			GT	
Finca El Faro	Estuardo Porras	57151103	marciog1@hotmail.com	GT	
Finca El Tirol	Lourdes de Lima	2253-3309 - 54175500	lourdesdl@multiperfiles.com	GT	
Flama de Oro	Walter Randoloh Adams	23657557 - 52144649	oriflama@guate.net.et	GT	

Registro: 1 de 58

Vista Hoja de datos



## **ANEXO 3:**

### **Diagnósticos Realizados**

---

- **Agromaya**
- **Forestrade**
- **Freversa**
- **Agroca**
- **Disproagro**
- **El Higuerito**

## **ANEXO 4:**

---

**SE APRUEBA EL PRIMER ENCADENAMIENTO EMPRESARIAL ENTRE FRESCA  
VERDE, S. A. Y LUCASFRESCH, S.A.**

## **ANEXO 5:**

---

**CONVENIO ENTRE FRESCAVERDE Y AGEXPRONT  
MEMORANDO DE ENTENDIMEINTO ENTRE FRESCAVERDE  
Y LUCAS FRESH**

## ANEXO 6

### SEGUIMIENTO A ALIANZAS

ALIANZA	UBICACIÓN	RESPONSABLE	FECHAS DE VISITAS DE CAMPO
Ampliación integral de la capacidad productiva agroindustrial para el procesamiento de Piña - Alimentos Montesol, S. A.	ESCUINTLA	DOUGLAS DE LA CRUZ	20/1/2005 23/2/2005
Producción y Comercialización de Cacao - Ixakel, S. A. Finca Dulce Nombre	TAXISCO	DOUGLAS DE LA CRUZ	20/1/2005 23/2/2005
Cultivo y Agroindustrialización de Hortalizas - Horticultores Unidos de Chirijuyú	ALDEA CHIRIJUYU, TECPAN, CHIMALTENANGO	DOUGLAS DE LA CRUZ	27/1/2005 23/2/2005
Ampliación y mantenimiento de áreas establecidas de siembra de espárrago - EMRIGOSAI	SAN ANTONIO ILOTENANGO, QUICHE	DOUGLAS DE LACRUZ	27/1/2005 23/2/2005
Asociación Chajulense	CHAJUL, EL QUICHE	DOUGLAS DE LA CRUZ	22/10/2004 2/12/2004
Prueba piloto para la producción y comercialización sostenible de cardamomo, café, vainilla y nuez ramón - Forest Trade	CAHABON, CHISEC Y COBAN EN ALTA VERAPAZ	MARIO LEMUS	27/1/2005 23/2/2005
Alianza para el fortalecimiento de las exportaciones de Guatemala mediante actividades de investigación y desarrollo agrícola - PIDA (PARCELAS DE EVALUACION DE FRUTALES)	CHISEC, ALTA VERAPAZ	MARIO LEMUS	27/1/2005 23/2/2005
CORDISA	IXCAN, QUICHE	MARIO LEMUS	27/1/2005 23/2/2005
Alianza para el fortalecimiento de las exportaciones de Guatemala mediante actividades de investigación y desarrollo agrícola - PIDA (PARCELAS DE EVALUACION DE FRUTALES)	POPTUN, SAN JUAN, EL REMATE, SANTA ELENA,	DOUGLAS DE LA CRUZ	2/2/2005
Industria de fibras Chortís - Kiej de los Bosques / Fideicomiso Chortí	JOCOTAN, CHIQUIMULA	MARIO LEMUS	2/2/2005
Producción y comercialización de Hortalizas certificadas - Fasagua	ASUNCIÓN MITA, SANTA CATARINA MITA Y LAGUNA DE RETANA	MARIO LEMUS	2/2/2005
Sacala/Kiej de Los Bosques	SACALA, SAN MARTIN JILOTEPEQUE, CHIMALTENANGO	DOUGLAS DE LA CRUZ	10/2/2005
AGGA	SACATEPEQUEZ, CHIMALTENANGO Y SOLOLA	MARIO LEMUS	10/2/2005
Paraxaj/ Labradores Mayas	CHIRIJUYU	MARIO LEMUS	10/2/2005
Diversificación a pequeños productores con Mora - PLANESA, S.A.	SAN ANDRES ITZAPA, CHIMALTENANGO	MARIO LEMUS	10/2/2005

# ANEXO 7:

## FORO TURISMO

4 | Nacional

Diario de Centro América

Guatemala, 3 de marzo de 2005



Aspecto del taller de oportunidades de Negocio para el Turismo de Guatemala.

### Turismo

# Gobierno y sector empresarial analizan oportunidades de negocios para el país

Leonel A. Díaz Zeceña  
Fotos: Carlos Barrios

Representantes del Gobierno, sector empresarial y comunidad internacional se reunieron ayer para analizar las oportunidades de negocios que el país tiene respecto a la industria del turismo.

"Oportunidades de Negocio para el Turismo de Guatemala", fue el nombre del taller en que se dieron cita representantes de comités locales, empresariado, asociaciones verdes y de esta importante rama.

Como representante estatal, el director del INGUAT, Daniel Mooney, explicó que se desean unir esfuerzos entre todos los sectores para impulsar dicho sector.

"Necesitamos conocer la demanda del mercado y saber que quieren los clientes, conforme a las tendencias internacionales. Para poder explotar el potencial guatemalteco", explicó.

De igual manera Juan Carlos Paiz, presidente de la Asociación de

Productos No Tradicionales (AGEXPRONT), expresó que es necesario "levantar una plataforma para el turismo" y mejorar la calidad de los productos realizados en el país.

De igual manera explicó que además de mejorar la calidad, también hay que impulsar destinos y vender productos turísticos específicos, como las rutas del café, maíz y cacao, así como los tours del ron y el chicle, para que los extranjeros conozcan el desarrollo de dichos productos a través de la historia y su estado actual.

"El país necesita cuatro millones de empleos, y el turismo por medio de pequeñas y medianas empresas podría generar por lo menos un millón", expresó Paiz, explicando que con ello se disminuiría a cerca del 40% la pobreza en el país.

"Tenemos lo que necesitamos y tan solo es necesario fortalecer la cultura del turismo", añadió.

Del mismo modo, comentó que la Asociación que dirige, ha implementado proyectos para que las pequeñas empresas turísticas cuenten con una página en Internet y de esa forma se

den a conocer al mundo.

Por su parte Teresa Robles, representante de la Agencia de Cooperación de Estados Unidos, explicó que el taller fue una "oportunidad para el intercambio de información y creación de alianzas para el turismo sostenible en Guatemala".

Además comentó que dicha acción va en sintonía con la estrategia que la agencia que repre-

senta implementará del 2004 al 2009.

"Bajo los criterios que el gobierno tiene, ahora se reconoce que lo rural no está únicamente ligado a lo agrícola", agregó.

Por su parte Sandra Múñiz, presidenta de la cámara de Turismo de Guatemala y del conjunto de cámaras de Centro América, expresó que los sectores privados y públicos han unido fuerzas para hacer del turismo una actividad que contribuya al desarrollo del país.

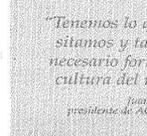
"La oportunidad de negocios va enfocada a las pequeñas empresas, centros empresariales de turismo y toda aquella agrupación social que desee trabajar con visión de largo plazo para generar empleo y beneficios", expresó Múñiz.

Del mismo modo dijo que las empresas "contacto", apoyadas por AGEXPRONT, contarán con la información de las oportunidades que hay para el sector turismo.



"Necesitamos conocer la demanda del mercado y saber que quieren los clientes"

Daniel Mooney,  
Director del INGUAT



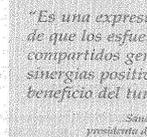
"Tenemos lo que necesitamos y tan solo es necesario fortalecer la cultura del turismo"

Juan Carlos Paiz,  
Presidente de AGEXPRONT



"Bajo los criterios que el Gobierno tiene, ahora se reconoce que lo rural no está únicamente ligado a lo agrícola"

Teresa Robles,  
representante de USAID



"Es una expresión más de que los esfuerzos compartidos generan sinergias positivas en beneficio del turismo"

Sandra Múñiz,  
presidenta de CAMTUR

#### Objetivos del seminario:

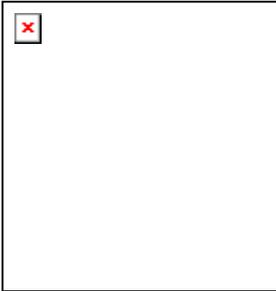
El seminario tuvo como objetivo, dar a conocer los segmentos de turismo que ofrecen alto potencial en el país, dar a conocer las tendencias internacionales en los mercados turísticos y oportunidades que se podrían aprovechar.

