

Grupo de Apicultores de Chanchimil

Informe final estudio de mercado -Miel- Apicultores Asociados Chanchimil

Preparado para:



UNIÓN EUROPEA



Asociación de Organizaciones
de Los Cuchumatanes

Proyecto de Fortalecimiento Empresarial y
Comercial de pequeñas organizaciones de
productores de la Sierra de Los Cuchumatanes,
Sierra de las Minas y Bocas del Polochic



Contenido

Capítulo I Antecedentes	3
Introducción	3
Justificación	3
Localización y objetivos	4
Localización	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Capítulo II Actividades y Metodología	5
Descripción de las actividades realizadas	5
Diseño y Metodología utilizada	5
Grupo objetivo sujeto de estudio	5
Selección muestral	6
Instrumentos de recopilación	7
Levantamiento de información:	8
Procesamiento de información:	8
Capítulo III Análisis previo sobre la oferta	8
Antecedentes sobre el estudio de la oferta (análisis realizado por Dimerc Group)	8
Conclusiones sobre el análisis de la oferta	10
Capítulo IV Resultados del estudio	11
Análisis y discusión de los resultados:	11
Descripción de la muestra	11
El mercado de la miel	14
Descripción del consumo de miel en el establecimiento	19
Satisfacción actual y disposición al cambio de proveedor	24
Evaluación de concepto “Proveedor miel Chanchimil”	28
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	35
Análisis DAFO GRUPO DE APICULTORES ORGANIZADOS DE CHANCHIMIL	35
Conclusiones	36
Recomendaciones	39
Lecciones aprendidas	39
Capítulo VI Anexos	40
Cronograma de actividades	40
Instrumentos de recopilación utilizados	41
Base de datos – Clientes potenciales	53

Cápítulo I Antecedentes

Introducción

Uno de los fines de asociaciones comunitarias o cooperativas, es buscar proyectos o actividades que sean para el beneficio de sus miembros, cuando se busca colocar productos o servicios, se debe hacer frente a un entorno muy competitivo. Pocas asociaciones o cooperativas logran contar con información del mercado, que permita tanto adaptar la oferta para tener mejor éxito como tomar las mejores decisiones de comercialización. El grupo de apicultores de Chanchimil, cuenta con el beneficio de recibir apoyo de ASOCUCH a través del proyecto de apoyo de la Unión Europea. Este apoyo contempla precisamente brindar de herramientas e información de gran valor para su desarrollo y crecimiento. El presente estudio de mercado se realizó para cumplir con los objetivos de expuestos por ASOCUCH en beneficio de las comunidades y su fortalecimiento.

Justificación

Una de las formas más eficientes de cumplir con objetivos son los estudios de investigación de mercados, que son una herramienta imprescindible para contar con la información de primera mano de los consumidores o demandantes de productos y servicios. En el presente caso específico de estudio, la investigación se encaminó a encontrar respuesta a las variables más importantes de oferta y demanda de la cadena priorizada de interés: el qué, cómo, cuánto, cada cuánto, dónde, a quiénes, formas y razonamientos de apoyo. Adicionalmente a lo anterior una evaluación teórica de la aceptación de miel del grupo de apicultores de Chanchimil, como un proveedor probable por parte del grupo objetivo investigado. Lo anterior será fundamental para una evaluación interna sobre el cumplimiento o ausencia de dichos factores, así como crear los planes de acción que consideren para estar a un nivel competitivo ante los clientes potenciales.

Localización y objetivos

Localización

El Grupo de Apicultores en estudio, se encuentra ubicada en Comunidad Chanchimil, Todos Santos Cuchumatán, Huehuetenango, el presente informe detalla la información recabada en el área de influencia determinada de acuerdo al primer análisis presentado por DIMERC GROUP y discutido con ASOCUCH, luego de discutirlo se llegó a la conclusión que la localización del estudio sería el área de influencia con mayores posibilidades de que fueran parte de los planes de cobertura a corto o mediano plazo, considerando también que los resultados se convirtieran en posibilidad de negocios para la asociación. La cobertura se resume de la siguiente forma:



Región Centro, Sur Occidente, con énfasis en
Guatemala
Sacatepéquez (Antigua)
Chimaltenango (Tecpán)
Sololá
Quetzaltenango



Objetivo general

ASOCUCH definió el objetivo general del estudio de la siguiente forma: Obtener información de mercado que contribuya a identificar nuevas oportunidades para la cadena de miel producida en Chanchimil Huehuetenango.

Objetivos específicos

- Analizar la oferta y la demanda miel
- Obtener información relevante a cerca de los niveles de precio y calidad en el mercado actual.
- Identificar los principales canales de distribución.
- Identificar potenciales nichos de mercado para los productos priorizados.

Capítulo II Actividades y Metodología

Descripción de las actividades realizadas

Como parte de la consultoría contratada, se realizaron las siguientes actividades:

- Análisis inicial derivado del acercamiento con ASOCUCH, este análisis sirvió además de definir el área y localización de los estudios, a definir el alcance del estudio en cuanto al grupo objetivo y composición muestral.
- Elaboración de cronograma de actividades y planes de trabajo.
- Definición de las variables de análisis a incluir en los instrumentos de recopilación.
- Elaboración de los instrumentos de recopilación.
- Levantamiento de información.
- Procesamiento de Información.
- Análisis de información.

Diseño y Metodología utilizada

El presente estudio utiliza un diseño descriptivo concluyente, no utilizando ningún marco de comparación, ni con procesos originales, teóricos o esperados.

Grupo objetivo sujeto de estudio

Luego del análisis inicial y discusión con personeros de ASOCUCH, se define los siguientes grupos para el presente estudio:



La definición del grupo objetivo se concluyó tomando en cuenta el rol que pretende cumplir el grupo de Apicultores de Chanchimil y su deseo de colocar su producción de con mayor rentabilidad, lograr aumentar las ventas, así como la mayor probabilidad de alcance

comercializador. El grupo de apicultores organizados de Chanchimil, tendrá mayor potencial y alcance vendiendo principalmente a intermediarios: Restaurantes y Hoteles con Restaurantes, que venden platillos utilizando miel, así como otros clientes similares a los que tiene actualmente (mayoristas). Con lo anterior se entenderá de una mejor forma la demanda. Adicionalmente es probable seguir la misma línea y ofertar a mayoristas similares al cliente actual, por lo que se incluirá una muestra de “mayoristas”. Para finalizar se incluyen algunas asociaciones y apicultores para poder cerrar el círculo y buscar similitudes y diferencias con la oferta del grupo de apicultores de Chanchimil.

Selección muestral

Luego del análisis inicial y discusión con personeros de ASOCUCH, se definió y la siguiente muestra por cada uno de los sujetos:

Muestra cadena miel	TOTAL
Restaurantes	75
Hoteles-Restaurantes	50
Total	125

Tomando en cuenta que el análisis es focalizado, la muestra no debe ser representativa a nivel nacional ya que lo más importante es la certeza que pueden arrojar los datos recabados, para establecer el error muestral de nuestro estudio, utilizaremos la siguiente fórmula: “fórmula de margen de error para universos finitos”:

$$\sqrt{\frac{p \cdot q}{n}} \times \sqrt{\frac{\text{Universo} - n}{\text{Universo}}}$$

Donde:
p q= porcentajes de ocurrencia del suceso
n=muestra

Con la anterior fórmula y conociendo nuestro universo ¹ obtenemos el siguiente error muestral:

¹ Fuente del universo: Hoteles, censo de hoteles realizado en 2018 por INGUAT, Restaurantes, censo de establecimientos realizado por Dimerc Group en 2015.

Muestra cadena MIEL	TOTAL	Error +/-
Restaurantes	75	5.6%
Hoteles-Restaurantes	50	6.9%
Total	125	4.3%

Adicional a lo anterior, se incluyó un complemento para encontrar clientes similares a los existentes y terminar de darle forma a la oferta de miel:

Muestra cadena MIEL	TOTAL
Mayoristas	10
Apicultores no asociados	15
Asociaciones similares a Chanchimil	10

Luego de determinar el tamaño de la muestra, con un aceptable en margen de error se procede a distribuirla. La metodología utilizada es la “no probabilística de cuotas”, este método se utiliza para garantizar que la muestra es representativa en características al universo, en este caso se utilizó la variable “departamento”, a continuación se documenta que la muestra tiene similares características del universo. (No se toman en cuenta Puestos de Mercado ni Pescadores ya que estos elementos se utilizaron como un complemento muestral.

	Total HyR muestra	Universo proporcional
Guatemala (y municipios)	32%	30%
Antigua G. y Chimaltenango	24%	25%
Sololá	20%	22%
Quetzaltenango	24%	23%
Total	100%	100%

Instrumentos de recopilación

Se definieron variables a evaluar propuestas por DIMERC GROUP, estructurando un cuestionario mixto (preguntas cerradas y abiertas) cara-cara, para todos los grupos objetivos.

Levantamiento de información:

El levantamiento de información se llevó a cabo por un equipo de trabajo propio de Dimerc Group, compuesto por entrevistadores y supervisores, quienes abordaron de manera aleatoria y natural al sujeto de entrevista, el sujeto de entrevista debía pasar un filtro requerido, en presente estudio debían ser restaurantes formales que sirvieran a la carta. Con una base de datos, para la ciudad capital, se eligieron los restaurantes al azar, complementando con recorridos en las principales zonas de la ciudad, en el interior se realizó el recorrido en las zonas urbanas de interés para hacer un abordaje al azar natural. El equipo de trabajo de Dimerc Group fue capacitado en el manejo de los cuestionarios. DIMERC brindó a ASOCUCH el plan de campo para que pudiera acudir a observar el levantamiento en caso así lo deseara.

Procesamiento de información:

El procesamiento de información se llevó a cabo en oficinas de Dimerc Group por un equipo de trabajo propio, especializado en el manejo de datos y programas de computación. Cada una de las entrevistas fueron sujetas de revisión y crítica para garantizar que las entrevistas estaban debidamente diligenciadas. Las preguntas cerradas fueron grabadas en programas propios especializados, mientras que las preguntas abiertas fueron codificadas para asignarles un valor numérico correspondiente. Para finalizar se utilizó SPSS para procesamiento, generando reportes tabulares estadísticos para su respectivo análisis.

Cápítulo III Análisis previo sobre la oferta

Antecedentes sobre el estudio de la oferta (análisis realizado por Dimerc Group)

Actualmente los apicultores organizados de Chanchimil recibe apoyo de ASOCUCH derivado de proyectos ejecutados con fondos internacionales, este apoyo permite entre otros logros; fortalecer al grupo de apicultores, buscar mejores mercados para los productos, asistencia técnica, asistencia financiera, asistencia mercadológica, inserción de familias y minimizar riesgos. El grupo de apicultores de Chanchimil aún no está registrados como asociación

y no cuenta con personería jurídica, se fundó en 2002 y a partir de allí se ha venido desarrollando, incorporando apicultores y buscando formas de colocar su producto.

En Guatemala, la producción de miel se ubica principalmente en el suroccidente del país (65% según el Maga 2013). Según datos registrados, Guatemala produce unas 2,600 toneladas métricas. Guatemala a pesar del potencial productor, actualmente no es un productor importante de este producto pues solo representa entre otras el 0.8% del mercado europeo (según datos de Agexport). Tomando como base los datos anteriores, la miel del grupo de apicultores de estudio de Chanchimil, representa un pequeño porcentaje de la producción de miel de Guatemala, según personeros entrevistados, así como de ASOCUCH, la producción de los apicultores organizados de Chanchimil asciende a 250 quintales al año (un poco más de una décima de tonelada métrica). En ingresos, se reporta ventas documentadas anuales de cerca de los Q200,000.00, esto para el año de 2018 (datos proporcionados por ASOCUCH).

En cuanto a colocación de producción actual, como ya se mencionó, según los personeros directivos entrevistados, la mayoría o casi la totalidad de la producción es colocada con un mayorista llamado Guayab ubicado en Jacaltenango que queda a unas 2 horas y media de Chanchimil, según información recabada con personeros de ASOCUCH y con la directiva de apicultores, la entidad Guayab, tiene como fin principal la exportación. La producción excedente o aquella que no colocan con Guayab se envasa de forma artesanal independientemente por cada apicultor y la colocan a mercados municipales y consumidores directos. Lo anterior confirma que los apicultores organizados de Chanchimil se podrían definir como un “apicultor, acopiador organizado” sin llegar a la categoría de “transformador” ya que, aunque envasa, lo hace conjunto y con condiciones de Guayab en envases de 20 litros según su requerimiento.

Para entrega de producto, entre todos los productores se paga el flete (de forma proporcional de acuerdo con lo que cada uno envía) para llevarla y cumplir con el compromiso de venta.

