

Proyecto de Desarrollo Económico Rural Territorial PRODERT IXOQIB'

SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE BIO DISTRIBUIDORA (QUILALI)

*El Acceso a Mercados Formales para Pequeñas
Productoras Rurales, ¡Si es posible!*



Quetzaltenango, agosto de 2021

Proyecto de Desarrollo Económico Rural Territorial – PRODERT IXOQIB´

Con el financiamiento de:

La Embajada de Suecia en Guatemala e
Implementado por Helvetas Swiss Intercooperation Guatemala



Supervisión:

Emilio Santos Bulux, Coordinador Proyecto PRODERT IXOQIB´
Jairon Amilcar Mendoza, Coordinador Territorial Huehuetenango-Quiché Proyecto PRODERT IXOQIB´
Byron López, Coordinador Territorial Quetzaltenango-Totonicapán Proyecto PRODERT IXOQIB´

Consultora:

MBA Yeni de Lucero, Especialista en Economía Social y Cooperativismo

Primera edición
Agosto, 2021

Contenido

1.	Identificación de la Experiencia	3
2.	Eje y el Objetivo de la Sistematización.....	3
3.	La Situación Inicial	3
3.1	El Primer Vínculo con Mujeres Sacapultecas Productoras de Amaranto	3
3.2	La Planta de Producción de Alimentos a Base de Amaranto	4
3.3	El Mercadeo y la Comercialización de los Productos Quilali	5
4.	El Proceso de Intervención	5
4.1	Conformación de Redes Empresariales de Mujeres de Sacapulas.....	5
4.2	El Fondo Concursable FIAGRO	6
4.3	La Implementación del Proyecto de Fortalecimiento a la Cadena de Valor de Amaranto de Redes Empresariales de Mujeres de Sacapulas.....	9
4.3.1	Remodelación de la Planta de Producción.....	9
4.3.2	Mejoras al Equipo de Producción e Implementación de Tecnología.....	9
4.3.3	Fortalecimiento del Manejo Post Cosecha de la Semilla de Amaranto	10
4.3.4	Innovación de los Productos Quilali y Búsqueda de Nuevos Mercados	10
4.4	El Rol de los Actores Principales y el Proceso de Intervención.....	11
5	La Situación Actual.....	12
5.1	La Cooperativa QAQ´ANIL.....	12
5.2	La Planta de Producción y la Innovación de Alimentos a base de Amaranto	12
5.3	La Relación Comercial Cooperativa QAQ´ANIL y BIO DISTRIBUIDORA.....	13
5.4	El Mercadeo y la Comercialización de los Productos Quilali.....	14
6.	Lecciones Aprendidas	15

SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE BIODISTRIBUIDORA

1. Identificación de la Experiencia

BIO DISTRIBUIDORA es una industria de alimentos guatemalteca constituida el 30 de agosto del año 2016, las oficinas centrales y la planta de producción de alimentos a base de amaranto¹ se ubican en la Ciudad Capital de Guatemala, sus principales mercados son cadenas de supermercados, tiendas especializadas y clínicas de nutrición.

Esta empresa se provee de semilla de amaranto como materia prima para fabricar cereal, granola, galletas y barras energéticas de parte de productoras de amaranto pertenecientes a redes empresariales del Municipio de Sacapulas del Departamento del Quiché.

BIODISTRIBUIDORA participó en el Fondo Concursable de Innovación para el Impulso de los Agronegocios en el Altiplano Occidental de Guatemala FIAGRO, que promovió el PRODERT IXOQIB´ en el año 2020 con el proyecto “Fortalecimiento de la Cadena de Valor de Amaranto de Redes Empresariales de Mujeres Sacapultecas”.

2. Eje y el Objetivo de la Sistematización

El tema central de la experiencia de BIODISTRIBUIDORA es el acceso a mercados inclusivos y tiene como objetivo mostrar que la vinculación comercial entre una empresa privada y redes empresariales a través de fondos concursables promueven la escala y acceso a otros servicios, para darlo a conocer a organizaciones de gobierno, organizaciones no gubernamentales, la academia y donantes.

3. La Situación Inicial

3.1 El Primer Vínculo con Mujeres Sacapultecas Productoras de Amaranto

El negocio de BIO DISTRIBUIDORA inició en el año 2009 de manera informal con la compra y distribución de amaranto reventado en poporopo a empresas guatemaltecas industrializadoras, pero el sueño era la transformación y venta propia de productos a base de amaranto.

Años adelante con un objetivo más claro de la empresa, importaron una máquina reventadora de amaranto desde México y empezaron a realizar pruebas de transformación de la semilla de amaranto, la cual compraban sin procesar con intermediarios en el Quiché, aunque sabían que era producto de la cosecha de mujeres de esa región.



¹ El Amaranto es conocido en Guatemala como Bledo y en Idioma Kaqchikel como Tzetz, es una planta milenaria rica en proteínas y nutrientes, la FAO y la NASA lo clasificaron en 1,979 como “el mejor alimento de origen vegetal y más completo para el consumo humano”.

El amaranto es utilizado en la elaboración de una gran diversidad de productos, tales como sopas, panqueques, cereal para desayuno, galletas, pastas, barras energéticas y granola.