De igual manera dar a conocer experiencias exitosas en la certificación de calidad en Latinoamérica y Guatemala así como dar a conocer las iniciativas de apoyo al desarrollo turístico principalmente enfocadas al impulso de las pequeñas y medianas empresas que se dedican a la industria sin chimeneas.

Durante la reunión hubo exposiciones por parte de representantes de INGUAT, del Programa Nacional de Competitividad, asociaciones ecológicas, organismos internacionales y sector empresarial turístico.

Eduardo Riley de INGUAT, comentó que el impulso de segmentos de aventura son un nicho que puede ser aprovechado por los guatemaltecos, y dio como ejemplo su desarrollo en Estados Unidos donde generan un flujo económico de más de Q 1,400 millones anuales, involucrando a más de 180 millones de turistas.

### Artículo Publicado en El Peridico (Patricia González)



El turismo de aventura y de deporte es la nueva apuesta para atraer visitantes al país. Ayer, el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) y la Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales (Agexpront), organizaron el foro Oportunidades de Negocios para el Turismo de Guatemala y presentaron nuevas tendencias del sector.

José Miguel Gaitán, subdirector del Inguat, dijo que la región, y en especial Guatemala, tiene suficientes recursos para ofrecer a los turistas actividades como: excursiones ecológicas, observación de aves, caminata en volcanes, visitas a fincas de café y avestruces, práctica de golf y pesca deportiva, entre otros.

#### Diversión certificada

Gaitán reconoce que, aunque el número de turistas rebasó la meta del millón el año pasado, el país necesita afinar algunos detalles, entre ellos, presentar iniciativas de apoyo para medianas y pequeñas empresas y la certificación de calidad turística en Latinoamérica.

Y para verificar esta calidad, la Alianza Verde dará su visto bueno a cada una de las empresas del sector. Según Carlos Jiménez, su presidente, la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas es la que respalda la supervisión.

Según Jiménez, la agrupación somete los negocios a una serie de procesos hasta que llenan las expectativas de calidad. Entre las características que debe llenar están: responsabilidad social y el cumplimiento ca ley,. Alianza Verde ha invertido US\$750 mil desde enero de 2000 a febrero de este año en proyectos de certificación. Hasta ahora, son 21 los negocios con el sello y 40 en proceso de evaluación.

Estadísticas de la Dirección General de Migración indican que en 2004 arribaron 1.181 millones de turistas, que dejaron US\$770.1 millones en divisas. En 2005, el Inguat espera alcanzar 1.4 millones de visitantes.

## **Artículo Publicado en Siglo 21**

### **Pymes buscan fortalezas en turismo**

**Luis Sánchez, Siglo 21**

[lsanchez@sigloxxi.com](mailto:lsanchez@sigloxxi.com)

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) del sector turístico están tratando de afianzarse en el negocio, por medio de nuevos contactos con operadores y empresas que promueven el ingreso de turistas en el país.

El apoyo de las autoridades se produce por medio de actividades como el Foro Oportunidades de Negocio para el Turismo, realizado en un hotel capitalino, en el cual se expuso la posibilidad que tiene Guatemala en este campo. En la reunión también se informó cuáles son las tendencias mundiales.

La Agencia para el Desarrollo Internacional (AID) de Estados Unidos y el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) organizaron la reunión a la que asistieron entidades y empresas relacionadas con el tema. "Hemos creado este tipo de actividades para que el sector privado vea la tendencia orientada a generar nuevas opciones y no concentrarse en el negocio tradicional", comenta José Miguel Gaitán, subdirector del Inguat.

# ANEXO 8:

## Feria Internacional del Diseño, Artesanía y Regalo – FIDAR – Informe de Participación de Guatemala Enero 2005

### 1. INTRODUCCION

Por tercer año consecutivo, la Comisión de Artesanías de la Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales -AGEXPRONT-, promovió la participación del sector artesanal Guatemalteco en la Feria del Regalo FIDAR, realizada del 17 al 21 de enero del 2005 en el World Trade Center de la ciudad de México.



Para coordinar la participación del sector, se realizó una convocatoria a todos los agremiados de la Comisión de Artesanías de AGEXPRONT, habiendo confirmado su interés únicamente las empresas EL PUENTE y FEBLES, por lo que se reservó un stand en el que las dos empresas compartieron el espacio.

Vale la pena también mencionar, el apoyo de \$ 600.00, proporcionado por el Proyecto USAID/AGEXPRONT, para financiar parte del valor del stand lo que beneficio a los participantes con relación a la inversión realizada.

El presente informe, resume y analiza la participación de Guatemala en el referido evento, con la finalidad de dejar plasmada la experiencia adquirida, para que la misma sirva para las futuras participaciones en este evento.

### 2. DATOS DE LA FERIA

#### PABELLON FIDAR 2005

**Lugar de Realización:**

**Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones World Trade Center, Cd. de México (CIEC, W.T.C. Cd de México). Salón Mexica.**

**Fecha de la Expo:**

**Del 17 al 21 de Enero de 2005.**

**Horario de la Expo:** De 10:00 a 20:00 horas.

**Fecha y horario de Montaje:** 16 de Enero, de 8:00 a 24:00 horas.

**Fecha y horario de Desmontaje:** 22 de Enero del 2005, de 8:00 a 14:00 Hrs

### **3. DESCRIPCION DE LA FERIA**

La feria se realiza dos veces al año (enero y agosto) en el World Trade Center, en la ciudad de México D.F., esta feria se realiza en el marco de la feria Expo Decoración y Regalos AMFAR.

Los países con la más destacada participación en FIDAR fueron:

La mayor parte era de México con productos nacionales e importados (China) y en forma independiente se detectó la participación de India, Cuba, Nicaragua, Colombia y Ecuador.

### **4. PARTICIPACIÓN DE GUATEMALA**

Como mencionado anteriormente, el sector artesanal guatemalteco, fue representado este año en la Feria del Regalo FIDAR por las Empresas EL PUENTE y FEBLES.

<b>EMPRESA</b>	<b>DATOS GENERALES</b>	<b>PARTICI-PANTES</b>	<b>PRODUCTOS EXHIBIDOS</b>
<b>Febles</b>	6a. ave. 6-58 zona 13, Aurora I	<b>2</b>	Madera fina (línea de escritorio y regalos)
<b>El Puente</b>	Casa No. 5 Col. Cipresales 2, zona 1, La Esperanza, Quetzaltenango	<b>2</b>	Bolsas, cosmetiqueras, cojines, centros de mesa, individuales y servilletas

#### **Febles:**

Línea de escritorio, Cajas de té, joyeros y otros. Todos en madera fina con pinturas de paisajes, frutas, arabescos, y regionales.

#### **El Puente:**

Presentó productos textiles, especialmente para el hogar así como accesorios personales. Todos los productos presentados fueron desarrollados con el apoyo del Proyecto ATA/AGEXPRONT.

## 5. RESULTADOS ALCANZADOS DURANTE EL EVENTO

<b>CRITERIOS</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>FEBLES</b>	<b>EL PUENTE</b>
Contactos	Mayoristas	5	6
Comerciales	Minoristas	20	30
	Otros	3	-
Pedidos	Número	4	20
	<b>Monto US\$.</b>	<b>1,390.00</b>	<b>16,000.00</b>

### **FEBLES:**

Considero que fue satisfactorio para un primer intento.

### **EL PUENTE:**

Se concretaron ventas por \$ 16,000.00 incrementándose en un 700% en comparación con el año anterior.

Los productos textiles guatemaltecos tienen buena aceptación en el mercado Mexicano.

Los precios de los productos guatemaltecos son competitivos.