Conclusiones sobre el análisis de la oferta

- El apoyo de ASOCUCH a los apicultores de Chanchimil es de vital importancia y brindará frutos tangibles especialmente para la búsqueda de nuevos clientes para el pescado extraído por la asociación.
- En Chanchimil tiene un potencial de crecimiento en miras a la formalización, debido a que existen bastantes apicultores que no están asociados, no obstante lo anterior actualmente no se tienen estrategias para hacer crecer la red y tener mayor fortaleza para aumentar producción y colocar más miel de abejas.
- La producción de miel de Chanchimil corresponde a los meses de mayor producción en el país, específicamente este grupo de apicultores produce dos veces al año entre los meses de marzo a mayo.
- Actualmente los apicultores agrupados de Chanchimil, está actualmente en la categoría de “apicultor acopiador organizado” aunque desea convertirse en “transformador” para búsqueda de nuevos clientes, para lo cual deberá cumplir con criterios de tecnificación, envasado y registros (entre otros aspectos). Actualmente no se cuenta con tecnología de acopio, pero con el apoyo de ASOCUCH se podrá tener este centro de acopio a corto plazo, lo que mejorará la oferta de la miel.
- La comercialización de la miel por parte de los apicultores organizados en estudio está limitada a un cliente principal, quien define las características de acopio, precio y condiciones del producto.
- Actualmente la agrupación de apicultores de miel de Chanchimil, vende la miel a un precio de Q8 por libra, lo que se encuentra en los rangos que se tienen tanto en MAGA como en AGEXPORT registrados como precio que el mercado le paga a un apicultor.
- Los apicultores de Chanchimil sujetos de estudio, no cuenta con estructura virtual (medios digitales), estructura física (personal para comercialización) ni planes comerciales que permitan no sólo la búsqueda de clientes, sino la atención a los mismos

Capítulo IV Resultados del estudio

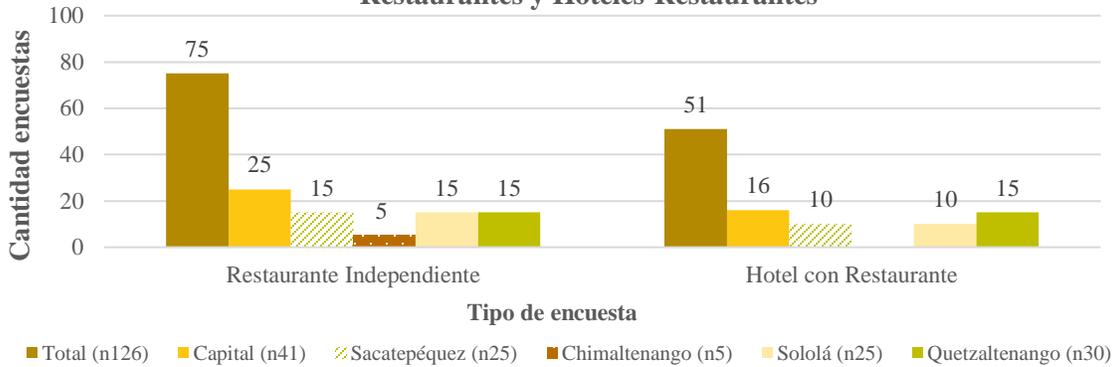
Análisis y discusión de los resultados:

Descripción de la muestra

La muestra final de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes, estuvo compuesta por 126 casos, siendo 75 Restaurantes independientes, 51 Hoteles-Restaurantes. De los Restaurantes, la tercera parte fue entrevistada en la capital (25), en otros puntos en iguales proporciones (15) en la Antigua Guatemala, Sololá y Quetzaltenango, finalizando con 5 entrevistas en Chimaltenango específicamente en Tecpán. Los Hoteles-Restaurantes se realizaron 15 en la capital y 15 en Quetzaltenango, mientras que en Antigua Guatemala y Quetzaltenango 10 por lugar. Los Restaurantes independientes entrevistados, en promedio tienen 13 años de funcionamiento a nivel total, siendo los más recientes los establecimientos encuestados de Quetzaltenango quienes manifestaron tener 9 años de funcionamiento en promedio. Los Hoteles-Restaurantes cuentan a nivel total con un promedio de 19 años de funcionamiento siendo levemente más antiguos en Guatemala con 22 años en promedio y más recientes en Quetzaltenango con 15 años (Ver gráfica No. 1 y 2). En cuanto a tiempos de comida, la totalidad de Restaurantes sirven almuerzos y casi la totalidad sirve cenas, mientras que refacción entre 6 y 7 de cada 10 encuestados sin mayor diferencia por lugar. En cuanto a “Desayunos”, se sirven más en Tecpán y Sololá donde casi la totalidad de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes los sirven mientras que en la capital y Antigua Guatemala 6 de 10 los sirven (Ver gráfica No.4)

Gráfica No. 1

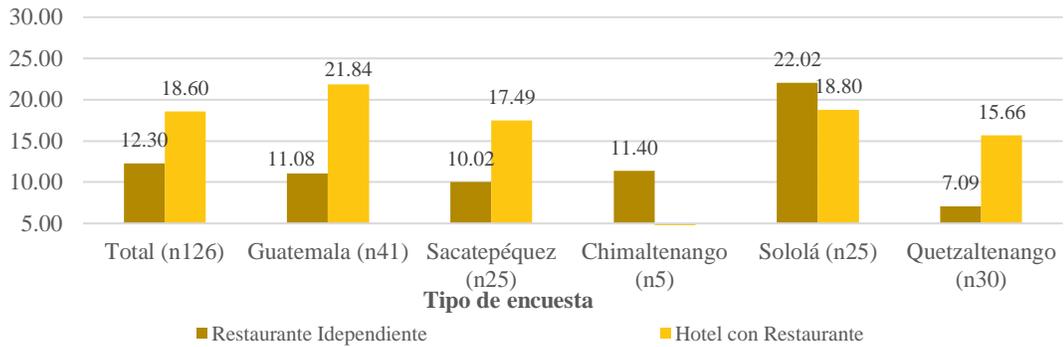
Descripción de la muestra
Cantidad de encuestas por grupo objetivo y región
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Cuadro No. 1 de las tabulaciones

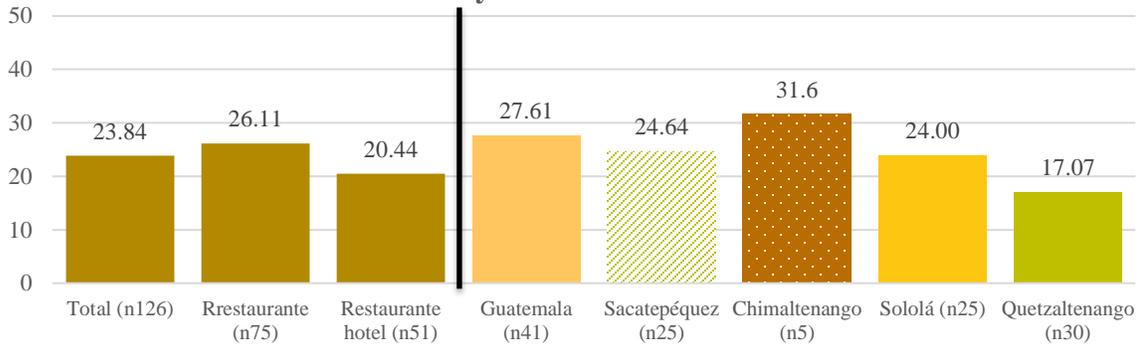
Gráfica No. 2

Descripción de la muestra
Tiempo de funcionamiento (promedio en años)
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



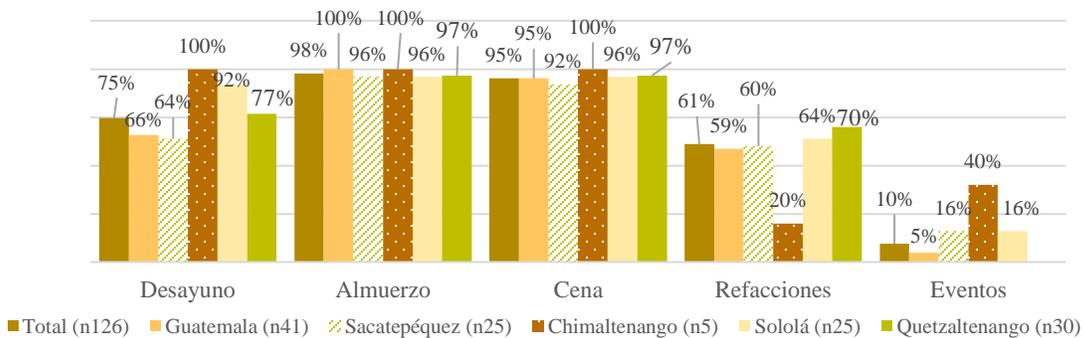
Ref: Pregunta 1, Cuadro No. 4 de las tabulaciones

Gráfica No. 3
Promedio de mesas para atención
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 2, Cuadro No. 5 de las tabulaciones

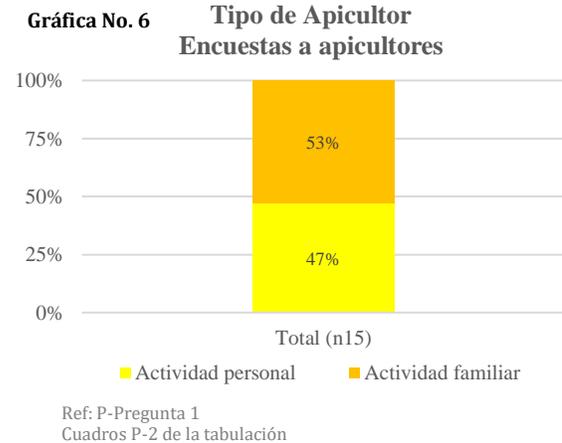
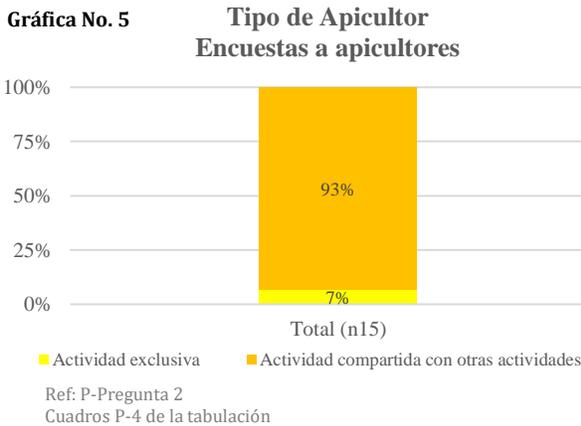
Gráfica No. 4
Tiempos de comida que sirve
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 3, Cuadro No. 6 de las tabulaciones

Se entrevistaron a 15 apicultores que no eran parte del grupo de estudio, los cuales se abordaron en el área de influencia cercana a Chanchimil, 6 en caserío Caballo Blanco, 5 en Río Ocho, 3 en caserío Teogal y 1 en caserío Cheninguitz. Los apicultores entrevistados realizan la apicultura como una actividad compartida con otras actividades y la mitad mencionó que era algo personal mientras que la otra mitad mencionó que era algo familiar (ver gráfica 5 y 6). Los mayoristas de miel fueron entrevistados en su totalidad en la ciudad de Guatemala, son empresas con 15 años en promedio, venden miel y “otros productos”, normalmente compran miel a “apicultores” y “asociaciones”, aunque también algunos producen su propia miel. Adicionalmente a lo anterior, los mayoristas principalmente venden en “mercado local”, en “supermercados” y

“tiendas” en presentación de “botella” (ver cuadro No.1). Las asociaciones entrevistadas están dispersas en varios departamentos.



Cuadro No. 1 Descriptorios de Mayoristas			
Años de funcionamiento de la empresa	Frecuencias	Qué tipo de miel comercializan	Frecuencias
Promedio	15.40	Producen miel	4
Productos que comercializa		Compran miel a apicultores	9
Miel	10	Compran miel a asociaciones de apicultores	4
Polen	2	Tipo de comercialización	
Jaleas/mermelada	2	Mercado nacional	9
Medicina natural	2	Exportar	4
Derivados de la miel	1	No responde	1
Otros	10	¿En dónde comercializa la miel?	
Presentaciones en que comercializa		Supermercados	5
Botella	9	Tiendas	5
Galón	4	Restaurantes	2
Caneca	2	Mercados	3
No responde	2	Otros	1

El mercado de la miel

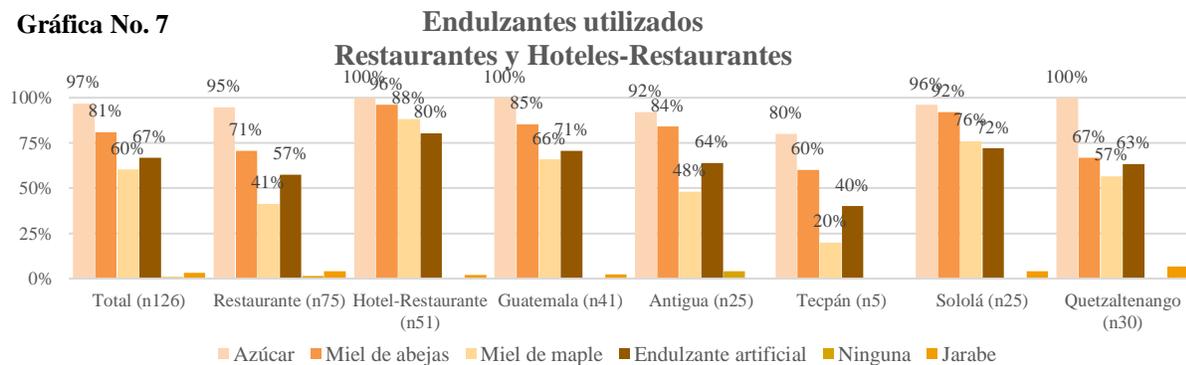
En Guatemala, la producción de miel se ubica principalmente en el suroccidente del país (65% según el Maga 2013). Según datos registrados, Guatemala produce unas 2,600 toneladas métricas. Guatemala a pesar del potencial productor, actualmente no es un productor importante de este producto pues solo representa entre otras el 0.8% del mercado europeo (según datos de Agexport). El consumo de miel en Guatemala es muy bajo en comparación con otros

países en donde la miel se consume más. Según datos de FAO el consumo anual en Guatemala per cápita es de 0.1 kg. mientras datos del MAGA en este mismo indicador estiman 0.05 kg.