La empresa tuvo conocimiento de la semilla de amaranto de Sacapulas por medio de una muestra de 2 libras de grano reventado de manera artesanal que les proporcionó la empresa Popoyán, pero a ellos lo que les interesaba era el grano sin procesar para poder transformarlo en granola y galletas.

De esa cuenta, personalmente iniciaron la búsqueda del origen de la producción de semilla de amaranto en el corredor seco del Quiché, motivados por la idea de que su negocio creciera a la vez que ayudaban a mujeres para generar ingresos por medio de la venta de su cosecha de amaranto.

Sus primeras compras de forma directa a las señoras de Sacapulas se dieron en el año 2018 comprando un promedio de 6 quintales mensuales, el cual era recogido en la casa de Doña Juana, quien consolidaba la producción de 14 mujeres Sacapultecas; el pago era en efectivo contra entrega del producto a un precio pactado de Q1,100.



De esa materia prima la empresa tenía una merma alta de hasta de un 15%, ya que las señoras no tenían equipo para limpiar el grano por lo que eventualmente aparecía pelo o piedritas en los lotes entregados, los que se tenían que tirar por completo por ser fuente de contaminación.

Las señoras, aunque recibían asistencia técnica en la producción por medio de Popoyán, no tenían un lugar adecuado para almacenar la materia prima, pesaban el producto en la misma balanza en la que pesaban sus alimentos (pollo, carnes, etc.).

En general, las señoras no aplicaban buenas prácticas en el manejo post cosecha de la semilla de amaranto y la oferta no completaba la demanda de la empresa, por lo que también debían continuar importando el amaranto.

3.2 La Planta de Producción de Alimentos a Base de Amaranto

Con la importación de la máquina reventadora de amaranto, la mezcladora de sólidos y el horno de cocción la empresa empezó a transformar el grano de amaranto y sus primeros productos fueron 4: 2 granolas y 2 barras energéticas.

La planta de producción era tan pequeña, que cuando usaban la máquina reventadora de amaranto no podían usar el horno para la cocción y preparación de galletas y viceversa, es decir, no había una línea de producción completa.

Otro inconveniente que tenía la empresa era que tanto la máquina reventadora y el horno de cocción se calentaban a temperaturas muy superiores al ambiente, lo que no era muy riesgoso para la salud y seguridad de la única mujer que se encargaba de reventar el grano, mezclar los ingredientes, hornear, envasar y colocar de forma manual la fecha de vencimiento en los empaques en ese entonces.

La necesidad de ampliar la planta de producción se volvió indispensable o el negocio no podría crecer. Pensar en ampliar y readecuar la planta, restaurar la máquina reventadora para que no generara tanto calor e innovar los productos parecía imposible por la falta de capital.

3.3 El Mercadeo y la Comercialización de los Productos Quilali



La marca Quilali surgió en el año 2018 dándole vida a los productos con base de amaranto de BIODISTRIBUIDORA, la sílaba inicial “Qui” es un símbolo del origen de la semilla de amaranto y los puntitos en el logo son los granitos de amaranto que representan a las mujeres sacapultecas productoras.

Durante ese año el único mercado de los productos Quilali era Unisuper (5 sucursales La Torre), el volumen de ventas era muy bajo y tenían una rentabilidad mínima, ya que para introducirse a la tienda empezaron pagando

arrendamiento de espacio en las góndolas y, además de cubrir el costo de producción, tenían que pagar los servicios de una degustadora, regalar las muestras y absorber las ofertas con las que se le lograba dar movimiento al producto.

La única idea en ese entonces era dar a conocer los productos y su gran valor nutricional y la estrategia dio los resultados esperados lográndose incorporar a 5 sucursales de los Supermercados La Torre, debido al movimiento presentado.

El mercadeo de los productos Quilali se hacía de forma directa con degustaciones ya que antes la empresa no tenía redes sociales para la promoción de sus productos.

4. El Proceso de Intervención

4.1 Conformación de Redes Empresariales de Mujeres de Sacapulas

El PRODERT IXOQIB´ en la búsqueda de cultivos agropecuarios que generaran ingresos especialmente para mujeres indígenas, realizó un estudio de mercado del cultivo de amaranto, el cual identificó las áreas productivas en el Altiplano Occidental y los principales mercados a nivel nacional.

El estudio concluyó en que el mercado del amaranto en Guatemala era limitado, especialmente por falta de información al consumidor quien desconocía del producto y de sus bondades; consecuencia de la falta de demanda, los niveles de producción eran mínimos en consonancia con el tamaño del mercado; aun así, continuaba siendo muy importante para el proyecto porque según los costos de producción² era un producto rentable, podía ser producido por mujeres como cultivo de traspatio y consolidando producción se podría generar demanda de compradores importantes.



² Los costos de producción de amaranto se calculan en Q2,539.63 por cuerda de 25X25 varas con un rendimiento de 2 quintales por cuerda y un precio de venta de Q1,100 el quintal, lo que daba una rentabilidad bruta inicial del 42%.