## 6. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

	<b>Febles (Q)</b>	<b>El Puente (Q)</b>
Alquiler del Stand	2,670.00	2,670.00
Mobiliario	0	0
Decoración	650.00	0
Envío de Muestras	0	0
Boletos Aéreos	1,500.00	1,550.00
Hospedaje	0	0
Viáticos	1,100.00	800.00
Otros Gastos		
Coordinación Agexpront	775.00	775.00
<b>TOTAL</b>	<b>6,675.00</b>	<b>5,795.00</b>

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### **Febles:**

- Continuar participando en este mismo evento para mostrar continuidad y darle mayor seguridad a los clientes.
- Mejorar la decoración
- Llevar un volumen mayor de muestras y piezas para vender.
- Aumentar el área física de exposición.
- Buscar una mejor ubicación dentro de la feria, preferentemente en esquina

***El Puente:***

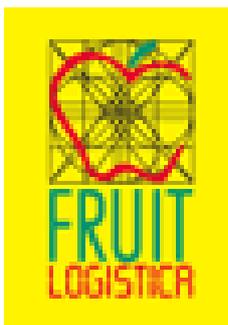
- Se comprobó que los precios de los productos guatemaltecos son competitivos en el mercado mexicano.
- Actualmente somos los únicos guatemaltecos participando en esta feria, presentando productos artesanales.
- La feria se presta además de tomar pedidos también se puede vender a consumidores finales.
- La próxima participación se sugiere organizarse con mayor anticipación para lograr una adecuada participación.
- Se sugiere negociar una mejor ubicación de stand dentro de la feria.
- De ser posible para las empresas participantes se sugiere que las líneas de productos a presentar en stand compartidos sean complementarias.
- Es importante presentar nuevos diseños en cada participación

## ANEXO 9

---

**DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN COMERCIAL  
AGEXPRONT**

**Informe de participación en Ferias Internacionales como visitante**



**Informe de participación en:  
FRUIT LOGÍSTICA 2005**

Fecha: 0 al 12 de febrero de 2005

Sector: rutas y Vegetales frescos

Lugar : Berlin, Alemania

Participantes: Waleska Sterkel, Gerente de Promoción e Información  
Olaf Rasch, Director de la Comisión Agrícola y Vicepresidente  
de AGEXPRONT

También se recibió el apoyo durante todo el evento de Karin Beeck, Agregada Comercial de Guatemala en Berlín del Programa de Agregados Comerciales, de Inversión y Turismo – PACIT.

**Con el apoyo del Proyecto USAID/AGEXPRONT**

## **1. INFORMACIÓN GENERAL DEL EVENTO**

### **Generalidades del show**

Fruit Logística es un show dirigido al sector de frutas y vegetales el cual se lleva a cabo una vez al año y es organizado con el apoyo de Fruit Magazine y del Messe en Berlin.

Esta feria es una feria compacta y muy bien orientada a sus grupos objetivos, los cuales son empresas de terceros países que pueden exhibir sus productos exóticos así como empresas nuevas de Europa Central y Europa del Este. Una excelente oportunidad para que estas empresas ofrezcan sus productos a mercados internacionales.

#### **i. Grupo objetivo de la feria**

Profesionales con alto nivel de decisión. Los profesionales se identifican en primer término como representación de los negocios de importación y exportación, productores de frutas y hortalizas y del comercio al por mayor. La representación del comercio minorista fue de aproximadamente del 9 por ciento.

#### **ii. Sector**

Frutas y Vegetales

#### **iii. Categorías de Productos Exhibidos:**

Frutas frescas, Vegetales frescos, hongos frescos, papa, fruta deshidratada, nueces, productos para catering, productos orgánicos, especias y hierbas, productos congelados (frutas, vegetales y hierbas), flores y plantas ornamentales, otros productos alimenticios, semillas, desarrollo de variedades, equipos y sistemas para cultivos, productos y sistemas para la post-cosecha, sistemas de refrigeración y sistemas de monitoreo de temperatura, maquinaria de empaque, sistemas de etiquetado y pesado, materiales de empaque, pallets, compañías de transporte, puertos, almacenadoras, bodegas, control de calidad, equipo para maduración de bananos, sistemas de limpieza y reciclamiento, sistemas de internet, vehículos, laboratorios, análisis técnicos, otros equipos, promoción y empresas de mercadeo y consultorías, empresas de investigación de mercados, Asociaciones de Promoción Comercial, capacitación, prensa, servicios de financiamiento, consultores varios.

#### **iv. Piso de exhibición**

##### **Días y horarios de exhibición y de inscripción**

Nivel Rojo

Hall 1.1

Hall 2.1

Hall 3.1

Hall 4.1

Hall 6.1

Nivel Amarillo

Hall 1.2

Hall 2.2

Hall 3.2

Hall 4.2

Jueves 10 de febrero

Viernes 11 de febrero

Sábado 12 de febrero

De 9:00 a.m. a 06:00 p.m.

##### **v. Eventos especiales dentro del show:**

La feria tiene una serie de actividades y eventos a los cuales se puede asistir si se tiene un stand. En esta oportunidad no se asistió a dichos eventos.

A continuación las actividades organizadas por la feria.

1. European Retail Institute
2. 24th Fresh Produce Forum
3. Grüner Merkur Awards Ceremony (Annual Awards for outstanding performance in the international fresh produce sector)
4. Fruit Logistica Opening Ceremony
5. **AI Invest – Latin American and European Business Meeting** (este es un evento organizado por AI Invest Argentina en el cual se organizan ruedas de Negocios. Por parte de Guatemala la empresa Frutesa participó).
6. Quality and brand policy in Belgium
7. Fruit Logistica Official Press Conference
8. Quality Produce from Italy
9. Cool Chain Quality Indicators
10. Get together – with a typically German flavour
11. Fresh Produce in the supermarket
12. German Supermarket Flower awards
13. German fruit prize

- 14. Fresh Fruit and vegetables in a healthy diet – opportunities to increase consumption
- 15. Solutions for product tracing and ecr in fresh produce
- 16. Arab agricultural exports – perspectives and potential

**vi. Visitantes**

28.500 (2004: 22.000) expertos de la comercialización de frutas y hortalizas procedentes de 100 países

48.000 m<sup>2</sup> de superficie en pabellones (2004: 36.000qm)  
1.355 expositores de 64 países (2004: 1.112 de 54 países)

**vii. Información Estadística del Evento**

**Tabla #1: Enfoque de la Feria.**

<b>Enfoque de la Feria</b>	
	%
<b>Fruta Fresca</b>	<b>57.8</b>
<b>Vegetales Frescos</b>	<b>44</b>
<b>Empaque</b>	<b>15.1</b>
<b>Papas</b>	<b>12.9</b>
<b>Transporte</b>	<b>6.8</b>
<b>Frutas Secas / nueces</b>	<b>6.6</b>
<b>Productos de Conveniencia</b>	<b>5.7</b>
<b>Instituciones / organizaciones</b>	<b>5.5</b>

Fuente: FRUIT LOGISTICA Elaborado: Gelszus Messe-Marktforschung GmbH, Dortmund)

**Tabla # 2 Línea de Negocios de Visitantes Fruit Logística 2005:**

<b>Línea de Negocios</b>	
	%
<b>Importaciones / exportaciones</b>	<b>32.7</b>
<b>Productos Agrícolas</b>	<b>27.4</b>
<b>Venta al detalle</b>	
* Ventas Distribución	<b>7.5</b>
* Compras Centrales	<b>3.9</b>
<b>Ventas al por Mayor</b>	
* Propietario Venta al por Mayor para una Cadena de venta al detalle	<b>7.1</b>
* Otro tipo de Negocios de Venta al por Mayor	<b>7.3</b>
<b>Proveedores de otros Servicios</b>	<b>7.3</b>

## Línea de Negocios

	%
<b>Compañías de Empaques</b>	<b>6.7</b>
<b>Industria</b>	<b>5.7</b>
<b>Agentes de Transporte / transporte</b>	<b>6.1</b>

Fuente: FRUIT LOGISTICA Elaborado: Gelszus Messe-Marktforschung GmbH, Dortmund)

**Tabla #3 Interés de Visitantes en Productos Ofertados:**

viii.

<b>Interés en Productos Ofertados</b>	
	%
<b>Fruta Fresca</b>	<b>50.3</b>
<b>Vegetales Frescos</b>	<b>45</b>
<b>Empaques</b>	<b>25.2</b>
<b>Mercadeo/ de Mercados</b>	<b>14.1</b>
<b>Almacenaje</b>	<b>13.4</b>
<b>Transporte</b>	<b>12.4</b>
<b>Papas</b>	<b>12.1</b>
<b>Servicios Técnicos</b>	<b>10.7</b>
<b>Productos de Conveniencia</b>	<b>10.4</b>
<b>Frutas Seca/Nueces</b>	<b>9.7</b>
<b>Instituciones / organizaciones</b>	<b>7</b>

Fuente: FRUIT LOGISTICA Elaborado: Gelszus Messe-Marktforschung GmbH, Dortmund)

## ix. PARTICIPACIÓN DE GUATEMALA

En esta oportunidad se visitó la feria únicamente como visitantes y no como expositores.

Como parte de AGEXPRONT, participó Olaf Rasch, Director de AGEXPRONT, Waleska Sterkel como Gerente de Promoción Comercial y se contó en Alemania con el apoyo de Karin Beeck, Agregada Comercial de Guatemala en Berlín.