Sin importar el uso que se le dé, el endulzante más usado en Restaurantes y Hoteles-Restaurantes es el azúcar, el cual es usado en la totalidad de establecimientos entrevistados. La miel de abeja representa el segundo endulzante utilizado por los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes entrevistados, la miel de abejas es utilizada en ocho de cada diez establecimientos y es más utilizada en Hoteles-Restaurantes en donde es utilizada por la totalidad, mientras que en los Restaurantes independientes se usa en siete de cada. La miel de maple es utilizada por seis de cada diez establecimientos entrevistados y es más usada en Hoteles Restaurantes (ver gráfica No.7).

Cuando se usa miel de abejas como ingrediente de platillos, normalmente en los establecimientos entrevistados, se usa en “salsas” y “aderezos”, los Hoteles-Restaurantes mencionan también los “postres”. Cuando los establecimientos entrevistados utilizan miel de abejas para agregarle a platillos, estos principalmente son “frutas”, “panqueques” y “yogur” (ver cuadro No. 2 y 3).

Gráfica No. 7



Ref: Pregunta 5, Cuadro No. 8 de las tabulaciones

Cuadro No.2 Platillos en los que utiliza miel de abeja como ingrediente Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Salsas	23%	14%	35%
Aderezos	12%	12%	12%
Pollo/Alitas	7%	9%	4%
Costilla	5%	9%	-
Pastelerías	5%	-	10%
Postres	5%	3%	6%
Barbacoa	4%	5%	2%
Carnes	4%	2%	6%
Ensaladas	4%	5%	2%
Bebidas calientes/preparadas	3%	5%	-
Turrone	2%	3%	-
Otros	12%	12%	12%
Ninguno	36%	36%	35%
No sabe/No responde	7%	7%	8%
BASE	107	58	49

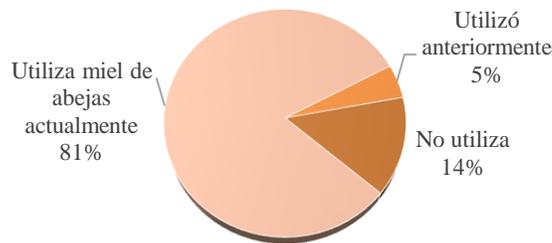
Ref: Pregunta 6, Cuadro No. 9 de las tabulaciones

Cuadro No.3 Platillos que utiliza miel de abeja para agregarle Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Frutas	74%	64%	86%
Panqueques	72%	60%	86%
Yogur	9%	7%	12%
Waffles	7%	5%	10%
Crepas	7%	5%	8%
Té	4%	5%	2%
Pasteles	3%	2%	4%
Tostadas	2%	3%	-
Café	2%	2%	2%
Otros	5%	5%	4%
Bebidas	1%	2%	-
Ninguno	7%	14%	-
No responde	4%	3%	4%
BASE	107	58	49
Ref: Pregunta 7, Cuadro No. 10 de las tabulaciones			

El alcance de la miel de abejas en el segmento de Restaurantes y Hoteles- Restaurantes ha llegado a un 86%, sumando quienes antes la han usado (ver gráfica No. 8). Del total de estos mismos establecimientos que no incluyen actualmente la miel de abejas, una tercera parte manifiesta que si la incluyó con anterioridad (ver gráfica No.8), los entrevistados manifiestan que la dejaron de incluir debido a que ya no hacen platillos con este ingrediente (ver cuadro No. 4).

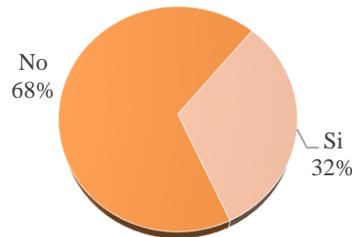
Gráfica No. 8

**Alcance del consumo miel de abejas
Total Restaurantes y Hoteles- Restaurantes**



Gráfica No. 9

**Uso Anterior de miel de abejas
Restaurantes y Hoteles (que no usan actualmente)**



Cuadro No. 4

Razonamiento a no incluir miel de abejas

¿Por qué dejó de incluir la miel?	Total Restaurantes	¿Por qué nunca ha incluido miel?	Total Restaurantes
Quitaron del menú los platillos	33%	No cocino con miel los platillos	54%
Vende más otras comidas	17%	Ya compramos los aderezos con miel incluida	15%
Son casos eventuales	17%	Precio alto que se paga por ella	8%
No la solicitan los clientes	17%	No hemos innovado	8%
No a todos los clientes les gusta	17%	Casi no lo piden las personas	8%
		Casi no lo piden las personas	8%
		Donde más lo piden es en el desayuno	8%
BASE	6	BASE	13

Los establecimientos que no incluyen miel consideran que una botella de miel debería costar unos Q35, (ver gráfica No.10). Para estos establecimientos un proveedor que venda miel de abejas debe ofrecer “calidad”, “buen precio” y “pureza” para intentar ingresar como proveedor (ver cuadro No.4).

Gráfica No. 10



Ref: Pregunta 25, Cuadro No. 33 de las tabulaciones

Cuadro No. 4			
Qué debería ofrecerle un proveedor de miel de abejas			
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
La calidad	58%	59%	50%
El precio	47%	47%	50%
Pureza	26%	24%	50%
Variedad de presentaciones	5%	6%	0%
Que sea formal	5%	6%	0%
Disponibilidad de despacho	5%	6%	0%
Crédito	5%	6%	0%
Tiempo de vencimiento	5%	6%	0%
Frescura	5%	6%	0%
Muestras	5%	6%	0%
Más información	5%	6%	0%
Nada	16%	18%	0%
BASE	19	17	2

Ref: Pregunta 26, Cuadro No. 34 de las tabulaciones

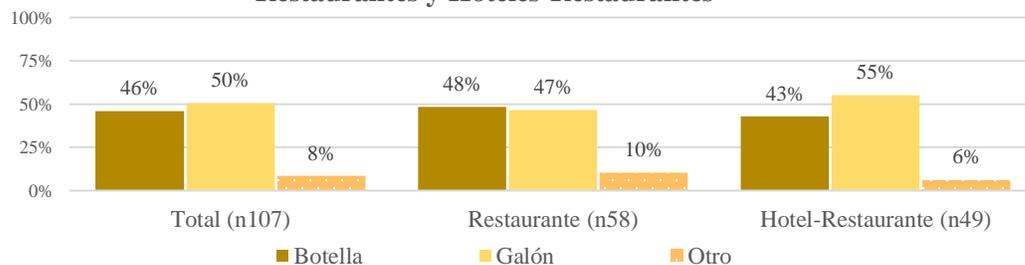
Descripción del consumo de miel en el establecimiento

Actualmente asociaciones de apicultores en el país colocan especialmente con mayoristas o exportadores, quienes se encargan de la transformación del producto para su colocación en el mercado local o internacional.

En cuanto a colocación de producción actual, según los personeros directivos entrevistados del grupo de apicultores organizados de Chanchimil, la mayoría o casi la totalidad de la producción es colocada con un mayorista llamado Guayab, envasándola en contenedores de 20 litros. La producción excedente o aquella que no colocan con Guayab se envasa de forma artesanal y la colocan a mercados municipales y consumidores directos. Otras asociaciones entrevistadas, 6 de 10 manifiestan que venden a granel especialmente en “canecas” que los mayoristas les dan, los 4 restantes ya hacen una labor de envasado en botellas y galón con envases propios. Congruentemente con lo que mencionan las asociaciones, los Mayoristas entrevistados, manifiestan que compran “solo la miel” a apicultores, a quienes les dan el envase en el que quieren que les lleven la miel, estos envases normalmente son “toneles” o “canecas” (ver cuadro No. 5). Los restaurantes y Hoteles Restaurantes compran en presentaciones pequeñas (botella y galón) principalmente (ver gráfica No.10).

Gráfica No. 10

Presentación en que compra la miel de abejas Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



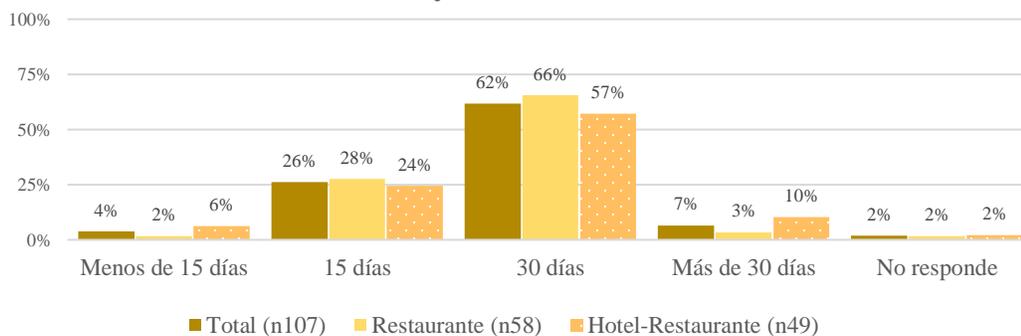
Ref: Pregunta 8, Cuadro No. 11 de las tabulaciones

Cuadro No. 5 Forma de compra Mayoristas			
¿A quién le compran miel de abejas?	Frecuencia	¿En qué presentaciones compran miel de abejas?	Frecuencia
Apicultores	5	Tonel	5
Productores	1	Caneca	3
Asociaciones	1	Granel por libra	2
No responde	3	Botella	1
		Galón	1
		No responde	1
¿Quién pone el envase ?		Forma de compra	
El apicultor/vendedor	3	Miel con envase	3
La empresa compradora	7	Solo la miel	7
Base	10	Base	10

Los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes entrevistados, manifiestan comprar miel de abejas principalmente cada mes (seis de cada diez) aunque también algunos compran cada 15 días (una tercera parte) ver gráfica No.11. Adicionalmente a lo anterior, y aunque una buena proporción no quiso responder por cuestión de confidencialidad, en cuanto al lugar de compra de la miel de abejas, existe una variabilidad, una cuarta parte manifiesta comprar con un “mayorista” mientras otros lugares en donde compran son “supermercados” y “depósitos” (ver gráfica No.12).

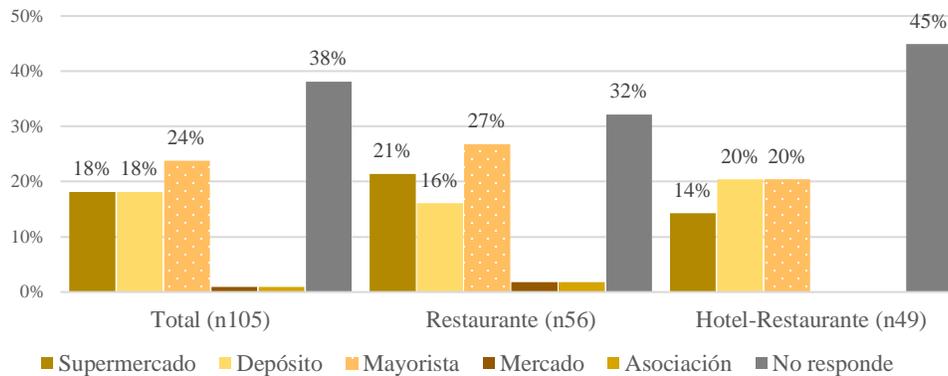
Gráfica No. 11

Frecuencia de compra miel de abejas
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 10, Cuadro No. 15 de las tabulaciones

Gráfica No. 12
Lugar de compra
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes

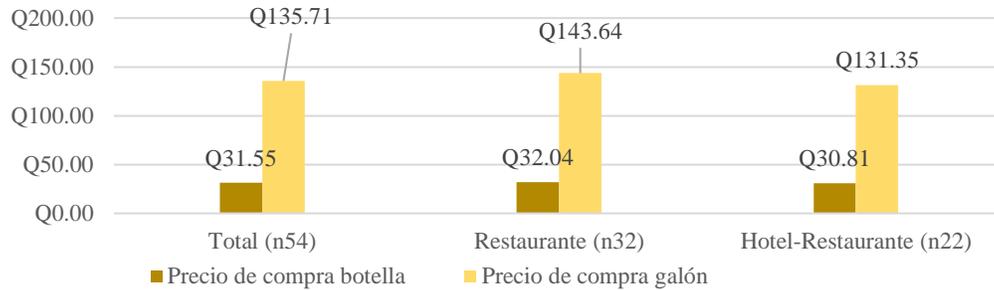


Ref: Pregunta 11, Cuadro No. 16 de las tabulaciones

El grupo de apicultores organizados de Chanchimil, reúne la producción de miel, envasa en las canecas y es llevada a Guayab donde les pagan a Q8 la libra y el flete corre por cuenta propia, este sistema es el que usan todas las otras asociaciones acopiadoras de miel entrevistadas, aunque mencionan que sí les reconocen el precio del flete, aquellas asociaciones que envasan para venta al detalle, tienen sus propias salas de ventas, y también al igual que en Chanchimil, las llevan a mercados cercanos para la venta.