De ese estudio se conoció la empresa BIO DISTRIBUIDORA quien estaba interesada en comprar semilla en amaranto de las mujeres sacapultecas, gracias a la muestra que recibió con el apoyo de la empresa Popoyán.

Con la demanda identificada, el proyecto y la Oficina Municipal de Desarrollo Económico (OMDEL) de la Municipalidad de Sacapulas presupuestaron implementar 120 cuerdas de amaranto, con la condición de que las mujeres también aportaran para sus proyectos y se empoderaran del proceso, logrando vincular de esta forma a 50 mujeres que fueron aglutinadas en 4 redes empresariales³. La idea era que sembraran de forma individual y comercializaran de forma conjunta⁴

Contando con el apoyo de la Asociación Centro de Paz Bárbara Ford como Socio Implementador del PRODERT IXOQIB' en El Quiché, se formaron 2 promotoras agropecuarias por cada red empresarial para brindar asistencia técnica in situ, a quienes se les crearon capacidades sobre el cultivo del amaranto:

- Fenología del cultivo;
- Buenas Prácticas Agrícolas (BPA's);
- Manejo agronómico del cultivo;
- Establecimiento del cultivo;
- Manejo de cosecha y post cosecha del grano;

Por otro lado, a las representantes de las juntas directivas de las redes empresariales y comisiones de comercialización, se les crearon capacidades en gestión empresarial en agronegocios.

El total de la producción era para venderla a BIO DISTRIBUIDORA para la fabricación de alimentos a base de amaranto.

Las señoras estaban tan contentas por contar con mercado seguro para el amaranto que solicitaron apoyo para conformarse en una cooperativa por medio de la cual podrían generar mayor interés en la empresa privada al poder formalizar su agronegocio. Al esfuerzo por la constitución de la cooperativa se sumaron el Instituto Nacional de Cooperativas (INACOP), el MAGA y la empresa Popoyán.

4.2 El Fondo Concursable FIAGRO

Dentro del marco del PRODERT IXOQIB' se creó el Fondo Concursable de Innovación para el Impulso de Agronegocios en el Altiplano Occidental de Guatemala (FIAGRO), el que tenía como objetivo promover la vinculación entre las de redes empresariales (grupos de productores) que el PRODERT IXOQIB' apoyaba y las empresas privadas, a través del cofinanciamiento de acciones orientadas exclusivamente a corregir factores críticos que limitaban el acceso a mercados formales de pequeñas productoras, y por otro lado, apoyar a pequeñas y medianas empresas en su crecimiento.

Las cadenas de valor elegibles para el FIAGRO eran las que generaran mayor empleo o ingresos especialmente para mujeres pertenecientes a las redes empresariales conformadas y apoyadas por el

³ La Metodología de Redes Empresariales es un modelo de asociatividad de tipo empresarial, para que pequeñas productoras mejoren sus negocios y se articularan a mercados de manera beneficiosa y sostenible.

PRODERT IXOQIB´, así como otras organizaciones de productores rurales que formaban parte del eslabón producción de las siguientes cadenas de valor:

- Aves de levante
- Aves de postura
- Hortalizas de exportación
- Amaranto
- Toma, cebolla y papa
- Café diferenciado
- Cerdos
- Artesanías modernizadas

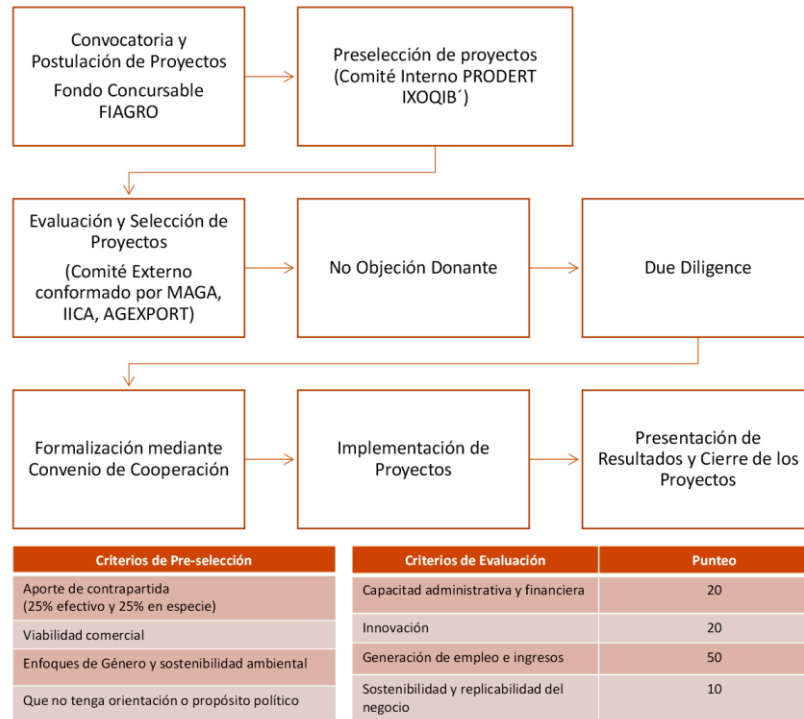
Las acciones y/o inversiones elegibles al FIAGRO eran las que contribuyeran a vincular la oferta y la demanda de producción agropecuaria, priorizando las que beneficiaran a mujeres primordialmente, tales como:

- Infraestructura productiva exclusiva para el mejor acceso a mercados (riego, acopio, maquila, tiendas de insumos, etc.);
- Certificaciones de calidad;
- Creación y registro de marcas de origen;
- Diseño de estrategias y materiales de promoción y mercadeo de marcas de origen;
- Participación en ferias y organización de eventos de promoción y mercadeo de marcas de origen;
- Proyectos piloto para adopción de tecnología para mejorar la productividad, la calidad y el acceso al mercado;
- Proyectos piloto para adopción de tecnología para mejorar el manejo post cosecha;
- Fortalecimiento de la capacidad administrativa y de comercialización;
- Legalización de consorcios (joint ventures); y,
- Materia prima exclusivamente utilizada para la innovación y/o pruebas de mercados

El presupuesto que Fondo Concursable FIAGRO ponía a disposición para cofinanciar cada proyecto era de no menos de Q80 mil o más de Q800 mil, de los cuales el FIAGRO financió hasta el 50% del valor de los proyectos y se solicitaba una coinversión de los postulantes del otro 50% dividido de la forma siguiente: 25% contrapartida monetaria (en efectivo) del valor total del proyecto, y 25% no monetaria (en especie o servicios), las cuales debían ser valoradas por un auditor para ser elegibles, al momento de firmar el convenio de cooperación.

El Fondo Concursable FIAGRO, lanzó 2 convocatorias, de la primera en el mes de agosto del año 2019 en la que se postularon 9 proyectos, de los cuales se implementaron 3; y en el mes de marzo del año 2020 se lanzó la segunda convocatoria en la que se postularon 29 empresas y se implementaron 13 proyectos.

Ilustración 1 Flujo del Proceso Fondo Concursable FIAGRO y Criterios de Preselección y Evaluación de Proyectos



Fuente: Elaboración propia (Lucero, Yeni) en base a Lineamientos del Fondo Concursable FIAGRO.



¡Empoderando mujeres en el corredor seco de Sacapulas Quiché!

BIO DISTRIBUIDORA supo de la primera convocatoria del Fondo Concursable FIAGRO, pero no se animaron a participar porque pensaron que era muy complicado redactar un documento de proyecto y que sería complicado llenar los formatos de aplicación.

La empresa se motivó a escribir su proyecto para la segunda convocatoria del FIAGRO, derivado de su participación en una feria de agronegocios que el MAGA promovió en noviembre del 2019 en el Parque Ecológico Ciudad Nueva en la zona 2 de la Ciudad Capital de Guatemala, en donde varias redes empresariales participaron promocionando la oferta de productos agropecuarios y BIO DISTRIBUIDORA participó para conocer la oferta productiva, en donde recibieron orientación de parte del equipo del PRODERT IXOQIB´ para que se postularan en el FIAGRO.

Fue así como en el mes de marzo del 2020 presentaron su proyecto de “Fortalecimiento de la Cadena de valor Amaranato de Redes Empresariales de Mujeres de Sacapulas”, con el cual solicitaron cofinanciamiento del 50% del total del proyecto para:

- a) Remodelar la planta transformación del amaranto para incrementar la capacidad de proceso y cumplir con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM's);
- b) Hacer mejoras a la máquina reventadora de amaranto para evitar el calentamiento excesivo en la planta y velas por las BPM's e incorporar horno de convección;
- c) Proveer de equipo de BPM's al personal de la planta de producción; y,
- d) Proveer de equipo para el manejo post cosecha a las mujeres productoras de amaranto.

El proyecto de BIODISTRIBUIDORA fue muy bien valorado por el PRODERT IXOQIB', ya que generaba ingresos y autoempleo especialmente para mujeres.

4.3 La Implementación del Proyecto de Fortalecimiento a la Cadena de Valor de Amaranato de Redes Empresariales de Mujeres de Sacapulas.

A pesar de que la empresa BIO DISTRIBUIDORA fue seleccionada para implementar su proyecto con financiamiento del Fondo Concursable FIAGRO, la fase de Due Diligence reflejó la necesidad de apoyo en la administración del financiamiento, razón por la cual se seleccionó a ASOCUCH como Unidad Ejecutora (Convenio HSI-PRODERT-FIAGRO-2020-08) dada su experiencia en el manejo de fondos y procedimientos financieros de HELVETAS, sumándose también al proceso de forma casi inmediata, ya que se requería de hacer la remodelación a la planta de producción, las mejoras a la máquina reventadora Ovinos; de amaranto y la adquisición de equipos BPM's y tecnología lo antes posible para que estuviera lista cuando las redes empresariales cosecharan el amaranto.



lista cuando las redes empresariales cosecharan el amaranto.

4.3.1 Remodelación de la Planta de Producción

El proyecto de fortalecimiento a la cadena de valor de amaranto inició con las mejoras a instalaciones de fabricación de los alimentos, las cuales incluyeron el forrado de techos y forrado de paredes con tabla yeso, mejoras en la iluminación e instalaciones eléctricas para colocación de nuevos equipos, mejoras a las salidas de vapores de los hornos y aplicación de pintura sanitaria en las áreas de proceso.