El Ministerio de Agricultura de Guatemala patrocinó también la participación de:

Guillermo Fuentes, Presidente de la Comisión de Mango  
Hyron Peña, Ejecutivo de la Comisión de Mango

También nos pudimos percatar de la participación de varios empresarios guatemaltecos que se fueron por su propia cuenta pero siempre como visitantes:

Gloria Elena Polanco  
Lorena Agüero  
Alan Safie  
Emilio Say  
Miguel García  
Edgar Humberto Sandoval, Puerto Quetzal  
José Jaime Castillo, Puerto Quetzal

Participó también en la Feria la Directora de la Cámara Alemana Guatemalteca, María Eugenia Reyrosa.

#### **ACTIVIDADES:**

- Se identificaron a las empresas en el directorio que son Importadores o Distribuidores grandes. Esto se logró hacer más fácilmente con el apoyo de Karin Beeck que conoce ya a varios de ellos.
- Se visitaron todos los stands de Latinoamérica para evaluar la competencia y ver cómo se presentan
- Se visitó el stand de Eurepgap para ver la posibilidad de que Guatemala pueda tener su Guategap. Nos informaron que ya México está en el proceso de salir con Mexgap como Chilegap.
- Se visitó el stand de PMA para hacer PR con Nancy Tucker
- Se visitó el stand de Eurofruit (revista especializada del sector de frutas y vegetales en Europa)
- Se visitaron los Grossmarkets o Mercados de Mayoreo. En cada una de las ciudades principales de Alemania existe un Grossmarket.

#### **Mercados al Mayoreo**

La importancia de los mercados al mayoreo alemanes como centros de distribución y acopio ha disminuido últimamente, en vista de que algunos grandes Retailers como Metro y Edeka han empezado a importar directamente de los proveedores.

No obstante esto, siguen siendo importantes centros de distribución en toda Europa. En ellos se encuentran alrededor de 1500 mayoristas, importadores y productores que proveen frutas y verduras frescas a tiendas minoristas, mercados, hoteles, restaurantes, supermercados y hospitales. Se calcula que la mercadería que se comercia a través de los mercados al mayoreo alemanes alcanza a más de 100 millones de consumidores en Europa. En vista de que en ellos se concentran varios importadores y mayoristas,

representan una fuente de información importante para nosotros en especial para hacer contactos. En el caso de Alemania no es usual que brinden información sobre precios promedio de los productos pero en otros países europeos como Francia si lo hacen.

Se visitó su Stand durante la Fruit Logisitca y dentro de los más importantes se encuentran el Grossmarkt de Hamburgo, el de München, Frankfurt, y también el de Stuttgart, Hannover, Berlin. La página donde pueden encontrarse todos los contactos con los mercados al mayoreo es: [www.grossmärkte.org](http://www.grossmärkte.org) .

Frankfurt: [www.frische-zentrum-frankfurt.de](http://www.frische-zentrum-frankfurt.de) , Stuttgart: [www.grossmarkt-struttgart.com](http://www.grossmarkt-struttgart.com)

### **EMPRESAS VISITADAS:**

- Agro Service  
Poland
- Atlanta AG  
Bremen, Germany
- Australia Fresh  
Sydney, Australia
- Avocados Australia Ltd-
- Del Monte Fresh Produce  
Hamburg, Germany
- Edeka Aktiengesellschaft  
Hamburg, Germany
- Eurepgap  
Köln, Germany
- France Fresh  
Kehl, Germany
- Fruchthansa  
Köln, Germany
- Fyffes B.V.  
Rotterdam, Netherlands
- Kölla & Co.  
Kaarst, Germany
- Metro  
Düsseldorf, Germany
- Pomona Import  
Perpignan Cedex, France
- TFC Holland  
Maasdijk, Netherlands

### **x. BENCHMARKING**

Los países latinoamericanos que participaron como expositores fueron los siguientes:

	<b>País</b>	<b>No. Stands</b>
1.	Argentina	24
2.	Brazil	22
3.	Chile	04
4.	Colombia	04
5.	Costa Rica	01
6.	Ecuador	06
7.	El Salvador	01
8.	México	10
9.	Perú	12

#### **xi. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES:**

- Se pudo observar una diferencia grande con la feria de PMA que es la feria en que participa la Comisión Agrícola de Guatemala. La Feria PMA es más pequeña en metros cuadrados y los stands son más grandes por empresa que los de Fruit Logística.
- El público en PMA es más internacional, es decir llegan compradores de Estados Unidos y del resto del mundo. En Fruit Logística asisten más compradores regionales
- En Fruit Logística el ambiente es más de negocios y en PMA el ambiente es más visual.
- El participar en Fruit Logística para un empresario guatemalteco es más caro que en PMA, tanto por costos del stand, como costos de viaje (boletos, hospedaje), sin embargo se recomienda participar en esta Feria como expositor el año 2006 ya que las empresas que fueron como visitantes pudieron hacer negocios, pero no se tuvo la presencia de país.

#### **CONTACTOS:**

<b>Empresa</b>	<b>Contacto</b>	<b>Teléfono</b>	<b>e-mail</b>	<b>Seguimiento</b>
The Art of Exhibiting	Andres Jordan	0049-0-2861-60350	<a href="mailto:Ajord.tradeshow@t-online.de">Ajord.tradeshow@t-online.de</a> <a href="http://www.jordan-tradeshow.de">www.jordan-tradeshow.de</a>	Esta empresa es la empresa que le hace la decoración a la Subcomisión de Plantas Ornamentales en ferias como IPM. Karin Beeck organizó una reunión con ellos para poder ponernos de acuerdo y planificar con tiempo la decoración del stand. También le ha cotizado stands a la comisión de productos ecológicos.
Eurepgap	Dr. Elmé Coetzer Technical Manager	27-0-82-662-8105	<a href="mailto:coetzer@foodplus.org">coetzer@foodplus.org</a> <a href="http://www.eurep.org">www.eurep.org</a>	Hablar con Jaime Sosa y Waleska Weyman para

Empresa	Contacto	Teléfono	e-mail	Seguimiento
	Fruit and Vegetables Eurepgap Trainer			ver la posibilidad de poder calificar como Guatemala Gap. El mail de Waleska es <a href="mailto:weymann@foodplus.org">weymann@foodplus.org</a>
Messe Berlin	Monika Bader Projektreferentin	49-0-30-3038-2048	<a href="mailto:bader@messe-berlin.de">bader@messe-berlin.de</a> <a href="http://www.fruitlogistica.de">www.fruitlogistica.de</a>	Se platicó con Monika para disculparnos por haber cancelado nuestra participación con Stand. Se acordó que nos vamos a poner a trabajar con Ma. Eugenia Reyrosa para ver la posibilidad de participar con stand en el 2006
Kölla The Fruit Company Hamburg	Herberth F. Scholdei	49-40-303727-11	<a href="mailto:hs@koella.de">hs@koella.de</a>	Ya importan de Guatemala por barco, melon, mango y van a comenzar con banano el próximo año. Distribuidor para Hamburgo
Inter. Weichert & Co.	Enrique Nebot	49-40-32900-211	<a href="mailto:e.nebot@interweichert.de">e.nebot@interweichert.de</a> <a href="http://www.interweichert.de">www.interweichert.de</a>	Enviar información sobre Agritrade. Este tiene una alianza con Fyffes que es un distribuidor británico.
FTK	Corrie Visbeen	31-10-5241700	<a href="mailto:Corrie_visbeen@ftk.nl">Corrie_visbeen@ftk.nl</a> <a href="http://www.ftk.nl">www.ftk.nl</a>	Importador de snow peas de Marco Tulio García y mangos de un señor José Luis Rueda. Está interesado en specialized exotic products que actualmente están importando de Costa Marfil, Sri Lanka y República Dominicana (principalmente cocos y red bananas)
Del Monte Fresh Produce International inc	J. Claudio Abarca Director of Operations Tropical Fruit Europe – Africa	377-97973800	<a href="mailto:cabarca@mc.freshdelmonte.com">cabarca@mc.freshdelmonte.com</a>	Están importando de Del Monte en USA.
Fruidor Pomona	Máxime Nosek	049-91011078040	<a href="mailto:m.nosek@fruidor.fr">m.nosek@fruidor.fr</a>	El importador o comprador de Latino America se llama Ivan Rassat y su mail es <a href="mailto:i.rassat@fruidor.fr">i.rassat@fruidor.fr</a> . Esta es una empresa que distribuye productos en francia, le venden más o menos a 70 wholesalers y supermercados principalmente en Francia. Están importando mango Kent y Tommy de Brazil, Perú, Africa Cocos de Santo Domingo y Casabe de Costa Rica. Invitar para Agritrade
Peter Vetter Fresh	Andreas Freis	0490207851/8701	<a href="mailto:a.freis@peter-vetter.com">a.freis@peter-vetter.com</a> <a href="http://www.peter-vetter.com">www.peter-vetter.com</a>	El comprador para Latinoamérica se llama