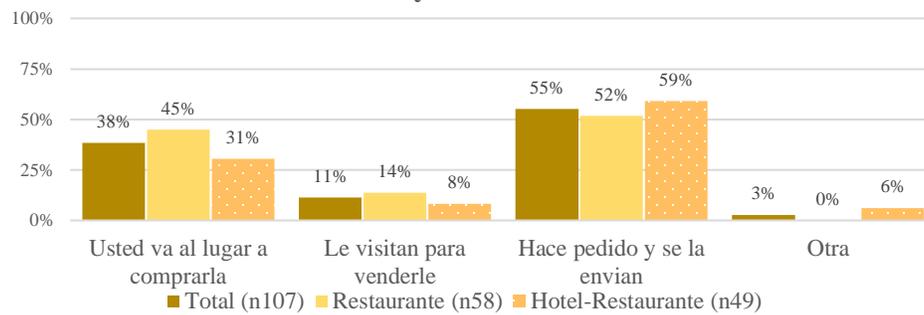
Los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes, pagan en promedio Q135 por un galón y Q32 por una botella de miel de abejas (ver gráfica No.13), la mitad de entrevistados menciona que “hacen un pedido y se los llegan a dejar”, aunque también otra proporción importante manifiesta que “lo va a comprar”. Los apicultores no asociados a Chanchimil entrevistados, manifiestan que llevan a un centro de acopio a para vender (ver cuadro No.6). Los mayoristas por su parte reciben el producto en su planta de procesamiento, se encargan de pesar el producto y el apicultor o vendedor se hace cargo del pago del flete, casi todos los mayoristas entrevistados no quisieron brindar información sobre precio, aunque uno mencionó que pagan Q3,500 por tonel. (ver cuadro No. 7).

Gráfica No. 13 Precio pagado por miel de abeja
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 12, Cuadro No. 17 y 18 de las tabulaciones

Gráfica No. 14 Forma de compra miel de abejas
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 13, Cuadro No. 20 de las tabulaciones

Cuadro No. 6 Lugar de venta de la miel de abejas Apicultores	
¿ A quién vende actualmente la miel que produce?	Frecuencia
Lleva a un centro de acopio para que se venda	10
Vende en el mercado local	4
Usted vende directamente a un mayorista	2
Vende a consumidores directamente	1
BASE	15

Cuadro No. 7			
Descripción de la compra de miel			
Mayoristas			
Lugar de compra		¿Quién asume el costo del flete?	
Puesto en granja apicultora	1	El apicultor/vendedor	7
Centro de acopio de compra	8	La empresa compradora	3
Forma de pesaje		Precio pagado por quintal	Q. 700
El apicultor entrega pesado	4	Precio pagado por tonel (un respondiente)	Q. 3500
La empresa pesa al recibir	5		

Los personeros del grupo de apicultores organizados de Chanchimil a través de su junta directiva, manifestaron que su principal cliente les pide especialmente grado de humedad que no supere el 18%, haciendo generalmente dos envíos al año y siendo el cliente quien verifica la calidad. Otras asociaciones entrevistadas por su parte brindan algunos aspectos importantes, existen asociaciones que hacen sus propios análisis de laboratorio y entregan a sus clientes como prueba, también hay asociaciones que mencionan que tienen sus listados de requisitos y procedimientos para verificar con sus asociados su cumplimiento; otras asociaciones al igual que en Chanchimil mencionan que es el cliente que verifica la calidad. Los mayoristas entrevistados, piden en lo referente a la miel de abejas, especialmente “grado de humedad”, “calidad”, “color”, “olor” y “densidad” esperada, compran con un mínimo de un “tonel” en cuanto a cantidad y compran especialmente en verano y meses que van de enero a marzo (ver cuadro No.8). Los apicultores que no forman parte de la organización de Chanchimil, especifican que su cliente les pide “pureza”, “limpieza” y “calidad” (ver cuadro No.9).

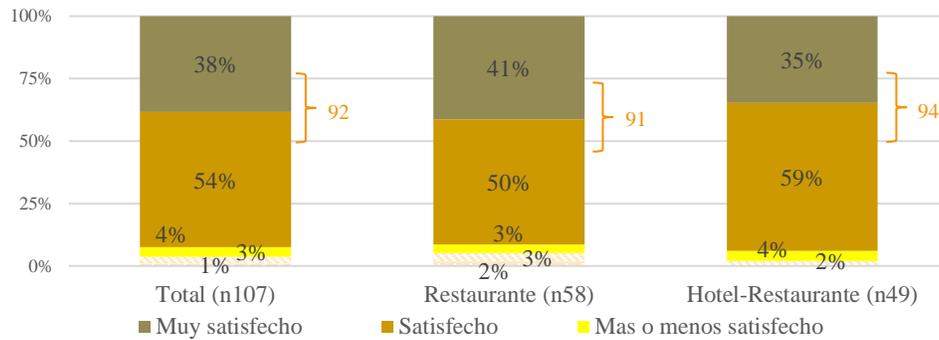
Cuadro No. 8			
Requerimientos para la compra de miel de abejas			
Mayoristas			
¿Qué características debe tener la miel de abeja	Frecuencias	¿Existe un mínimo requerido?	Frecuencias
Grado de humedad	5	Si	2
Buena calidad (no mezcla etc.)	3	No	7
Color	2	¿Cuál es el mínimo?	
Filtrado	2	Tonel	1
Olor	2	No responde	1
Densidad	2	¿Fechas especiales de compra?	
No se cristalice	2	Si (meses especiales verano, enero a marzo)	4
Escanear Glucosa	1	No	5
Hacemos pruebas	1		
Sabor	1		
Grado Bris	1		

Cuadro No. 9	
Condiciones esperadas por parte del comprador	
Apicultores No asociados a Chanchimil	
La miel sea pura	6
Que la miel vaya limpia	4
La calidad de la miel	2
Puntualidad	2
Nombre completo	1
DPI	1
Celular	1
Aumentar su cosecha	1
Materiales para extracción estén limpios	1
Extraer con materiales inoxidables	1
Higiene	1
Lugar fresco	1
La botella este limpia	1
Contrato	1
Asambleas cada tres meses	1
Técnicos vienen a ver constantemente	1
Base	15

Satisfacción actual y disposición al cambio de proveedor

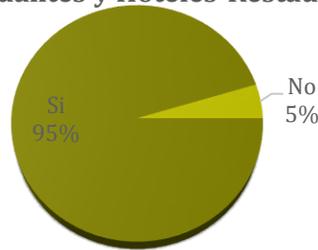
Todos los mayoristas entrevistados manifestaron estar “muy satisfechos” con sus proveedores de miel, especialmente porque les vende producto “de calidad”, “respaldo y garantía”, “inocuidad” y “miel que no se cristaliza”. Los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes también están satisfechos con su proveedor de miel, nueve de cada diez entrevistados así lo manifestaron (ver gráfica No. 15), de igual manera casi la totalidad está satisfecha con la forma en que recibe el producto, estos establecimientos mencionan como principales aspectos positivos de su proveedor, “el precio”, “puntualidad”, “calidad de producto”, “crédito” y “servicio a domicilio” como principales elementos de satisfacción (ver cuadro No.10).

Gráfica No. 15 Satisfacción con proveedor actual
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 15, Cuadro No. 22 de las tabulaciones

Gráfica No. 16 Satisfacción con la forma de recibir el producto
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Base: 107

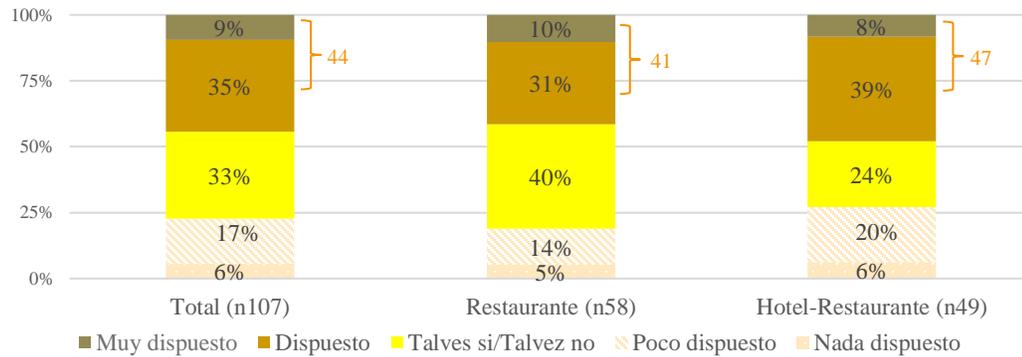
Ref: Pregunta 16, Cuadro No. 23 de las tabulaciones

Cuadro No. 10 Beneficios que brinda su proveedor de miel de abejas Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Buenos precios	27%	26%	29%
La puntualidad	20%	21%	19%
El crédito	17%	19%	14%
La calidad	15%	14%	16%
Servicio a domicilio	13%	14%	12%
Siempre tiene existencias	12%	7%	18%
Se puede elegir la marca y tamaño	6%	7%	4%
Es natural	5%	5%	4%
Despacho rápido	5%	5%	4%
Otros	35%	36%	35%
BASE	107	58	49

Ref: Pregunta 17, Cuadro No. 25 de las tabulaciones

Los Restaurantes y Hoteles Restaurantes, muestran un interés medio en cambiar de proveedor, cuatro de cada diez entrevistados manifestaron estar “muy dispuestos” o “dispuestos” a cambiar de proveedor, estos establecimientos demandan “calidad de producto”, “buenos precios”, “puntualidad de entrega” y “producto natural” (ver gráfica No. 17 y cuadro No.11). Los mayoristas están más dispuestos a agregar proveedores de miel, ocho de los diez entrevistados manifestaron su disposición a cambiar proveedor, demandando especialmente “calidad” y “precio” (ver cuadro No.11).

Gráfica No. 17 Disposición a cambiar de proveedor de miel de abeja Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 20, Cuadro No. 28 de las tabulaciones

Cuadro No.11			
Aspectos esperados de un proveedor de Miel de abeja			
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Calidad del producto	67%	69%	65%
Buenos precios	49%	51%	47%
Puntualidad en la entrega	31%	36%	24%
Propuesta de producto 100% natural	23%	24%	22%
Muestras	16%	20%	10%
Buen servicio	12%	8%	18%
Servicio a domicilio	12%	8%	18%
Variedad/catálogo	12%	12%	12%
Den crédito	10%	5%	16%
Frecuencia de visita/Pasen a ofrecer seguido	6%	7%	6%
Seriedad/responsabilidad	6%	5%	6%
Siempre tengan en existencias	5%	4%	6%
Producto fresco	4%	5%	2%
Registro sanitario	4%	4%	4%
Otros	30%	20%	35%
Ninguno	3%	4%	2%
BASE	126	75	51

Ref: Pregunta 21, Cuadro No. 29 de las tabulaciones

Cuadro No. 12			
Disposición a agregar otros proveedores de miel de abejas			
Mayoristas			
Disposición a cambiar de proveedor	Frecuencias	Aspectos esperados de un proveedor de miel de abejas	Frecuencias
Muy dispuesto	6	La calidad	8
Dispuesto	2	El precio	3
Tal vez si/tal vez no	1	Cumplir con las normas	1
		La frescura	1
		Bien filtrado	1
		El sabor	1
		El olor	1
		Degustaciones	1

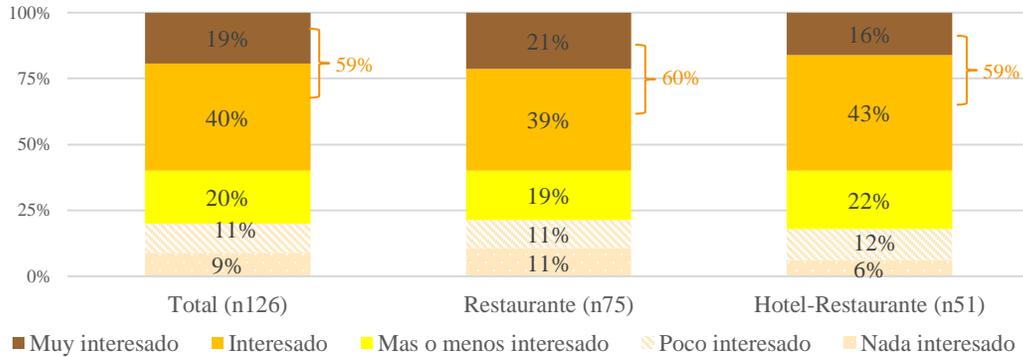
Evaluación de concepto “Proveedor miel Chanchimil”

Se les presentó a los entrevistadores un concepto de proveedor, para que manifestaran su interés:

CHANCHIMIL, es una asociación de apicultores, ubicada esta comunidad en Huehuetenango, la asociación cuenta con centro de acopio donde convergen los apicultores para buscar mercado para la miel que producen. La miel de Chanchimil está ya lista para ofrecer su producto con los registros y requisitos de ley. Una característica principal es que las abejas de las colmenas de los apicultores de Chanchimil, viven en un contexto natural donde hay variedad y las mejores flores de los Cuchumatanes. Actualmente la asociación busca clientes para proveerles de este producto de acuerdo con las características que los clientes buscan.