Con las mejoras a las instalaciones eléctricas e iluminación se pretendía reducir significativamente el consumo de energía eléctrica.

4.3.2 Mejoras al Equipo de Producción e Implementación de Tecnología

A la máquina reventadora de amaranto se le aplicó revestimiento cerámico HPC en áreas focalizadas para bloquear el calor y evitar la corrosión del aislante por el uso, este tipo de revestimiento tendría una vida útil de 10 años.

Se implementó un horno de convección a gas con amplia cámara de cocción, fabricado de acero inoxidable con control electrónico de temperatura, tiempo de cocción y de vaporización, el tablero controla el ventilador interno trabajando un tiempo en un sentido y otro tiempo sentido contrario para garantizar una cocción pareja de cualquier tipo de producto; el horno también tiene control doble en la chispa y flama que garantiza alta seguridad, con consumo de gas un litro por hora y un consumo eléctrico 0.5 Kw por hora. Adicionalmente, se implementó una banda transportadora de 2 metros, una codificadora y etiquetadora estacionaria, para imprimir códigos de barras y fechas de caducidad, así como una balanza electrónica, con lo cual harían más eficiente el proceso.

4.3.3 Fortalecimiento del Manejo Post Cosecha de la Semilla de Amaranto

Para reducir las pérdidas post cosecha y mejorar la calidad del grano de amaranto, todas las mujeres fueron capacitadas para una adecuada manipulación de la materia prima y normas básicas de calidad e inocuidad de los alimentos, y se les suministró y capacitó en el uso y mantenimiento del equipo siguiente:

- Barril hermético con tapa, empaque y cincho;
- Arneros;
- Cubrebocas antilíquidos y antimicrobios (mascarillas reutilizables que soportan hasta 50 lavadas);
- Cofia de gabardina ajustable para cabello;
- Gabacha de gabardina; y,
- Kit de saco y bolsa.

Adicionalmente se les proporcionó una balanza estacionaria electrónica para el grupo completo para el pesado adecuado de la materia prima, para ser utilizada en la recepción y en el despacho.

4.3.4 Innovación de los Productos Quilali y Búsqueda de Nuevos Mercados



Contando con la planta remodelada y la nueva tecnología implementada, la empresa inició con la fabricación de los nuevos productos Quilali, así como los trámites de registros sanitarios y elaboración de tablas nutricionales, sin embargo, con la llegada del COVID-19 al país las ventas en supermercados empezaron a reducirse ya que el producto no era de primera necesidad.

La planta dejó de producir alrededor de 3 meses pensando en que pronto el COVID-19 habría pasado y que todo volvería a la normalidad.

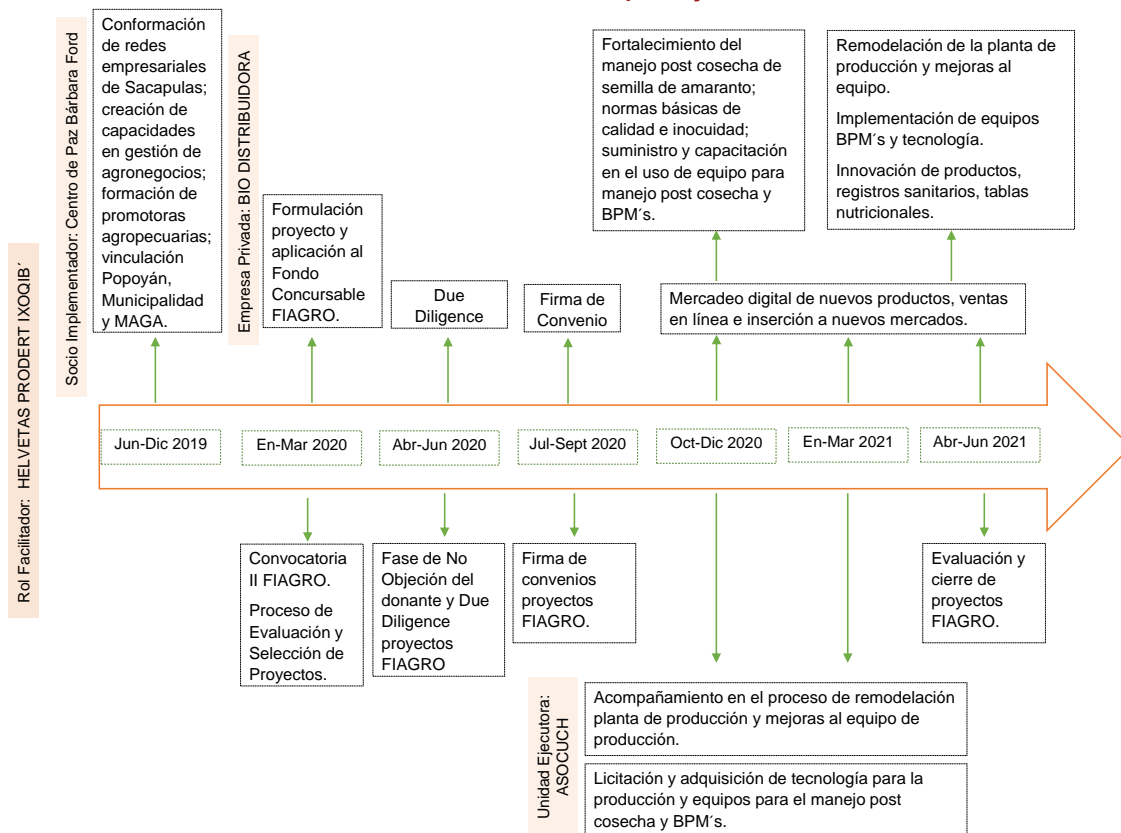
La empresa no estaba preparada para hacer el mercadeo de forma digital y atender a los clientes por medio de redes sociales, pero presionados por el compromiso de compra de materia prima a las redes empresariales de Sacapulas, contrataron servicios especializados para incursionar en el mercadeo digital, quien hizo mejoras a la página de internet de la empresa, abrieron redes sociales para la promoción de los productos, incursionando muy rápido a otra forma de mercadear, mucho más ágil.