Empresa	Contacto	Teléfono	e-mail	Seguimiento
Company				Martín Baumert 0049-7851-870116 Están importando frutas de España. Le interesa producto deshidratado para vender en Alemania, Francia, Holanda, Rusia y Europa del Este.
Fruchthansa GMBH	Lutz Krasemann Management Assitant	049-0-221.9 37 57 48	<a href="mailto:Lutz.krasemann@fruchthansa.de">Lutz.krasemann@fruchthansa.de</a> <a href="http://www.fruchthansa.de">www.fruchthansa.de</a>	El Comprador de mangos se llama Zenaide Huerten.
Development Evironment Service	Christian Befve	33 0 686 286 355	<a href="mailto:christian@befve.com">christian@befve.com</a> <a href="http://www.befve.com">www.befve.com</a>	Es asesor privado para cultivos como espárragos y hongos silvestres. Ya ha venido a Guatemala y conoce a Charly Springmuhl. Se le podría invitar a venir a Agritrade. Están importando hongos de México, Ecuador, Argentina y Chile
Mr. Sweet mango	Alberto L. Swett	593-4-288 3460	<a href="mailto:Alberto_swett@hotmail.com">Alberto_swett@hotmail.com</a>	Exportador de mango ecuatoriano
Metro Group Buying	Oliver Buckermann, Sascha Enders	49 0 211 969 1026	<a href="mailto:Oliver.buckermann@metro-mqb.com">Oliver.buckermann@metro-mqb.com</a>	
PMA	Nancy Tucker Vice President Global Business Development	302-738-7100	<a href="mailto:ntucker@pma.com">ntucker@pma.com</a> <a href="http://www.pma.com">www.pma.com</a>	Se pasó saludando a Nancy Tucker al stand de PMA
Frische Zentrum	Guido Jahnke	069-5000 69-23	<a href="mailto:gj@frische-zentrum-frankfurt.de">gj@frische-zentrum-frankfurt.de</a> <a href="http://www.frische-zentrum-frankfurt.de">www.frische-zentrum-frankfurt.de</a>	Distribuidores. Enviar mail con oferta exportable para invitar a Agritrade
Minor Weir & Willis Ltd.	Sudhir Mehta Commercial Director	0121 344 4554	<a href="mailto:sales@mwww.co.uk">sales@mwww.co.uk</a>	Distribuidor para toda Europa. Invitar a Agritrade. Ya compra de Guatemala
Exporta El Salvador	Abilio Orellana Agritrade Specialist	503-278-2285	<a href="mailto:aorellana@exporta.gob.sv">aorellana@exporta.gob.sv</a>	Funcionario del Gobierno de El Salvador, quien estaba atendiendo junto con el cónsul de El Salvador en berlin, el stand de El Salvador.
Edeka	Yannick Lefèvre	089-72-62-259	<a href="mailto:Yannick.lefevre@edeka.de">Yannick.lefevre@edeka.de</a>	La encargada de frutas y vegetales se llama Anette Schröder. Su telefono es el 060-30209268
Atlanta Ag	Susana Dovale	49-421-30921	<a href="mailto:dovale@dfm-gmbh.de">dovale@dfm-gmbh.de</a> <a href="http://www.atlanta.de">www.atlanta.de</a>	Invitar a Agritrade

## DOCUMENTOS

- Catálogo de Fruit Logística / Promoción Comercial
- Eurepgap, Reglamento General Versión 2.1 Jan 04 /Pipaa
- Metro Group International Profile / Centro de Negocios
- Track your Food / Pipaa

- El Ejido, España / Promoción Comercial
- Atlanta Group / Centro de Negocios
- FTK Holland / Centro de Negocios
- Camposol / Promoción Comercial
- The Fresh Company / Comisión de Alimentos y Comisión Agrícola
- Fresh 2005 / Budapest 1 al 3 de junio 2005 / Promoción Comercial
- Expro El Salvador / Promoción Comercial
- Antón Dürbeck / importador / Centro de Negocios
- Fructidor International / Directorio de Exportadores gratis / Mercadeo
- Eurofruit Magazine / promoción comercial /centro de negocios
- Fruchthandel Magazine / promoción comercial /centro de negocios









# ANEXO 10:

---

DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN COMERCIAL

AGEXPRONT

Informe de participación en Ferias Internacionales como visitante



## Informe de participación en: EXPO ANTAD 2005

Fecha: 10 al 12 de marzo de 2005

Sector: Alimentos y Bebidas procesados.

Lugar : Guadalajara, Jalisco  
México.

Participantes: Mariela López Piedrasanta, Coordinadora de Ferias Internacionales  
Depto. de Promoción Comercial  
Marco Tulio Recinos, Coordinador Sub-Comisión de Alimentos  
Comisión de Manufacturas

**Con el apoyo del Proyecto USAID/AGEXPRONT**

## 1. INFORMACIÓN GENERAL DEL EVENTO

### **1.1 Generalidades del show**

Expo Antad es un show dirigido al sector de alimentos y bebidas procesados, se lleva a cabo 1 vez al año en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. El 2005 fue su vigésima segunda edición.

Su organización es por medio de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C. quienes se dedican a coordinar el show y también a realizar un sin fin de actividades para mejorar el comercio de las tiendas detallistas de todo México, a lo largo del año. La Asociación cuenta con cadenas de tiendas asociadas que suman más de 7000 tiendas en todo el territorio mexicano (Creo que este dato lo dieron en la conferencia de inauguración).

"Hacia una Nueva Cultura de Negocios", expresión que establece un compromiso entre detallistas e industriales para el engrandecimiento del sector comercio y la satisfacción del consumidor no solo mexicano sino internacional, es uno de los ideales de ANTAD.

### **1.2 Sus objetivos**

- Promover la libre competencia leal y honesta.
- Fomentar la interrelación productiva de los integrantes de la cadena distributiva.
- Intercambiar información y experiencias para mejorar la operación comercial.
- Capacitar al personal de sus Asociados para promover su desarrollo.
- Promover la cultura de respeto al medio ambiente, uso eficiente de energía y fomento de energía renovable.

### **1.3 Los Pilares de ANTAD**

- **Compromiso:** actuar proactivamente, con responsabilidad, honestidad y lealtad.
- **Confidencialidad:** manejo responsable de la información.
- **Unidad e Individualidad:** defender los intereses legítimos de los asociados y respeto a su individualidad.
- **Liderazgo:** ser una organización de vanguardia.
- **Participación Activa** de sus asociados.

En Expo Antad, el evento de Alimentos, Productos de Consumo y tecnología Comercial, se exhiben las novedades y avances tecnológicos del sector comercio, además de presentarse un Programa de Conferencias y El Seminario Internacional de Productos Frescos.

#### **1.4 Grupo objetivo de la feria**

Presidentes, Directores Generales, Directores Comerciales, Directores de Recursos Humanos, Directores de Consumos Internos, Gerentes de tienda y Jefes de Piso de las cadenas de tiendas de todo México, Compradores Internacionales, Mayoristas, Distribuidores, Comercio Independientes, entre otros.

#### **1.5 Sector**

Alimentos y bebidas procesados, productos manufacturados

#### **1.6 Categorías de Productos Exhibidos:**

Abarrotes comestibles, no comestibles, farmacia, importaciones, mobiliario y suministro para tiendas, productos frescos, equipo para restaurantes y fuente de sodas, servicios al Sector detallista, vinos y licores, óptica y librería, marca privada, soluciones tecnológicas, prevención de pérdidas, sistemas para la tienda.

Dulces, chocolate, bebidas energéticas, bebidas carbonatadas, jugos naturales, cafés y sus preparaciones, empaques plásticos, snacks, bebidas preparadas, leches de sabores, helados, tequila, carne seca, carne fresca y preparada, incluyendo chorizos y longanizas, productos de higiene personal y de limpieza. Tortillas de maíz, comida enlatada y en conserva, elotitos en conserva, cerveza, velas aromáticas, velas decorativas en agua, harinas, maquinaria para hacer tortillas y mezcla de harina y maíz, quesos y demás derivados lácteos, vino, atún, mariscos. Empresas de transporte marítimo, empresas de servicios publicitarios y mercadológicos para productos, empresas distribuidoras de juguetes. Tuna, carambola, tomate, lechugas, fresas, moras, aguacates hass.