Según los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes entrevistados, a nivel total existe un interés intermedio en escuchar la oferta del grupo de apicultores organizados de Chanchimil, seis de diez manifestaron positivamente el interés (estarían “interesados” o “muy interesados”) en opción de proveedor, sin mayor diferencia por tipo de establecimiento (ver gráfica No. 18). Quienes no manifestaron un interés positivo manifiestan principalmente que “es un producto con poca demanda”, “ya tiene su proveedor”, “hay que conocer/probar el producto” (ver cuadro No.13). Entre Mayoristas, existe un mejor nivel de interés 8 de 10 mayoristas manifestaron estar “interesados” o “muy interesados” en la opción de incluir a la miel de Chanchimil entre sus proveedores y quienes no están tan convencidos, más que un rechazo se menciona que deben conocer más sobre la propuesta (ver cuadro No.14).

Gráfica No. 18 Interés en la miel de Chanchimil como proveedor
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 30, Cuadro No. 39 de las tabulaciones

Cuadro No.13 Razonamiento para no estar interesado Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
No tiene mucha demanda	48%	63%	25%
Tiene su proveedor	14%	13%	15%
Conocer el producto	12%	7%	20%
Tendría que probar	12%	7%	20%
Tendría que poner menú que pidiera miel	6%	7%	5%
No sabe la calidad del producto	4%	0%	10%
No conoce la forma de trabajo de Chanchimil	4%	0%	10%
Cultivo mi propia miel	4%	0%	10%
Otros	10%	9%	10%
BASE	50	30	20

Ref: Pregunta 31a, Cuadro No. 40 de las tabulaciones

Cuadro No. 14 Interés en la miel de Chanchimil Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
Interés en miel de Chanchimil	Frecuencias	Razonamiento de no estar	Frecuencias
Muy interesado	5	Ver si lo que dice es cierto	1
Interesado	3	Ver inocuidad	1
Más o menos	1	Ver precios	1
Nada Interesado	1	Ver logística	1
		No necesitan asociarse con empresa	1
Base	10		5

Los requerimientos para tomar en cuenta como proveedor al grupo de apicultores organizados de Chanchimil según Restaurantes y Hoteles-, son los mismos aspectos a cualquier proveedor que quiera ingresar en estos establecimientos, los primeros atributos de entrada son “calidad del producto”, el cual fue mencionado por casi la mitad de establecimientos, “precios” mencionado por la tercera parte de entrevistados, además de los anteriores se debe cumplir con ofrecer un “producto natural” y “puntualidad” (ver cuadro No.15). Según los mayoristas, un proveedor como el grupo de apicultores de Chanchimil deben enviar información sobre “proceso” e “información de la asociación”, deben cumplir con “estar registrados”, “cumplir con normas de calidad” y que su miel cumpla con “ser producto higiénico” y deben además ofrecer principalmente “cumplir con las normas de calidad” y “buenos precios” (ver cuadro No.16).

Cuadro No. 15			
Aspectos que debe ofrecer el grupo de Apicultores de Chanchimil			
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Buen producto/de calidad	44%	45%	41%
Ver precios/buenos precios	32%	33%	29%
Productos 100% natural	14%	12%	18%
Puntualidad en entrega de pedidos/tiempo de entrega	13%	11%	16%
Pedidos cuando se pidan	12%	15%	8%
Servicio a domicilio	9%	7%	12%
Que sean constantes en ofrecer sus productos/visiten en restaurantes	8%	9%	6%
Ver presentaciones	8%	9%	6%
Buen servicio/amabilidad/buena atención	6%	4%	10%
Traer muestras	6%	7%	6%
Ninguno	6%	5%	6%
Tengan crédito	4%	4%	4%
Producto fresco	4%	5%	2%
Tenga registro sanitario	4%	4%	4%
Hacer pruebas	4%	3%	6%
Ver catálogo/variedades	4%	5%	2%
Vendan por menor/vendan a pequeños restaurantes	3%	3%	4%
Tener disponibilidad de entregas	3%	3%	4%
Otros	28%	25%	31%
BASE	126	75	51

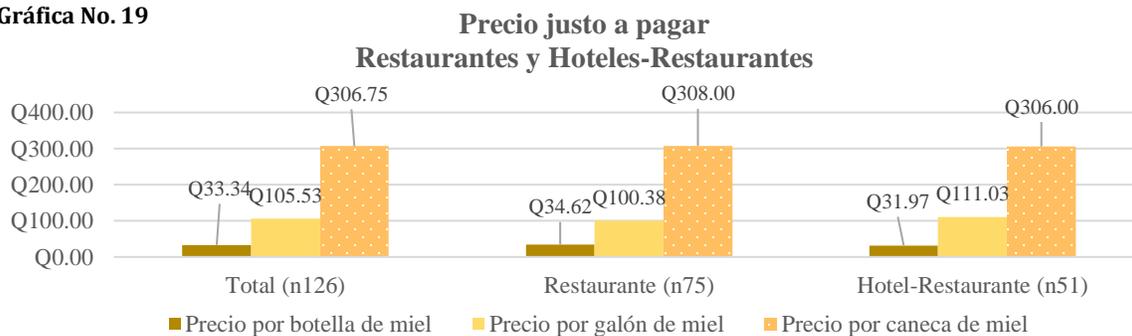
Ref: Pregunta 32, Cuadro No. 41 de las tabulaciones

Cuadro No. 16
Aspectos que debe ofrecer el grupo de Apicultores de Chanchimil
Mayoristas

Información requerida	Frecuencias	Requisitos para cumplir	Frecuencias	Que debe ofrecer	Frecuencias
Todo sobre el proceso	3	Estén debidamente legalizadas/inscritas/registro	6	Que cumpla con las normas de calidad	7
Tipo de empresa que es	2	Cumplir normas de calidad	2	Los precios	4
No responde	2	Sea higiénica	2	Entrega en el lugar indicado	1
Técnicas de producto	1	La humedad de la miel	1	Un buen medio ambiente	1
Todo lo que puedan	1	Trazabilidad	1	Olor	1
Como trabajan	1	Control de calidad	1	Sabor	1
Su preservación	1	Certificado de calidad	1	Densidad	1
Su forma de extraerla	1	100 natural	1	Humedad	1
Objetivos como asociación	1	100% nacional	1	Registro sanitario	1
Presentaciones	1	Este inscrita en el REGAPI	1	Que sea fresca	1
Precios	1	Tenga facturación	1	Que esté bien filtrada	1
		Que sea empresa estable	1		
		Tenga fichas técnicas	1		

En este segmento no se pudo evaluar el precio a que el grupo de apicultores organizados de Chanchimil estima poner en el mercado la miel de abejas debido a no tener bien definida la estructura de precios, únicamente se conoce que actualmente están vendiendo su producción a Q8 por libra. Los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes entrevistados, a nivel total manifiestan que para su consumo, en promedio una botella de miel debería costar Q33, mientras que un galón debería costar Q105 y una caneca debería costar Q306, estos precios son similares con leves diferencias por tipo de establecimiento (ver gráfica No. 19). Los mayoristas por su parte indican que el precio promedio que estarían dispuestos a pagar por un “quintal” es de Q2,000.00

Gráfica No. 19

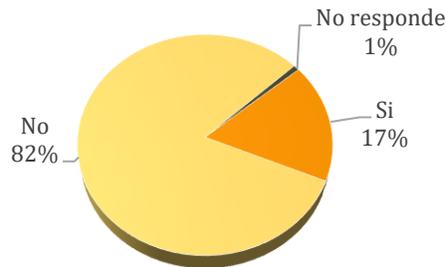


Ref: Pregunta 34a, Cuadro No. 43, 44, 45 y 47 de las tabulaciones

Cuadro No.17	
Precio dispuesto a pagar	
Mayoristas	
Quintal (un respondiente)	Q.2000.00

Con el propósito de evaluar la venta de miel envasada para que los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes pudieran revender, se les presentó este concepto para evaluar su interés. Actualmente solo una sexta parte de estos establecimientos manifestó vender productos envasados (ver gráfica No.20) y únicamente un 2% manifestó vender actualmente miel de abejas (ver cuadro No.18). La mitad de estos establecimientos manifestó tener interés en vender un producto como la miel, consideran que una botella de miel debe estar alrededor de los Q50 y manifiestan que un porcentaje de ganancia aceptable por estos productos es de un 25%. (ver gráficas No. 21,22 y 23).

Gráfica No. 20 **Vende productos envasados para que el consumidor lleve Restaurantes y Hoteles-Restaurantes**



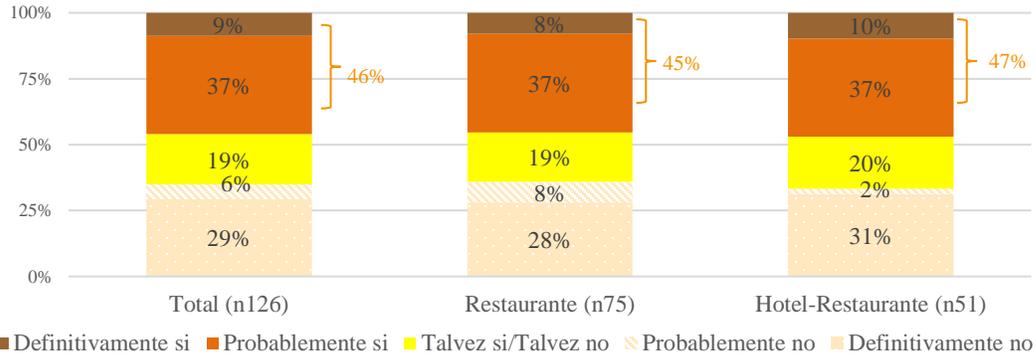
Base: 126

Ref: Pregunta 27, Cuadro No. 35 de las tabulaciones

Cuadro No. 18			
Productos envasados que vende Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Miel	2%	3%	2%
Café	2%	1%	2%
Aderezos	2%	3%	0%
Pastelitos	1%	1%	0%
Chocolates	1%	1%	0%
Dulces	1%	0%	2%
Café molido	1%	0%	2%
Salsas	1%	1%	0%
Semillas	1%	1%	0%
Cebolla encurtida	1%	1%	0%
Chile picante	1%	1%	0%
No ha vendido	92%	89%	96%
BASE	126	75	51

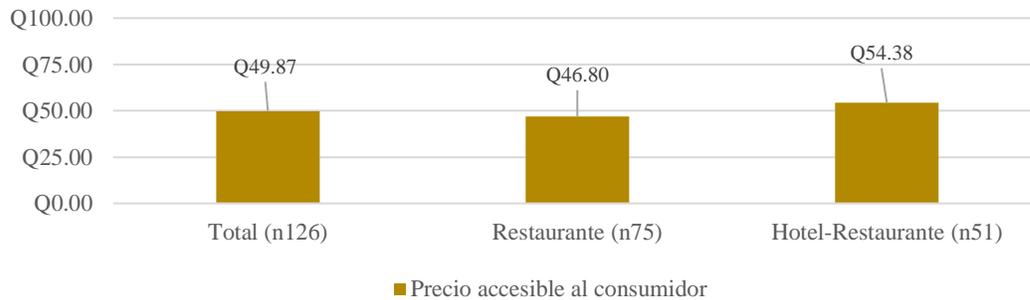
Ref: Pregunta 28, Cuadro No. 36 de las tabulaciones

Gráfica No. 21 Interés en incluir miel de abejas envasada para llevar Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



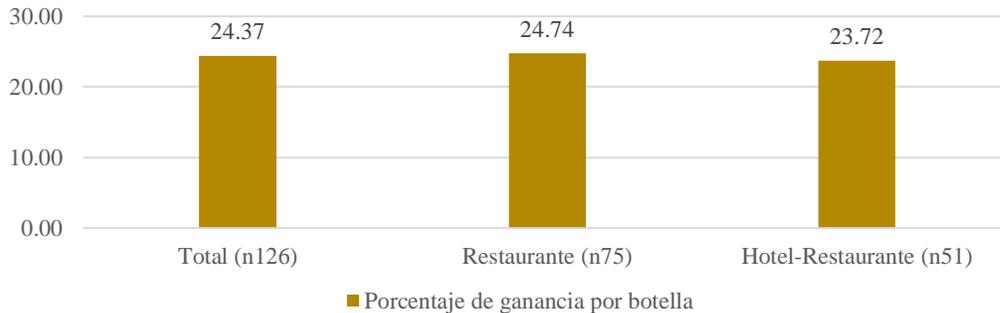
Ref: Pregunta 29, Cuadro No. 37 de las tabulaciones

Gráfica No. 22 Precio accesible al consumidor según el establecimiento Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 34a, Cuadro No. 43, 44, 45 y 47 de las tabulaciones

Gráfica No. 23 Porcentaje de ganancia que le gustaría Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: Pregunta 36, Cuadro No. 48 de las tabulaciones

La experiencia de “asociación” en los apicultores no asociados a Chanchimil ha sido más con otro tipo de instituciones aunque 4 apicultores mencionaron a “Miel de Montaña”. Al consultarles sobre beneficios, mencionan que los beneficios principales son “apoyo”, “capacitaciones”, “ofrecer el producto” y “asesoría”. En cuanto a si le gustaría estar asociado, casi la totalidad mencionó que si le gustaría, y buscan los mismos beneficios que obtienen de otras entidades (ver cuadros No. 19 y 20).