De esa cuenta lograron ubicarse en tiendas en línea de promoción y distribución como greens, tap tap y picapino, adicionalmente mejoraron la promoción mediante las redes sociales de nutricionistas con estrategias como la recomendación de planes de alimentación completos y retos.

4.4 El Rol de los Actores Principales y el Proceso de Intervención

En la ilustración a continuación se visualiza la intervención del PRODERT IXOQIB´ en su rol facilitador, la intervención de la Asociación Centro de Paz Bárbara Ford como Socio Implementador para la conformación de redes empresariales y creación de capacidades en las mujeres productoras de amaranto; también se visualizan las acciones de la empresa privada BIO DISTRIBUIDORA y de ASOCUCH en la implementación del Proyecto de Fortalecimiento a la Cadena de Valor de Amaranto de Redes Empresariales de Mujeres de Sacapulas, financiado en un 50% por el Fondo Concursable FIAGRO.

Ilustración 2 El Rol de los Actores Principales y el Proceso de Intervención



Fuente: Elaboración propia (Lucero, Yeni) en base a revisión documental y resultados de la investigación de campo.

5 La Situación Actual



Los cambios y/o mejoras identificadas en las Redes Empresariales de Mujeres productoras de amaranto y en BIO DISTRIBUIDORA, como resultado de la implementación del Proyecto de Fortalecimiento a la Cadena de Valor de Amaranto de Redes Empresariales de Mujeres de Sacapulas, con el Financiamiento del Fondo Concursable FIAGRO se describen a continuación:

5.1 La Cooperativa QAQ'ANIL

Los cambios que se identificaron en las mujeres productoras de amaranto fueron sorprendentes, pasaron de producir de manera individual granos básicos y amaranto, a conformarse en redes

empresariales para la consolidación de la oferta de amaranto, hasta convertirse en una cooperativa de comercialización.

Las mujeres ahora siembran y manipulan la cosecha con mejores técnicas y equipos, conocen sobre normas básicas de calidad e inocuidad, y cuentan con asistencia técnica in situ; por otro lado, las señoras pertenecientes a las juntas directivas de las redes empresariales ahora gestionan de mejor forma el agronegocio (producción, organización y comercialización de semilla de amaranto) y se relacionan de forma directa y con confianza con su principal cliente, a la vez que se ocupan de las tareas del hogar.

“Las mujeres empezaron a trabajar con ganas porque saben que tenemos un mercado seguro...” Juana Osorio, Presidenta del Consejo de Administración de la Cooperativa QAQ'ANIL.

El volumen de producción promedio anual de amaranto se ha mantenido en 24,240 quintales desde el año 2019 al año 2021, debido a que únicamente siembran en temporada de invierno, ya que solamente un 3% del total de las mujeres tienen riego y a que no cuentan con capital para poder incrementar las áreas productivas.

5.2 La Planta de Producción y la Innovación de Alimentos a base de Amaranto

Con las mejoras en la planta de producción, mejoras a la reventadora de amaranto y la implementación del equipo nuevo, ahora la empresa cuida la salud y seguridad del personal y también innovaron la producción, de los 4 productos iniciales ahora producen 8 así:

Productos iniciales:

- (1) Granola de amaranto sabor almendra
- (1) Granola de amaranto sabor piña y pasas
- (1) Barra (energética) de amaranto sabor arándanos y almendra
- (1) Barritas (energéticas) de amaranto sabor miel y pecanas

Desarrollo de nuevos productos:

- (1) Snack (galleta) de amaranto con chocolate especial para diabéticos
- (1) Cracker (golosina) de amaranto con chía
- (1) Cracker (golosina) de amaranto con quinoa
- (1) Barra (energética) de amaranto manzana y kiwi

La empresa redujo el tiempo en la codificación de sus productos con el equipo Anser InkJet, esta máquina logra codificar 1,000 unidades en 15 minutos en comparación a la maquina manual que demoraba 2 horas. Con la mejora a la máquina reventadora de amaranto se logró una reducción del consumo de gas propano al 50%.