#### **1.7 Piso de exhibición**

32,000 metros cuadrados de exhibición.

Jueves 10 de marzo

Viernes 11 de marzo

Sábado 12 de marzo

De 10:00 a.m. a 06:00 p.m.

#### **1.8 Eventos especiales dentro del show:**

El Show cuenta con varios eventos aparte de la exhibición. A los cuales se puede asistir como expositor o como comprador visitante, ya sea para hacer negocios, benchmarking o capacitación.

A continuación las actividades organizadas por la feria.

Programa de Encuentros de Negocios:

Consta en un programa de apoyo tanto a las cadenas de asociados como a los expositores. Previa solicitud de citas, para que puedan entrevistar a las empresas de interés.

#### Nuevos Productos e Ideas:

Se cuenta con un stand-pabellón en el que las empresas muestran los productos próximos a penetrar al mercado, con su número de stand y una breve descripción. Aparte de la vitrina se cuenta con la presentación de los productos en las comidas preparadas y en el Catálogo de Nuevos Productos.

#### Tienda del Futuro:

Es un recorrido tecnológico y conceptual dentro de una atmósfera o ambiente de cadena detallista, que muestra desde servicios que permitan eficientes procesos de operación hasta productos en sí.

El fin es mostrar los requerimientos tecnológicos que originan ventajas competitivas.

#### Pabellón de Productos Frescos:

Por noveno año consecutivo, empresas de diferentes estados de la República Mexicana, muestran sus estrategias y productos, para crear, ganar y dominar el mercado de alimentos frescos.

#### Programa de conferencias:

22 conferencias enfocadas a temas de Estrategia, Recursos Humanos, Marketing y Merchandising, Operaciones y Desarrollo Tecnológico, principalmente ahorro de energía en la producción de alimentos y bebidas.

#### Pabellón Gourmet:

Área de exhibición y degustación de preparaciones gourmet en la que las empresas pueden pagar para que sus productos sean preparados, mostrados o utilizados en la misma. Es una forma de tener aún mayor presencia en la exhibición. Pues se mencionan el nombre del productor y características del producto.

La oportunidad que USAID, nos dio en esta feria, fue visitarla para traer toda la información posible del show, pues varios empresarios estaban interesados en dicha feria por haber asistido hace varios años. Por otro lado, el mercado de México es bastante atractivo para los empresarios de alimentos y bebidas.

Los participantes en la Investigación de Inteligencia de Mercados, fueron Marco Tulio Recinos, Coordinador de la Sub-Comisión de Alimentos, principal comisión interesada en el mercado mexicano. Y la Coordinadora de Ferias Internacionales, Mariela López Piedrasanta quien investigó, más a fondo los expositores, Países que exhiben, estrategia utilizada, tipos y diseños de stands y número de empresas participantes.

Acompañaron empresarios de CONSERVAS Y CONGELADOS YA ESTÁ S.A., el Gerente General, el Sr. Francisco Menéndez y su Gerente de Exportaciones, Doris Herrera.

Quienes al final comentaron, haber logrado hacer varios contactos con potencial de negociación, a pesar de haber participado solamente como visitantes.

➤ **ACTIVIDADES DURANTE LA VISITA:**

- Se contactó a la Srita. Pilar Contreras, con quien se negoció para que nos diera gratuitamente los gafetes de los 4 visitantes de Guatemala.
- Por medio del Directorio de Expositores, se ubicaron principalmente los países que estaban exhibiendo. Para visitarlos e investigar la estrategia, de cada uno, los productos que exponen, la forma de exponerlos y el tipo de stand que tienen. Posteriormente se coordinó para hacer un recorrido de toda la feria de esquina a esquina.
- Se visitaron los pabellones principalmente para hacer una investigación de benchmarking, ver qué productos que sean competencia nuestra existen y la forma de empaque, así como los productos que Guatemala puede reformular para entrar al mercado mexicano.
- Se tuvo una entrevista con Pilar Contreras para obtener información directa del show sobre su organización, beneficios al exponer, costos y para solicitar un breve informe de la edición 2005.
- Se entregaron aproximadamente 10 carpetas con información básica de la feria INDUEXPO 2005, organizada por la Cámara de Industria de Guatemala. Así mismo, se recibieron las tarjetas de varias empresas con potencial de exhibición.
- Se entregaron 12 carpetas con información del sector de Alimentos Procesados de Guatemala, folletos que se tenían a disposición en la Sub-comisión de Alimentos y Bebidas. Los folletos fueron entregados principalmente a cadenas de tiendas que participaron con stand así como a algunos compradores que visitaron el show

El sector detallista mexicano está compuesto de un 71.1% de micro-tiendas o vendedores ambulantes, un 20.9% de tiendas pequeñas, un 6.6% de tiendas medianas que en total representan el 98.6% del total de establecimientos.

Sin embargo, las grandes cadenas de supermercados y tiendas departamentales, que forman solamente el 1.4% de los establecimientos, general el 50% de las ventas de menudeo.

Casi toda la industria detallista está concentrada en la región central de México. El PIB por región para la división de menudeo, restaurante y hoteles muestra una tendencia paralela a su ubicación siendo la región central de la Ciudad de México la que representa el 62%, seguida por el norte con el 27% y por el sur con el 11 por ciento.

**2.1 Empresas visitadas:**

- Bomba – Bebida energética
- Kozy Shack – Gelatinas y pudines

- G-Villamex S.A. – Fabricante de Maquinaria para Tortilla de trigo, maíz y tostada.
- CIDEYCO – Equipos para cocina industriales.
- SÉNECA – Snacks de fruta deshidratada
- Los Belenes – Alimentos para animales

➤ **BENCHMARKING**

Los países latinoamericanos que participaron como expositores fueron los siguientes:

	<b>País</b>	<b>Tamaño de stand</b>	<b>No. Empresas</b>	<b>No. De Degustaciones</b>	<b>Productos</b>
1.	Chile	20 x 60	10	1 área común en parte de atrás del pabellón	Queso, vino, aceitunas, fruta en miel y deshidratada
2.	Estados Unidos	3 islas de 20 x 50	30	15 aproximadamente	Snacks, bebidas energéticas, carne fresca, frutas, quesos, verduras, productos de limpieza industrial.
3.	Estado de Sinaloa	2 islas de 20 x 50 pies	12	11	Atún, tortillas, cajeta, jugos.
4.	Estado de Sonora	Isla de 20 x 60 pies	8	1 área común en el centro del pabellón.	Tomate fresco, apio, dips, quesos, aceites, snaks.
5.	Estado de Chihuahua	Esquina de 20 x 50 pies	16	8 áreas de degustación.	Licor, snacks, tortillas, miel, maíz, platos de plástico.
6.	Gobierno del Estado de Aguas Calientes	Esquina de 20 x 60 pies	10 empresas	No degustaciones, solamente t.v. con videos.	Imagen del Gobierno, folletos informativos y fotos de proyectos.

➤ **OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES:**

- Se pudo observar la gran diferencia entre los shows llevados a cabo en EEUU y los shows llevados a cabo en México. Los tamaños de los stands son más grandes y con mucho más colorido, sonido, degustación y edecanes.
- Los visitantes son específicamente profesionales, no se ven visitantes con ropas casuales, se podría decir el 90% de los visitantes está vestido formal con corbata.
- Se pudo notar que el ambiente a pesar que los visitantes son profesionales, los negocios se llevan a cabo posteriormente al show pues las áreas de negociación en la feria no eran las más llenas, sino las de degustación, muestras y shows. Hubo más interacción de compradores en los stands al segundo día de exhibición
- Los costos de stand incluyen paredes, mesa y silla, lo que al empresario le ayuda en inversión en la participación. Con previos contactos realizados por parte del empresario, la feria puede y tiene la posibilidad de ser una gran puerta para el mercado mexicano.

- Sin embargo, los únicos países que exhibieron, fue Chile y Estados Unidos y una empresa Costarricense de velas. Lo que da la pauta que la feria está muy dirigida al mercado detallista nacional, a hacer promoción de los productos mexicanos y para los compradores interesados en productos mexicanos.