Cuadro No. 19 Experiencia con Asociaciones Apicultores no asociados			
Asociado actualmente	Frecuencia	¿En Cuál?	Frecuencia
Si	11	ACODIGUA	5
No	4	Miel de Montaña	4
		Comité de asociados de agua y riego	1
		Cooperativa TEOGAL	1
¿Anteriormente estuvo agremiado a alguna asociación?	Frecuencia	¿Beneficios de estar asociado?	
No	15	Apoyo	5
		Capacitaciones	4
		Asesoría	2
		Ofrecer el producto	3
		Mercado seguro	1
		Nos dan ahumadoras	1
		Nos dan velas	1
		Nos dan guantes	1
		Crecimiento	1
		El flete	1
		Ninguno	3
		No responde	4

Cuadro No. 20 Experiencia con Asociaciones Apicultores no asociados			
¿Le gustaría estar asociado?	Frecuencia	¿Por qué?	Frecuencia
Si	13	Den apoyo	8
No	2	Den capacitaciones	6
		Tenemos crecimiento	4
		Den asesorías	2
		Den materiales e insumos	1
		Mejor economía para nosotros	1
		Den orientaciones	1
		Tengo donde vender	1
		Tengo mercado seguro	1
		Ya estamos con ACODIGUA	1
		Tener más oportunidades	1
		Más directo el negocio	1
		Pagar buen precio	1
		Permiso para tener las colmenas	1

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

Análisis DAFO GRUPO DE APICULTORES ORGANIZADOS DE CHANCHIMIL

Debilidades:

- No estar registrados como asociación.
- No tener registros sanitarios del producto.
- No contar con registros para facturación y manejo bancario.
- No tener definido envases, precios etc.
- No contar con sistema industrial de empaque para producir de una forma confiable en cuanto inocuidad y que brinde confianza al cliente.
- No contar actualmente con logística de distribución para entrega “a domicilio”.

Amenazas:

- Ya existen asociaciones que están realizando envasado de miel de abejas.
- Al no contar con una diferencia competitiva, cualquier apicultor se convierte en competencia.

- Mayoristas ya están posicionados y pueden expandirse fácilmente.
- Los mayoristas definen precios y cantidades de compra.
- Que surjan nuevas asociaciones u apicultores organizados.

Fortalezas

- El apoyo de ASOCUCH.
- Trabajar de forma organizada permitirá el crecimiento de oferta.
- De forma organizada se pueden buscar proyectos de apoyo.
- Se tiene un buen concepto de producto al venir de un área de flores muy natural.
- Se está iniciando con registros, marcas, etc.
- Conocer la logística de trabajar con mayoristas.

Oportunidades

- Explotar una marca regional.
- Búsqueda de otros mayoristas o para no depender de uno solo.
- Existe factibilidad de cubrir los clientes potenciales investigados.
- Por parte de los clientes potenciales, existe una apertura aceptable a nuevos proveedores.
- No existen competidores dominantes que ofrezcan la miel con características únicas.
- Las peticiones de los clientes potenciales para aceptar opciones de proveedores son alcanzables.

Conclusiones

- En Restaurantes y Hoteles-Restaurantes geográficamente, se consume más miel de abejas en Guatemala, Antigua y Sololá estos se convierten en los principales clientes potenciales para miel envasada de forma comercial, agregando que en Antigua Guatemala es en donde existió más interés en la opción del grupo de Chanchimil fuera proveedor. Los Mayoristas que se encuentran en la capital será el grupo primario a quien se le puede vender miel sin mayor esfuerzo de envasado, pero hay que considerar que el precio será similar al que están recibiendo ahora por la producción.
- Actualmente la miel de abeja compite con el azúcar en Restaurantes y Hoteles-Restaurantes, siendo el segundo edulcorante más usado.

- La miel de abejas es usada tanto como un ingrediente en la cocina especialmente para hacer salsas y aderezos, así como para agregarle a platillos ya terminados, especialmente fruta, panqueques y yogur.
- Tomando en cuenta el consumo actual o que lo hayan hecho con anterioridad, la inclusión de miel de abeja en los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes ha sido del 86%.
- En Restaurantes y Hoteles-Restaurantes se compra la miel en presentación de “botella” y “galón” principalmente cada mes o cada 15 días, mientras que mayoristas compran en “tonel” o “caneca”.
- En Restaurantes y Hoteles-Restaurantes la miel llega a través de “supermercados”, “depósitos” y “mayoristas” mientras que los Mayoristas compran a apicultores y asociaciones de apicultores.
- La miel de abejas es recibida por los Mayoristas en su planta, otros apicultores y otras asociaciones confirman lo anterior al manifestar que entregan en la planta del mayorista, por su parte los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes lo más común es que “hacen pedido y se las llegan a dejar”, aunque también “van a comprarla”.
- En cuanto a precio actual de la miel de abejas, los Restaurantes y Hoteles Restaurantes están pagando Q31 por botella y Q135 por galón, aunque los mayoristas no quisieron brindar información, uno de ellos mencionó estar pagando Q3,500 por tonel.
- Las condiciones para compra de miel de abejas como atributos de entrada con los clientes son: por parte de los mayoristas principalmente “el grado de humedad”, “calidad de la miel especialmente no mezclas”, “color”, “filtrado” y “olor”. Otras asociaciones entrevistadas, en algunos casos ya cuentan con sus “análisis propios de laboratorio”, en otros casos “cuentan con un manual de requisitos” el cual se encargan de hacer cumplir con sus asociados” y también en otros casos al igual que en Chanchimil “el cliente verifica calidad y humedad”. En el caso de los apicultores no asociados al grupo organizado de Chanchimil, brindan aspectos más generales como “calidad” y “pureza” como requisitos a cumplir.
- Los proveedores de miel actualmente están dando una buena satisfacción a sus clientes, los Mayoristas así lo manifiestan y de igual forma los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes. La satisfacción con el proveedor también incluye la forma en que les es

entregado el producto, en el caso de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes, manifiestan que sus proveedores brindan “buen precio”, “puntualidad”, “calidad de producto”, “crédito” y “servicio a domicilio” como elementos de satisfacción.

- En Restaurantes y Hoteles Restaurantes existe un interés de un poco menos de la mitad de los establecimientos de cambiar proveedor de miel de abejas y los aspectos a tomar en cuenta para ingreso como proveedor “calidad”, “buen precio” y “puntualidad de entrega”. En cuanto a Mayoristas, si existe una mayor apertura, casi todos estarían dispuestos a tener un proveedor adicional de miel de abejas que brinde producto de “calidad”.
- Específicamente al evaluar al grupo de apicultores de Chanchimil como proveedor, la intención sube, seis de diez Restaurantes y Hoteles Restaurantes manifestaron un interés positivo. Los Mayoristas por su parte siguen mostrando un interés positivo en adherirlos como proveedor.
- A los establecimientos entrevistados les interesa que el grupo de apicultores organizados de Chanchimil pueda cumplir con “buen producto”, “buen precio” mientras que los Mayoristas también les interesa “conocer todo sobre la organización”, “sus procesos” e información más detallada del producto.
- Los precios dispuestos a pagar es algo que los Mayoristas no quisieron informar, hubo un Mayorista que manifestó alrededor de los Q2,000 por quintal. Los Restaurantes y Hoteles Restaurantes mencionaron en promedio precios de Q33 por botella, Q105 por galón y Q306 por una caneca.
- Existe un pequeño nicho a atender que es la miel para la reventa en establecimientos como Restaurantes y Hoteles Restaurantes, dando una comisión a estos para la venta, algunos establecimientos, estarían en la disposición de revender la miel de abejas.

Recomendaciones

- Geográficamente la ciudad capital representa un mayor potencial para Restaurantes y Hoteles Restaurantes, adicionalmente los Mayoristas principales están ubicados en la capital, lo que es preciso enfocar planes para iniciar cubriendo esta área como primera opción, otros lugares con buen potencial son Antigua Guatemala y Sololá.
- Tener bien definidos los procedimientos, canales, etc. Sobre la distribución ya que es posible aprovechar nichos pero no se puede quedar mal ante los clientes por falta de cumplimientos lo cual es importante ante los clientes potenciales.
- Garantizar que la miel de abejas cumple con todas las normas higiénicas que garanticen los aspectos de inocuidad, para ello deberá documentarse los procedimientos para boletines informativos.
- Para ingresar a Restaurantes y Hoteles-Restaurantes deberá considerarse la planta de envasado para ofrecer la miel de abejas en envases garantizados.
- Para ingresar al segmento de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes deberá ofrecerse en envases de Botella, Litro y Galón.
- El producto deberá cumplir y expresar en el empaque, catálogos, publicidad etc. Todos los registros sanitarios, licencias y lo necesario para que sea confiable.
- Es posible que los apicultores organizados de Chanchimil, evalúe la opción de enfocarse en atender mayoristas lo cual podrá adaptar más fácil, vendiendo sin necesidad de envasar y vender a granel de acuerdo con las condiciones del mayorista.
- Crear planes de negocio orientados a cubrir las necesidades os distintos segmentos de precio, cantidad, periodicidad, tipo de compra.
- Estudiar minuciosamente si el ofrecer productos para reventa para asegurar que es lo suficientemente rentable.

Lecciones aprendidas

- Existe un buen nivel de consumo de miel de abejas a través de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes
- Existen otras asociaciones de apicultores que están haciendo el mismo esfuerzo que el grupo de apicultores de Chanchimil.

- Ingresar a segmentos como Restaurantes y Hoteles Restaurantes requerirá un crecimiento en estructura, especialmente para el envasado.
- Los Mayoristas son un buen camino para vender la producción a corto plazo y no requeriría mayores inversiones que el traslado.
- Como en cualquier mercado, entrar a competir requiere una estructura de atención especial.

Capítulo VI Anexos

Cronograma de actividades

Parte 1

DMG DIMERC GROUP	Febrero															Marzo															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
Aprobación propuesta																															
Recepción de información por parte de ASOCUCH, afinación de muestra y Grupos objetivos																															
Instrumentos y su aprobación																															
Levantamiento de información																															
Proceso de Información																															
Informe final																															

Parte 2

DMG DIMERC GROUP	ABRIL												MAYO																																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V			
Aprobación propuesta																																															
Recepción de información por parte de ASOCUCH, afinación de muestra y Grupos objetivos																																															
Elaboración de instrumentos y su aprobación																																															
Levantamiento de información																																															
Proceso de Información																																															
Análisis de información																																															
Informe final																																															

Instrumentos de recopilación utilizados

Cuestionario a Restaurantes y Restaurantes de hoteles

CUESTIONARIO CARA-A-CARA

ENCUESTA A RESTAURANTES				
SEXO	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO:	NOMBRE REST.	ENTREVISTADOR
Restaurante independiente...1 Restaurante de Hotel..2	Guatemala1 Sacatepéquez.....2 Chimaltenango.....3 Sololá.....4 Quetzaltenango.....5 San Marcos.....6 Huehuetenango.....7 Zacapa.....8 Izabal.....9	<u>COMUNIDAD:</u>	TELEFONO: ENTREVISTADO: PUESTO	SUPERVISOR: FECHA:
<p>INTRODUCCION: Muy buenos días/tardes, mi nombre es _____ y trabajo para Dimerc Group y Estamos realizando un proyecto de apoyo a ASOCUCH, que es una asociación de organizaciones ubicada en Huehuetenango, el interés principal es conocerle y ponerle a su disposición algunos productos que le pueden interesar, así como conocer sus necesidades, para que los productos que se le puedan ofrecer respondan a las necesidades de establecimientos como el suyo. Los datos que nos proporcione son con el propósito de conocer su opinión, todos los comentarios son importantes y no hay respuestas buenas o malas</p>				
GENERALES				
P.1	¿Cuánto tiempo tiene el restaurante de funcionar? RU			
P.2	¿Cuántas mesas tiene disponibles para atender clientes? RU			
P.3	¿Qué tiempos de comida atienden en el restaurante RM		Desayuno Almuerzo Cena Refacciones	1 2 3 4
P.4	¿Tienen alguna especialidad? ¿cuál?			
ENDULZANTES				
P.5	¿Cuáles endulzantes utiliza usted para comidas ya sea como materia prima o para que los clientes pongan en su comida? RM		Azúcar Miel de abejas Miel de maple Endulzante artificial (splenda, equal etc.) Otro_____	1 2 3 4 5
USA MIEL DE ABEJAS				
P.6	¿En qué platillos utiliza miel de abejas como materia prima?			