Con la incorporación del nuevo equipo y la remodelación al área de producción, la capacidad productiva en la planta incrementó cuatro veces y les permite líneas de producción simultáneas, con lo cual la empresa está preparada para el aumento de ventas con base a la demanda del mercado.

5.3 La Relación Comercial Cooperativa QAQ´ANIL y BIO DISTRIBUIDORA

Antes había interés de parte de la empresa privada en comprar semilla de amaranto de Sacapulas, pero se sentían desmotivados porque el precio que pagaban era mayor al del amaranto importado y por el porcentaje elevado de merma que tenían en planta (15%) por el mal manejo post cosecha que las mujeres le daban a la materia prima.

Ahora gracias al equipo proveído y las capacitaciones para una adecuada manipulación de la materia prima y sobre normas básicas de calidad e inocuidad de los alimentos, los porcentajes de merma se han reducido entre un 10 y 11%.

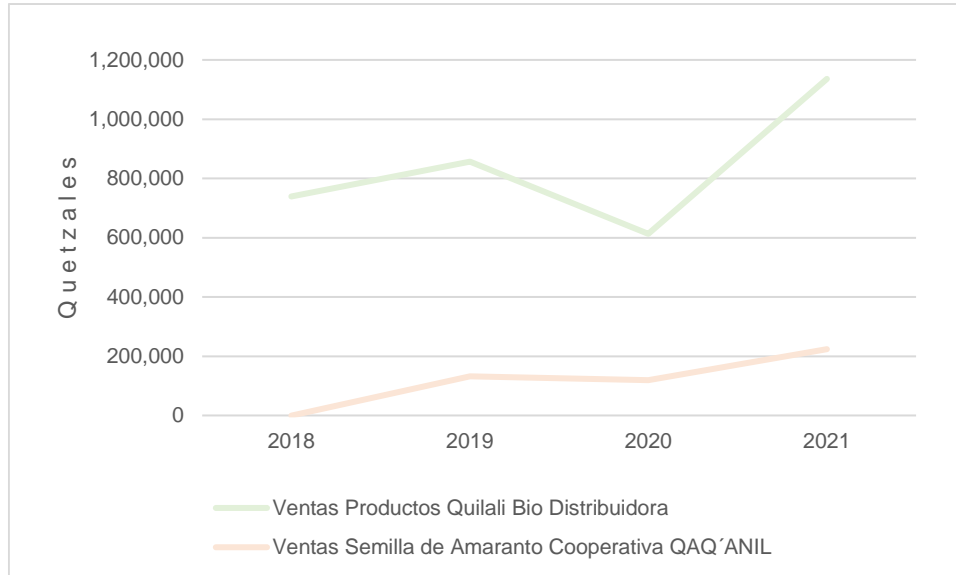
Antes la relación de las mujeres productoras y la empresa privada era solo de comprar y vender, ahora la relación comercial es de confianza y de ganar-ganar. Por un lado, por medio de la cooperativa ahora tienen acceso a capacitación y tecnología, consolidan el volumen de la oferta contando con mercado seguro, tienen poder de negociación de precios en la compra de insumos, entre otros beneficios; por el otro lado, la empresa privada ahora recibe materia prima de mejor calidad, ya no deben emitir facturas especiales cada vez que compran, y pueden reducir sus gastos de compras de materia prima e insumos para la producción del Impuesto Sobre la Renta (ISR), entre otros beneficios.

No obstante, lo anterior, la empresa aún importa materia prima mexicana ya que los volúmenes de oferta no se dan abasto para satisfacer el total de su demanda y la cooperativa requiere de capital semilla y acompañamiento técnico en la gestión del negocio, para poder crecer y abastecer la demanda de su principal cliente.

“Cuando importamos semilla nos sentimos mal, preferimos comprar a productoras a pequeña escala...” Azucena Acuña, Representante Legal de BIO DISTRIBUIDORA.

La gráfica a continuación muestra que a medida que las ventas de la empresa privada crecen, de la misma manera crecen las ventas de amaranto de la cooperativa y, a partir del año 2021 se proyecta un crecimiento acelerado como consecuencia de la innovación de productos y de la nueva forma de mercadeo más eficiente; la reducción de ventas del año 2020 fue por el cierre de la planta de producción durante 3 meses como consecuencia del COVID-19.

Gráfica 1. Ventas Cooperativa QAQ'ANIL y BIODISTRIBUIDORA (2018-2021)



Fuente: Elaboración propia (Lucero, Yeni) en base a estadísticas y proyecciones de ventas de la Cooperativa QAQ'ANIL y BIO DISTRIBUIDORA.

5.4 El Mercadeo y la Comercialización de los Productos Quilali

Antes el mercadeo de los Productos Quilali era únicamente de forma directa al consumidor por medio de degustaciones en espacios rentados en los principales supermercados del país; ahora el mercadeo se hace de manera digital por medio de la página web, redes sociales y tiendas en línea.

Ahora la empresa expandió la forma de comercializar los productos Quilali al pasar de las 5 sucursales La Torre y nutricionistas a: 3 tiendas en línea, 16 sucursales La Torre, 36 sucursales Walmart, y se prevee incursionar en el corto plazo a 20 sucursales La Bodega, además de Cemaco, Délica.