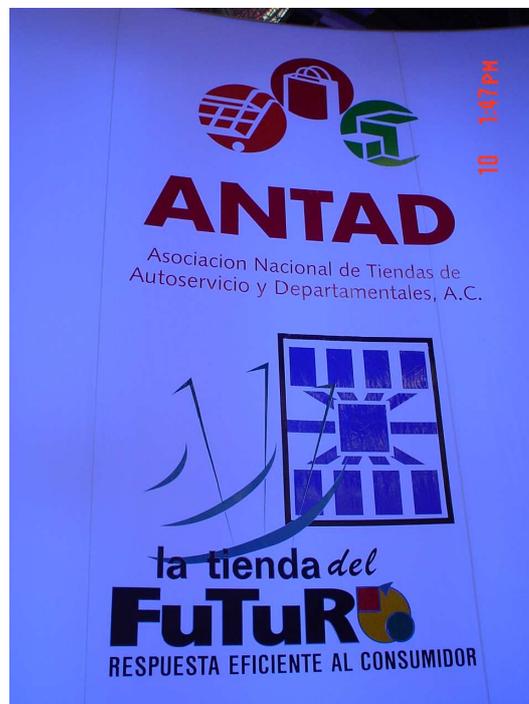
## CONTACTOS:

Empresa	Contacto	Teléfono	e-mail	Seguimiento
CASA LEY S.A. DE C.V.	Lic. Agustín Gaitán Carbajal	(667) 759-1000	<a href="mailto:Agustin.gaitan@casaley.com.mx">Agustin.gaitan@casaley.com.mx</a>	Empresa compradora de mercancías generales para distribuir las dentro de su cadena de supermercados en México.
SALUS	Dr. Peter Brunner	(56-45) 412-816	<a href="mailto:pbrunner@saluschile.cl">pbrunner@saluschile.cl</a>	Compra producto deshidratado de Chile.
ANAPROMER	Laura Sharra	(5255) 5207-2475	<a href="mailto:anapromr@prodigy.net.mx">anapromr@prodigy.net.mx</a>	Empresa dedicada a hacer campañas publicitarias y mercadológicas a empresas individuales o productos para ingresarlos al mercado mexicano.
REVISTAS	José Ma. Herrera Díaz	(52-55) 5564-7040 / 55 64 03 29 / 55 64 70 68	<a href="mailto:José@confitexpo.com">José@confitexpo.com</a>	Empresa representante de 4 revistas dirigidas a confitería para el mercado mexicano.
CIDEYCO	Antonio Peña	55.66.43.42 / 55.66.43.44 / 46	<a href="mailto:cideyco@mexic.com">cideyco@mexic.com</a> <a href="http://www.cideyco.com">www.cideyco.com</a>	Empresa distribuidora de equipo industrial para cocinas.
BONATÚN	José Angel León Enríquez	(55) 587-38-173 01 (55) 218-98-336	<a href="mailto:jleon@bonatun.com">jleon@bonatun.com</a>	Distribuidor de atún en supermercados del Estado de Sinaloa.
SÉNECA	Kathy Richards	(281) 829-2145	<a href="mailto:krichard@northlandcran.com">krichard@northlandcran.com</a>	Empresa estadounidense distribuidora de snacks, compra fruta para deshidratarla a México.









# ANEXO 11:

## MATERIAL IMPRESO CONTACTO

### Cuadriforliar:

#### Servicios:

- Internet y alquiler de accesorios
- Correo electrónico
- Copias electrónicas
- Digitalización de documentos
- Servicio de fotografía digital
- Escaneado e impresiones
- Alquiler de Cañonera Multimedia
- Hosting y elaboración de páginas web
- Recepción de fax y mensajes
- Encuadernado y emplastado
- Fotocopias
- Venta y asesoría en equipo de computación
- Mensajería y Courier
- Televisión y DVD
- Salón de conferencias
- Capacitaciones
- Atención al turista
- Kiosko del exportador
- Asesoría Empresarial y más

¿Necesitas comprar equipo de computación de buena calidad?

¿Buscas un lugar para ingresar a Internet?

¿Quieres tener una oficina cerca de tu casa?

¿Necesitas copias electrónicas?

¿Quieres digitalizar fotografías o documentos?

¿Quieres exportar tus productos?

¿Necesitas dar conferencias o recibir capacitación?

¿Quieres tomar fotografías digitales?

¿Eres turista y necesitas orientación?

¿Necesitas asesoría empresarial?



Cada centro Contacto se ha creado para que puedas tener una oficina virtual cerca de tu casa. No sólo encontrarás los servicios de computadora con Internet, fax, fotocopias, encuadernaciones y digitalización de imágenes; sino que también podrás comunicarte al extranjero, recibir capacitación y asesoría empresarial en distintas áreas. Acércate a uno de nuestros centros. Hay uno cerca de tu localidad.

15 Avenida 14-72, Zona 13  
Quetzaltenango, S.A.  
Tel.: 2362 2002 Fax: 2362 1950  
www.contacto.com.gt  
informacion@contacto.com.gt

Con el apoyo de:



El desarrollo de esta campaña se realizó gracias al apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en Quetzaltenango, Oficina de Asesoría y Control de Gastos del Asesor de Cooperación (COA) y el apoyo de la Asociación Guatemalteca de Emprendedores y Promotores de Pequeñas y Medianas Empresas (AGEMPROM). Los contenidos generados en la campaña no representan ni respaldan los puntos de vista de USAID.



encuadernado y emplastado

servicio de fax y mensajería

reparación de computadoras

mensajería y courier

venta y asesoría en equipo de computación

Internet y alquiler de accesorios

correo electrónico

copias electrónicas

digitalización de documentos

servicio de fotografía digital

escaneado e impresiones

alquiler de cañonera multimedia

hosting y elaboración de páginas web

recepción de fax y mensajes

encuadernado y emplastado

fotocopias

venta y asesoría en equipo de computación

mensajería y courier

televisión y DVD

salón de conferencias

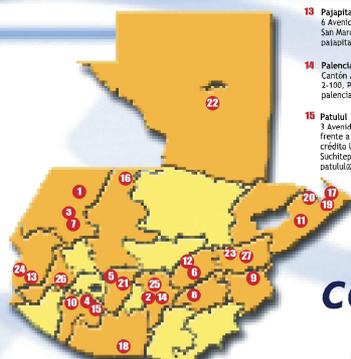
capacitaciones

atención al turista

kiosko del exportador

asesoría empresarial y más

contacto tu ventana al mundo



**contacto**  
tu ventana al mundo

Próximamente: Xela, San Benito Petén y Jutiapa

**1** Barillas  
5 Avenida y 6 Calle Zona 6,  
Villa de Barillas  
Huehuetenango  
barillas@contacto.com.gt

**2** Central de Mayerro  
51 Calle Final Villa Lobos I  
Zona 12 Guatemala  
central@contacto.com.gt

**3** Chiantla  
4 avenida 5-31 Zona 1,  
Huehuetenango  
chiantla@contacto.com.gt

**4** Chisecao  
4a. avenida, 1-38. Zona 1  
Suchitepéquez  
A un costado del IGSS  
chisecao@contacto.com.gt

**5** Chimaltenango  
2 Calle 2-17 Zona 4,  
Chimaltenango  
chimaltenango@contacto.com.gt

**6** Guastatoya  
Avenida Principal, Barrio El Golfo,  
El Progreso  
guastatoya@contacto.com.gt

**7** Huehuetenango  
Aldea el Corral, Chiquito,  
Zona 8 Huehuetenango  
huehuetenango@contacto.com.gt

**8** Jalapa  
Calle Tránsito Rojas 1-13, Zona 5,  
Jalapa  
jalapa@contacto.com.gt

**9** Jocotán  
Barrio El Calvario, Jocotán,  
Chiquimula  
jocotan@contacto.com.gt

**10** Mazatenango  
Calzada Centenario Edificio  
San Bartolomé, 2do. Nivel Local 11,  
Suchitepéquez  
mazatenango@contacto.com.gt

**11** Morales  
Calle principal de Bandegua  
Morales, Izabal  
morales@contacto.com.gt

**12** Morazán  
Barrio Concepción, Morazán,  
El Progreso  
morazan@contacto.com.gt

**13** Pajapita  
6 Avenida 4-50 Zona 1,  
San Marcos  
pajapita@contacto.com.gt

**14** Palencia  
Cantón Agua Tibia, 4 Calle  
2-100, Palencia  
palencia@contacto.com.gt

**15** Patulul  
3 Avenida, calle principal,  
frente a Cooperativa ahorro y  
crédito Unión Popular,  
Suchitepéquez  
patulul@contacto.com.gt