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

P.7	¿En qué platillos utiliza miel de abejas para agregarle ya servidos?	Panqueques Frutas Otro _____ Otro _____	1 2 3 4
P.8	¿En qué presentación compra usted miel de abejas para el restaurante? RM	Botella Galón Caneca Otro _____	1 2 3 4
P.9	¿Qué cantidad al mes utilizan de miel de abejas? RU		
P.10	¿Cada cuánto compran miel de abejas para consumo en el restaurante?		
P.11	¿En dónde compra la miel de abejas?		
P.12	¿A qué precio está comprando la miel de abejas actualmente?	Botella _____ Galón _____ Caneca _____ Otro _____	
P.13	Cuando compra miel de abejas, usted...	Usted va al lugar a comprarla Le visitan para venderle Hace pedido y se la envían Otro	1 2 3 4
P.14	¿Qué beneficios cree que tiene la miel de abejas? PROFUNDIZAR		
P.15	¿Qué tan satisfecho está usted con su proveedor actual de miel de abejas? RU	Nada satisfecho Poco satisfecho Más o menos satisfecho Satisfecho Muy satisfecho	1 2 3 4 5
P.16	¿Está usted satisfecho en la forma en que recibe la miel de abejas? SI CONTESTA QUE NO ¿por qué no?	Si No Por qué no?	1 2
P.17	¿Cuáles son las ventajas o beneficios que tiene su proveedor actual de miel de abejas? PROFUNDIZAR		
P.18	Sabiendo que nada es perfecto, ¿qué aspectos de mejora o negativos tiene su proveedor actual de miel de abejas? PROFUNDIZAR		
P.19	¿Usted piensa que el consumo de miel de abejas en su restaurante? RU	Está subiendo Se mantiene Está bajando	3 2 1

P.20	¿Qué tan dispuesto estaría usted a cambiar de proveedor de miel de abejas? RU	Muy dispuesto Dispuesto Tal vez si/Tal vez NO Poco dispuesto Nada dispuesto	1 2 3 4 5
P.21	¿Qué debería ofrecerle un nuevo proveedor de miel de abejas para que usted lo tome en cuenta como su proveedor? PROFUNDIZAR		
QUIENES NO UTILIZAN MIEL DE ABEJAS			
P.22	¿Alguna vez a incluido miel de abejas ya sea como materia prima o para agregar a platillos ya servidos?	Si No	1 2
P.23	Si dice que sí en pregunta anterior preguntar , ¿Por qué dejó de incluirla?		
P.24	¿Por qué nunca ha incluido miel de abejas como materia prima o para agregar a platillos ya servidos?		
P.25	En su conocimiento, según su experiencia o lo que se imagina, ¿cuánto cuesta una botella de miel de abejas?		
P.26	Si hubiera un proveedor que le ofreciera miel de abejas para su uso en el restaurante, ¿Qué debería ofrecerle para que usted lo tome en cuenta como su proveedor?		
PRODUCTOS PARA LLEVAR			
P.27	¿Actualmente usted vende productos enlatados embotellados o empacados para llevar?	Si No	1 2
P.28	Si dice que sí en pregunta anterior preguntar , ¿Qué productos enlatados embotellados o empacados vende? SI NO VENDE MIEL DE ABEJAS CONTINUAR CON P29		

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

P.29	¿Le gustaría incluir dentro de sus productos para llevar la miel de abejas?	Definitivamente si	5
		Probablemente si	4
		Tal vez Si / Talvez No	3
		Probablemente no	2
		Definitivamente No	1
P.31	SI CONTESTÓ MAS O MENOS, POCO O NADA INTERESADO PREGUNTAR ¿Por qué MENCIONE RSPUESTA?		

CONCEPTO MIEL			
	<p>CHANCHIMIL, es una asociación de apicultores, ubicada esta comunidad en Huehuetenango, la asociación cuenta con centro de acopio donde convergen los apicultores para buscar mercado para la miel que producen. La miel de Chanchimil está ya lista para ofrecer su producto con los registros y requisitos de ley. Una característica principal es que las abejas de las colmenas de los apicultores de Chanchimil, viven en un contexto natural donde hay variedad y las mejores flores de los Cuchumatanes. Actualmente la asociación busca clientes para proveerles de este producto de acuerdo a las características que los clientes buscan.</p>		
P.30	¿Qué le parece esta opción para incluir en su restaurante? ¿Cómo definiría su interés en estos productos y este proveedor? RU	Muy interesado	5
		Interesado	4
		Mas o menos	3
		Poco Interesado	2
		Nada interesado	1
P.31	SI CONTESTÓ MAS O MENOS, POCO O NADA INTERESADO PREGUNTAR ¿Por qué MENCIONE RSPUESTA?		
P.32	¿Qué necesitaría ofrecerle Chanchimil en cuanto a condiciones de producto y entrega para que usted considere comprar este producto?		
P.33	¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre Miel de Chanchimil y sus productos?		
P.34	¿Cuánto es un precio que usted estaría dispuesto a pagar por la miel de abejas?	Botella Q _____	
		Galón Q _____	
		Caneca (18.92 LITROS) Q _____	
		Otro _____	
		Q _____	

P.35	¿Si yo le dijera que el precio de una caneca es de _____ y de un Galón es de _____ sin incluir el flete, el cual dependerá de la frecuencia y cantidad de compra, qué tan interesado estaría usted en comprar este producto para incluir como materia prima en su restaurante? RU	Muy interesado Interesado Más o menos Poco Interesado Nada interesado No sabe/no está seguro	5 4 3 2 1 0
P.36	SI CONTESO 3,2,1,0 ¿Por qué?		
P.37	¿Si fuera una presentación para reventa, cuanto cree que sería un precio accesible para vender al consumidor? RU		
P.38	Si usted tuviera esa opción de vender por litro o botella, ¿cuánto cree que le debería a usted quedar de ganancia para que sea rentable poner a la venta aquí una botella o litro de miel de abejas?	Q _____	
P.39	¿Qué requisitos debe cumplir un proveedor de miel de abejas para que ustedes puedan tomarlo en cuenta y trabajar con él? ENFOCARSE EN ADMINISTRATIVOS O ASPECTOS CONTRACTUALES		
MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION			

Nombre _____ Dirección _____ Teléfono _____

Agradecerle su colaboración y despídase cortésmente. FIN DE ENTREVISTA DECLARACIÓN DEL ENCUESTADOR

Declaro que esta encuesta ha sido conducida estrictamente con los acuerdos y especificaciones del código de conducta de **DIMERC GROUP**, transcribiendo fielmente las respuestas brindadas por el entrevistado.

Firma: Encuestador _____ Fecha: _____ Supervisor: _____

Cuestionario a Mayoristas

CUESTIONARIO CARA-A-CARA

ENCUESTA A MAYORISTAS			
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO:	NOMBRE REST.	ENTREVISTADOR
Guatemala1			
Sacatepéquez.....2			
Chimaltenango.....3	COMUNIDAD:	TELEFONO:	SUPERVISOR:
Sololá.....4			
Quetzaltenango.....5		ENTREVISTADO:	FECHA:
San Marcos.....6			
Huehuetenango.....7		PUESTO	
Zacapa.....8			
Izabal.....9			

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

<p>INTRODUCCION: Muy buenos días/tardes, mi nombre es _____ y trabajo para Dimerc Group y Estamos realizando un proyecto de apoyo a ASOCUCH, que es una asociación de organizaciones ubicada en Huehuetenango, el interés principal es conocerle y ponerle a su disposición algunos productos que le pueden interesar, así como conocer sus necesidades, para que los productos que se le puedan ofrecer respondan a las necesidades de establecimientos como el suyo. Los datos que nos proporcione son con el propósito de conocer su opinión , todos los comentarios son importantes y no hay respuestas buenas o malas</p>			
GENERALES			
P.1	¿Cuánto tiempo tiene la empresa de funcionar?		
P.2	¿Qué productos comercializa la empresa? SI NO MENCIONA MIEL, AGRADEZCA Y TERMINE		
P.3	¿En el caso de la miel de abejas, ustedes ... RM	Producen miel 1 Compran miel a apicultores 2 Compran miel a asociaciones de apicultores 3	
P.4	¿La miel de abejas que ustedes comercializan es para...? RM	Mercado nacional 1 Exportar 2	
P.5	En el mercado nacional, ¿en dónde comercializan ustedes la miel? RM	Supermercados 1 Tiendas 2 Restaurantes 3 Mercados 4 Otro _____ 8 Otro _____ 8	
P.6	¿En qué presentaciones comercializan la miel de abejas en el mercado nacional? RM	Botella 1 Galón 2 Caneca 3 Tonel 4 Otro _____ 8	
QUIENES COMPRAN MIEL DE ABEJAS COD 2-3 P3			
P.7	¿A quién le compran ustedes miel de abejas?		

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

P.8	¿En qué presentaciones compran miel de abejas? RM	Botella Galón Caneca Tonel A granel por libra Otro _____	1 2 3 4 5 8
P.9	¿Quién pone el envase cuando ustedes compran miel de abejas?	El apicultor/vendedor La empresa compradora	1 2
P.10	¿Cuándo ustedes compran miel de abejas, es con envase o sólo el producto?	Miel con envase Solo la miel (el vendedor se lleva su envase)	1 2
P.11	¿La miel de abejas que ustedes compran, es puesta en granja apícola/apiario o puesta en su planta?	Puesto en granja apicultora Planta/Centro de acopio del comprador	1 2
P.12	¿Quién asume el costo del flete?	El apicultor/vendedor La empresa compradora	1 2
P.13	¿Cómo es el proceso de recepción en cuanto a pesaje o medición?	El apicultor/vendedor entrega ya pesado La empresa compradora pesa al recibir	1 2
P.14	¿El precio que ustedes pagan es por? ¿Qué precio pagan? PREGUNTAR POR LA FORMA EN QUE COMPRAN	Libra Quintal Botella Galón Caneca Tonel Otro _____	1 2 3 4 5 6 8 _____ _____ _____ _____ _____ _____
P.15	En cuanto a calidad ¿qué características debe tener la miel de abejas para que ustedes decidan comprarla o la acepten?		
P.16	¿Existe un mínimo requerido de producto aceptable por vendedor? ¿cuál es el mínimo?	Si No Mínimo para comprar _____	1 2
P.17	¿Tienen fechas especiales de compra o puede ser en cualquier temporada? ¿Cuáles son las fechas o temporadas donde aceptan producto?	Si No Fechas o temporadas _____	1 2

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

P.18	¿Qué tan satisfecho está usted con su proveedor actual de miel de abejas?	Nada satisfecho Poco satisfecho Mas o menos satisfecho Satisfecho Muy satisfecho	1 2 3 4 5
P.19	¿Qué aspectos deben mejorar los apicultores, para darle a ustedes un producto que cumpla con sus expectativas?		
P.20	¿Qué beneficios especiales le ofrece su proveedor de miel actual para que usted le prefiera?		
P.21	¿Qué tan dispuesto estaría usted a agregar a otras asociaciones o apicultores de miel de abejas como proveedores?	Muy dispuesto Dispuesto Tal vez si/Tal vez NO Poco dispuesto Nada dispuesto	1 2 3 4 5
P.22	¿Qué debería ofrecerle un nuevo proveedor de miel de abejas para que usted lo tome en cuenta como su proveedor?		
CONCEPTO MIEL			
	<p>CHANCHIMIL es una comunidad ubicada en el municipio de Todos Santos Cuchumatán, Huehuetenango, en donde se encuentra un grupo de apicultores, que cuenta con un centro de acopio donde convergen diversos apicultores con la finalidad de comercializar su producción a nuevos mercados. La miel de Chanchimil cumple los más altos estándares de calidad, registros y requisitos de ley. Una característica principal es que las abejas de las colmenas de los apicultores de Chanchimil, viven en un contexto natural donde hay variedad de flores peculiares de la Sierra de los Cuchumatanes. Actualmente la asociación tiene como objetivo apoyar a pequeños productores en busca identificar clientes potenciales para comercializar su producción y darse a conocer en el mercado con la miel de abejas de origen en los Cuchumatanes. clientes para proveerles de este producto de acuerdo a las características que los clientes buscan.</p>		
P.23	¿Cómo definiría su interés en miel de abejas de Chanchimil? RU	Muy interesado Interesado Mas o menos Poco Interesado Nada interesado	5 4 3 2 1
P.24	SI CONTESTÓ MAS O MENOS, POCO O NADA INTERESADO PREGUNTAR ¿Por qué MENCIONE RSPUESTA?		
P.25	¿Qué necesitaría ofrecerle Chanchimil en cuanto a condiciones de producto y entrega para que usted considere comprar este producto?		
P.26	¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre Miel de Chanchimil y sus productos?		