Con base a proyecciones de ventas del año 2021, las ventas se incrementarán en un 85% con relación al año anterior.

¡Disfruta tu Quilali Box!

- Granola Arándanos y Almendra 250g
- 1 Caja de Barritas de Arándanos y Almendras 8/u
- 1 Caja de Barritas Miel y Pecanas 8/u
- 1 Caja de snacks chocolate 53% cacao

Precio: Q150.00 - ¡Incluye envío!



“El FIAGRO fue el inicio de crecimiento de nuestra empresa...” Jonathan Buezo, Gerente Comercial de BIO DISTRIBUIDORA.

“Era desmotivante no poder crecer...” Azucena Acuña, Representante Legal de BIO DISTRIBUIDORA.

Tabla 1. Cambios y/o Mejoras Identificados en la Cooperativa QAQ’ANIL y BIO DISTRIBUIDORA

Año	Mujeres Productoras de Amaranto de Sacapulas	Empresa Privada BIO DISTRIBUIDORA
2018	Productoras individuales de granos básicos y amaranto	Nace la Marca Quilali Materia Prima: Productoras individuales, importación de semilla mexicana. Productos: 4 (2 granolas y 2 barras energéticas) Mercadeo: Directo por medio de degustaciones Mercado: 5 sucursales La Torre, nutricionistas
2019	Conformación en redes empresariales Nuevas capacidades en gestión de agronegocios Nuevas capacidades técnicas en la producción de amaranto	Materia Prima: Representante de redes empresariales, importación de semilla mexicana Productos: 4 (2 granolas y 2 barras energéticas) Mercadeo: Directo por medio de degustaciones Mercado: 5 sucursales La Torre, nutricionistas
2020	Nuevas capacidades en manejo post cosecha Nuevas capacidades uso de equipo BPM’s	Materia Prima: Representante de redes empresariales, importación de semilla mexicana Productos: 4 (2 granolas y 2 barras energéticas) Mercadeo: Incursionan en las redes sociales Mercado: 16 sucursales La Torre, 36 sucursales Walmart, nutricionistas
2021	Constitución Legal de Cooperativa QAQ’ANIL Fortalecimiento de capacidades en manejo post cosecha Fortalecimiento de capacidades uso de equipo BPM’s	Materia Prima: Compra de amaranto a Cooperativa,QAQ’ANIL, importación de semilla mexicana Productos: 8 (2 granolas, 3 barras energéticas, 1 snack, 2 crackers) Mercadeo: Página de internet, tiendas en línea, redes sociales Mercado: 3 tiendas en línea, 16 sucursales La Torre y nutricionista, 36 sucursales Walmart y se preveen 20 sucursales La Bodegona, Cemaco y Délica

Fuente: Elaboración propia (Lucero, Yeni) en base a revisión documental y resultados de la investigación de campo.



6. Lecciones Aprendidas

- Para vincular a empresas privadas con pequeños productores rurales, existen metodologías innovadoras y de fácil operativización para asignar recursos financieros, como la de los fondos concursables.
- Las herramientas de postulación a fondos concursables, que son para ser completadas por empresas privadas, deben ser de fácil comprensión y uso, para no desalentar la participación.
- Las pequeñas empresas con compromiso social que pueden adaptar su gestión comercial a factores externos como la pandemia del COVID-19 y climáticos, tienen mayor probabilidad de posicionamiento y de crecimiento por lo que deberían de ser apoyadas por proyectos de cooperación internacional con metodologías innovadoras como la de los fondos concursables.
- El tener un mercado seguro hace que los productores se sientan motivados y que sean más conscientes del manejo de la calidad de los productos y en el cumplimiento de los requisitos previamente acordados como los volúmenes y plazos de entrega.
- Acciones simultáneas de fortalecimiento de capacidades deben de llevarse a cabo tanto en los productores rurales y en la pequeña empresa privada, para desarrollar exitosamente una cadena de valor.
- Para que los productores rurales no caigan en la mala práctica de vender a otro mercado por dinero en efectivo, debe promoverse la realización de convenios formales de compra-venta de materia prima, en donde se estipulen estándares de calidad, volúmenes, precios, etc.
- El no contar con capital semilla para que la cooperativa crezca puede resultar en el incumplimiento de los acuerdos con la empresa privada y que ésta busque otras alternativas para abastecerse de materia prima.
- Un plazo más largo de acompañamiento técnico de los actores involucrados en la implementación de fondos concursables, permiten conocer mejor los resultados de impacto de vincular una empresa privada con pequeños productores organizados.

Esta publicación ha sido posible gracias a:

PRODERT – IXOQIB´
*Apoyando la Generación de Ingresos de
Redes Empresariales del Altiplano Occidental*

Con el apoyo de:



Más información en:

HELVETAS Swiss Intercooperation Guatemala

4ª. calle 29-50, zona 7; Ciudad de Quetzaltenango, Quetzaltenango

Teléfonos: +502 7767-1569 / 7767-5569 / 7767-7861

helvetas.guatemala@helvetas.org www.helvetas.org/es/guatemala/