**16** Playa Grande Ixcán  
1 Calle 1 Avenida, Lote 13,  
Zona 1, Playa Grande,  
El Quiché  
iccan@contacto.com.gt

**17** Puerto Barrios  
5a. Avenida 17 calle, esquina,  
Puerto Barrios, Itzabal  
puertobarrios@contacto.com.gt

**18** Puerto Quetzal  
Terminal de Cruceros,  
Puerto Quetzal, Escuintla  
puertoquetzal@contacto.com.gt

**19** Puerto Santo Tomás de Castilla  
Terminal de Cruceros, Puerto Santo  
Tomás, Izabal  
santotomas@contacto.com.gt

**20** Río Dulce  
El Rodero, Río Dulce, contiguo  
estación Esso Marina, Itzabal  
riodulce@contacto.com.gt

**21** San Martín Jilotepeque  
Municipalidad de San Martín  
Jilotepeque, Chimaltenango  
sanmartin@contacto.com.gt

**22** Santa Elena  
Aeropuerto Santa Elena, Petén  
peten@contacto.com.gt

**23** Teculután  
6 Avenida "A" entre 2da y 3ra calle,  
Zona 1 Escuintla  
teculutan@contacto.com.gt

**24** Tecón Uman  
2 ave. y 2 Calle Zona 1,  
San Marcos  
teconuman@contacto.com.gt

**25** Villa Nueva  
5a. Avenida 4-45 Zona 1 Plaza Central,  
Edificio Municipal, Ter. Nuev. Villa Nueva  
villanueva@contacto.com.gt

**26** Xela  
Filial AGEXPROMT  
7a. Calle, 29-25 Zona 3, Quetzaltenango  
xelaagepromt@contacto.com.gt

**27** Zacapa  
3 Calle 19-24, Zona 1  
Barrio las Flores, Zacapa  
zacapa@contacto.com.gt

**Afiche:**

# Servicios:

**Asesoría Empresarial**

**INFORMÁTICA**

- Internet y alquiler de accesorios
- Correo electrónico
- Copias electrónicas
- Digitalización de documentos
- Servicio de fotografía digital

**Atención al Turista**

**Cañonera**

- Recepción de fax y mensajes
- Encuadernado y emplastado
- Fotocopias
- Venta y asesoría en equipo de computación
- Mensajería y Courier

**OFIMÁTICA**

- Escaneado e impresiones
- Alquiler de Cañonera Multimedia
- Hosting y elaboración de páginas web
- Televisión y DVD
- Salón de conferencias
- Capacitaciones
- Asesoría Empresarial
- Asesoría en exportaciones
- Atención al turista y más

**Internet**

**Escaneado de documentos**

**Capacitación**

**Computadoras**

**Servicio de Fotografía Digital**

**Copias**

**Encuadernado y Emplastado**

Cada centro Contacto se ha creado para que puedas tener una oficina virtual cerca de tu casa. No sólo encontrarás los servicios de computadora con internet, fax, fotocopias, encuadernaciones y digitalización de imágenes; sino que también podrás comunicarte al extranjero, recibir capacitación y asesoría empresarial en distintas áreas. Acércate a uno de nuestros centros. Hay uno cerca de tu localidad.

**Videoconferencia** **Puedes encontrarlos en**

<p>1 Barillas 5 Avenida y 6 Calle Zona 6, Huehuetenango barillas@contacto.com.gt 7780-2796</p> <p>2 Central de Hayoreo 51 Calle Final Villa Lobos I Zona 12 Guatemala cenma@contacto.com.gt 2480-4603</p> <p>3 Chiantla 4 avenida 5-31 Zona 1, Huehuetenango chiantla@contacto.com.gt 5210-3834</p> <p>4 Chicacao 4a. avenida, 1-38, Zona 1 Suchitepequez A un costado del IGSS chicacao@contacto.com.gt 7867-7401</p> <p>5 Chimaltenango 2 Calle 2-17 Zona 4, Chimaltenango chimaltenango@contacto.com.gt 7839-5290</p> <p>6 Guastatoya Avenida Principal, Barrio El Golfo, El Progreso guastatoya@contacto.com.gt 7945-1796</p>	<p>7 Huehuetenango Aldea el Corral Chiquito, Zona 8 Huehuetenango huehuetenango@contacto.com.gt 5313-9161</p> <p>8 Jalapa Calle Tránsito Rojas 1-13, Zona 5, Jalapa jalapa@contacto.com.gt 7946-5304</p> <p>9 Jocotán Barrio El Calvario, Jocotán, Chiquimula jocotan@contacto.com.gt 7946-5304</p> <p>10 Mazatenango Calzada Centenario Edificio San Bartolomé, 2do. Nivel Local 11, Suchitepequez mazatenango@contacto.com.gt 7872-1831</p> <p>11 Morales Calle principal de Bandegua Morales, Izabal morales@contacto.com.gt 7947-7467/68</p> <p>12 Morazán Barrio Concepción, Morazán, El Progreso morazan@contacto.com.gt 7945-1796</p>	<p>13 Pajapita 6 Avenida 4-50 Zona 1, San Marcos pajapita@contacto.com.gt 7768-0570</p> <p>14 Palencia Cantón Agua Tibia, 4 Calle 2-100, Palencia palencia@contacto.com.gt 6640-0401</p> <p>15 Patulul 3 Avenida, calle principal, frente a Cooperativa ahorro y crédito Unión Popular, Suchitepequez patulul@contacto.com.gt 5569-5799</p> <p>16 Playa Grande Ixcán 1 Calle 1 Avenida, Lote 3, Zona 1, Playa Grande, El Quiché ixcan@contacto.com.gt 79204499, 55366784</p> <p>17 Puerto Barrios 8a. Avenida 17 calle, esquina, Puerto Barrios, Izabal puertobarrios@contacto.com.gt 7948-8788, 7948-8819, 5202-4095</p>	<p>18 Puerto Quetzal Terminal de Cruceros, Puerto Quetzal, Escuintla puertoquetzal@contacto.com.gt 7881-3886</p> <p>19 Puerto Santo Tomás de Castilla Terminal de Cruceros, Puerto Santo Tomás, Izabal santotomas@contacto.com.gt</p> <p>20 Rio Dulce El Relleno, Rio Dulce, contiguo estación Esso Marina, Izabal riodulce@contacto.com.gt 7930-5065/66</p> <p>21 San Martín Jilotepeque Municipalidad de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango sanmartin@contacto.com.gt 7839-1901</p> <p>22 Santa Elena Aeropuerto Santa Elena, Petén peten@contacto.com.gt 7924-8035</p> <p>23 Teculután 6 Avenida "A" entre segunda y tercera calle, Zona 1 Zacapa teculutan@contacto.com.gt 7934-9202 / 5202-4342</p>	<p>24 Tecún Uman 2 ave. Y 2 Calle Zona 1, San Marcos tecunuman@contacto.com.gt 7776-7875</p> <p>25 Villa Nueva 5a. Avenida 4-45, Zona 1 Plaza Central Edificio Municipal, 1er. Nivel, Villa Nueva villanueva@contacto.com.gt 6679-0100 ext 129</p> <p>26 Xela Filial AGEXPRONT 7a. Calle, 29-25, Zona 3, Quetzaltenango xelaagexpront@contacto.com.gt 7763-5412/13</p> <p>27 Zacapa 3 Calle 16-22, Zona 1 Barrio las Flores, Zacapa zacapa@contacto.com.gt 7920-4617, 7941-5828</p>
---	--	---	---	---

**Mansejería y Courier** **Digitalización de Documentos** **Alquiler de Cañonera**

**Próximamente: Xela, San Benito Petén y Jutiapa**

Con el apoyo de:

Microsoft  
Tu potencial. Nuestra pasión.™

Guatemala alma de la tierra

IBERICA CONSULTING

Microsys

**contacto**  
tu ventana al mundo

15 Avenida 14-72, Zona 13 Guatemala, C.A.  
Tel.: 2362 2002 Fax: 2362 1950  
www.contacto.com.gt / informacion@contacto.com.gt

Contacto también provee productos y servicios de:

La elaboración de este afiche es posible gracias al apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en Guatemala, Oficina de América Latina y el Caribe, a través del Acuerdo Cooperativo 820-A-00-05-00009-00 operado por la Asociación General de Exportadores de Productos No Tradicionales (AGEXPRONT) Las opiniones expresadas en este documento no necesariamente reflejan los puntos de vista de USAID.

## **ANEXO 12:**

---

**DESCRIPCION**

**ALIANZAS ESTRATEGICAS**

**CONTACTO**

ANEXO 13:

---

PERFILES DE PUESTO