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

P.27	¿Cuánto es un precio que usted estaría dispuesto a pagar por la miel de abejas?	Botella Q _____ Galón Q _____ Caneca Q _____ Libra Q _____ Quintal Q _____ Otro _____ Q _____
P.28	¿Si yo le dijera que el precio que actualmente se está brindando es de Q_____, qué tan interesado estaría usted en comprar este producto? RU	Muy interesado 5 Interesado 4 Mas o menos 3 Poco Interesado 2 Nada interesado 1 No sabe/no está seguro 0
P.29	SI CONTESTÓ 3,2,1,0 ¿Por qué?	
P.30	¿Compran y/o comercializan otros productos derivados de la miel? ¿Cuáles?	
P.31	¿En qué productos derivados de la miel estarían interesados para adquirir?	
P.32	¿Qué requisitos debe cumplir un proveedor de miel de abejas para que ustedes puedan tomarlo en cuenta y trabajar con él? ENFOCARSE EN ADMINISTRATIVOS O ASPECTOS CONTRACTUALES	
MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION		

Nombre _____

Dirección _____ Teléfono _____

Agradecerle su colaboración y despídase cortésmente. FIN DE ENTREVISTA DECLARACIÓN DEL ENCUESTADOR

Declaro que esta encuesta ha sido conducida estrictamente con los acuerdos y especificaciones del código de conducta de **DIMERC GROUP**, transcribiendo fielmente las respuestas brindadas por el entrevistado.

Firma: Encuestador _____ Fecha: _____

Cuestionario a apicultores no asociados a Chanchimil

CUESTIONARIO CARA-A-CARA

ENCUESTA A APICULTORES

TIPO	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO:	NOMBRE :	ENTREVISTADO R
Apicultor Asociado..... 1	Guatemala1			
Apicultor Individual.....2	Sacatepéquez.....2			
	Chimaltenango.....3	COMUNIDAD:	TELEFONO:	SUPERVISOR:
	Sololá.....4			
	Quetzaltenango.....5		ENTREVISTADO:	
	San Marcos.....6			
	Huehuetenango.....7		PUESTO	FECHA:
	Zacapa.....8			
	Izabal.....9			
<p>INTRODUCCION: Muy buenos días/tardes, mi nombre es _____ y trabajo para Dimerc Group y Estamos realizando un proyecto de apoyo a ASOCUCH, que es una asociación de organizaciones ubicada en Huehuetenango que apoya a productores de los Cuchumatanes y apicultores del departamento de Huehuetenango, el interés es conocerle para enfocar nuevas formas de apoyo a apicultores de la región. Los datos que nos proporcione son con el propósito conocer su opinión, todos los comentarios son importantes y no hay respuestas buenas o malas</p>				
GENERALES				
P.1	¿Desde cuándo se dedica a la apicultura?			
P.2	¿Usted se dedica a la apicultura como un...?		Actividad exclusiva	1
			Actividad compartida con otras actividades	2
P.3	¿Usted se dedica a la apicultura como una...?		Actividad individual	1
			Actividad familiar	2
P.4	¿Cuántas colmenas tiene usted?			
P.5	¿Cuántas cosechas al año tiene usted con esas colmenas?			
P.6	¿Cuánta miel produce usted aproximadamente al año?			
P.7	¿A quién vende actualmente la miel que produce?	Vende a consumidores directamente Lleva a un centro de acopio para que se venda Usted vende directamente a un mayorista Vende a clientes especiales para reventa o materia prima Vende en el mercado local		1 2 3 4 5
	ACEPTE MULTIPLE			
P.8	¿De lo que produce Cuanto producto le queda que no pueda vender?			
P.9	¿De la miel que vende, cuánta miel vende a cada cliente?			
	¿Los compradores pagan al contado o al crédito?			
		Clientes individuales		
P.10	SI MENCIONA ALGUN MAYORISTA O CLIENTE QUE COMPRA EN PORCENTAJE MAYOR A 50% PREGUNTAR P.10-P.13			
	¿Cuánto tiempo tiene de trabajar con....?			

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

P.11	¿Qué tipo de compromiso tiene con su comprador actual?	Escrito	1
		Verbal	2
		Ninguno	3
P.12	¿Qué compromisos o condiciones le pone _____ para comprarle el producto?		
P.13	¿Qué beneficios tiene para usted venderle su producción a _____?		
P.14	¿En qué envase o presentaciones vende usted la miel? ACEPTE MENCION MULTIPLE A qué precio vende usted la miel PREGUNTAR POR CADA PRESENTACIÓN Y CORROBORAR SI EL PRECIO ES POR CADA LIBRA, CADA ENVASE ETC.	Botella	1
		Galón	2
		Caneca	3
		Tonel	4
		Otra _____	8
		Precio	

P.15	¿Qué tan contento está usted con la cantidad de miel que vende actualmente? RU	Nada	1
		Poco	2
		Regular	3
		Bastante	4
		Mucho	5
P.16	¿Qué tan satisfecho está usted con la forma en la que vende la miel? RU	Nada satisfecho	1
		Poco satisfecho	2
		Mas o menos satisfecho	3
		Satisfecho	4
		Muy satisfecho	5
P.17	Actualmente está asociado o agremiado a alguna asociación, comité, cooperativa, etc ¿Cuál?	Si _____	1
		NO	2
P.18	¿Qué beneficios tiene usted estar asociado o agremiado? PROFUNDIZAR		
P.19	Anteriormente estuvo agremiado a alguna asociación, cooperativa, etc ¿Cuál?	Si _____	1
		NO	2
P.20	¿Por qué ya no está usted asociado o agremiado? PROFUNDIZAR		
P.21	¿Le gustaría estar asociado, agremiado o pertenecer a un grupo de apicultores organizado?	Si	1
		No	2
P.22	¿Por qué?		
P.23	¿Qué beneficios o ventajas debería una asociación, empresa o cooperativa ofrecer para apicultores como usted?		
P.24	¿Cree que puede usted aumentar la producción/ de miel si tuviera más clientes?	Si	1
		No	2
	¿Por qué?		

Nombre _____ Dirección _____ Teléfono _____

Agradecerle su colaboración y despídase cortésmente. FIN DE ENTREVISTA DECLARACIÓN DEL ENCUESTADOR

Declaro que esta encuesta ha sido conducida estrictamente con los acuerdos y especificaciones del código de conducta de **DIMERC GROUP**, transcribiendo fielmente las respuestas brindadas por el entrevistado.

Firma: Encuestador _____ Fecha: _____ Supervisor: _____

GUIA DE EVALUACIÓN DE LA OFERTA ACTUAL – CATEGORIA MIEL – ASOCIACION APICULTORES SIN NOMBRE

1. PRODUCTO Y VENTA

- Venden producto a granel, envasado?
- Especificaciones del producto, va sellado o no, son canecas reutilizables,
- quién pone el envase (el comprador o el vendedor)
- ¿cómo funciona el sistema de entrega de producto? Se le va a dejar al comprador?
- ¿Hay un pago adicional por el flete?
- ¿Como se entrega? ¿El cliente mide pesa?
- ¿El cliente verifica calidad? Hay penalizaciones o algo por no cumplir la calidad
- ¿El cliente pide una calidad especial?
- ¿Como recolectan la miel para llevarla a donde el comprador? (todos se juntan el mismo día/unos van un día otros otro?)
- ¿Actualmente el cliente los llama para hacer pedidos o ya están estipulados los días de venta?

2. COBERTURA

- ¿Quién es el cliente o clientes actuales y Dónde está el cliente o clientes actuales?
- ¿Cuánto les cobra un flete para ir hasta allá? ¿por qué cantidad?
- ¿Cuánto tiempo los lleva llegar hasta allá?

3. PRODUCCION

- ¿Cuánto están vendiendo actualmente? En Toneladas, litros
- ¿Cuánto es por productor? Cuantos hay en rangos digamos como se agruparían de 1-2 canecas cada semana/mes de 2-5 o como está la oferta de productores
- Hay alguna diferencia de la producción de cada productor o es la misma
- ¿Hay cuotas de venta por productor o cualquiera vende lo que puede?
- ¿Les queda excedente de producción? ¿Que lo hacen actualmente?
- ¿Han tenido problemas porque no les aceptan producción? ¿Qué hacen?
- ¿Han tenido problemas por no cumplir con el cliente por falta de algún productor? ¿qué hacen?
- ¿Han tenido reclamos por parte del cliente por calidad de producción u otras situaciones? ¿Cuáles?
- ¿Han tenido peticiones de parte del cliente sobre querer más producto?
- ¿Tienen peticiones de los productores de que quieren vender más producción?
- ¿Tienen peticiones de los productores de que ya no quieren venderle al mismo cliente? ¿Hay productores que le venden a otros clientes?
- ¿En qué porcentaje creen que se puede aumentar la producción con la cantidad de productores que hay actualmente?
- ¿Se puede aumentar la producción ingresando nuevos productores? En cuanto tiempo

- ¿Se puede aumentar la producción con los mismos productores que están adheridos actualmente, en qué porcentaje creen que estos pueden aumentar su producción?
 - Si pudieran hacer un estimado o proyección de producción como sería en 3 meses, 6, 9, ¿12?
4. CRECIMIENTO DE LA RED
- Como se adhieren productores a la red,
 - Que requisitos piden
 - Que se hace actualmente para adherir a nuevos productores y así aumentar la oferta
 - Que se hace para que los mismos productores adheridos puedan adherir a nuevos productores
 - ¿Hay celo u obstáculos para adherir a nuevos productores por parte de los mismos productores actuales?
5. OTROS
- A que problemas en general se enfrenta la asociación y los productores
 - ¿Hay problemas por clima o factores externos?
 - ¿En qué temas específicos requieren ayuda, como infraestructura, equipo o capacitación?
 - ¿En qué temas específicos han recibido ya ayuda, como infraestructura, equipo o capacitación?
 - El pago es contado, crédito, le pagan directamente a los productores o la asociación hace un solo cobro
 - Quién capacitó a los apicultores/productores?
 - ¿De qué instituciones reciben apoyo?
 - Existe contrato por escrito con el comprador actual Miel?
 - En el caso de la miel, cuando venden por botella, ¿interviene la asociación o cada vendedor lo vende por su cuenta sin supervisión
 - Como se compone la ASOCIACION?
 - ¿La asociación cuenta con personería jurídica? ¿Están inscritos en la SAT?
 - Cuando se fundó
 - Han hecho algún análisis de calidad, inocuidad, registros sanitarios para su producto

Base de datos – Clientes potenciales

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
85	Independiente	Sololá	Panajachel	AVE RANCHO GRANDE	EL BUEN GUSTO	77621170	DIANA TZUL	DUEÑA	DICELI04@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	0.18
42	Independiente	Guatemala	Guatemala	5TA AVE 10-30 ZONA 9	RINCON DEL STEAK	23322005	DONALD ORELLANA	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRASRINCONSTEAK@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	0.2
81	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER CENTRO COMERCIAL JARDIN TIPICO	LOS CAYUCOS	77620235	MARIA LUISA PUAC	CHEF		Si	Muy interesado	0.2
88	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	3RA AVE SUR #1	LAS ANTORCHAS	78320806	PHIHIPPE NANBERT	DUEÑO Y ENCARGADO DE COMPRAS	RESTAURANTE@LASANTORCHAS.COM	Si	Muy interesado	0.26
8	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	5TA CALLE 8-4 ZONA 1	LA FLAUTERIA	53432628	KARINA GARCIA	ENCARGADA DE COCINA		Si	Muy interesado	0.4
62	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	FINCA SAN BUENA AVENTURA	HOTEL VISION AZUL	34855744	JOSELYN ALVARADO	GERENTE GENERAL	JOSELYNRIVERA.A@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	0.4
74	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE RANCHO ALEGRE ZONA 2	EL TRIGAL	34386595	MIGUEL CASTRO	ENCARGADO DE COMPRAS	JOSEMIGUELYO27@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	0.4
24	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	7MA AVE 8-90 ZONA 5	ARCOS INN	77611043	ROXANA REYES	ENCARGADA GENERAL	HOTELARCOSINNQUETZALTENANGO@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	0.59
124	Independiente	Guatemala	Guatemala	8VA AVE 8-83 ZONA 1	ROQUE ROSITO	22320374	PIERO ROSITO	CO- PROPIETARIO	PIERO@ROQUEROSITO.COM	Si	Muy interesado	0.79
51	Independiente	Guatemala	Guatemala	1RA AVE 13-42 ZONA 10	CASA CHAPINA	23680663	LEO PELICO	ENCARGADO DE COMPRAS	LEOPELICO83@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	1
70	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	CARRETERA INTERAMERICANA KM 78.5 TECPAN	CAFE RANCHO	30407552	MARIO PENICH	GERENTE GENERAL		Si	Muy interesado	1
86	Independiente	Sololá	Panajachel	2DA 0-93 AVE PRINCIPAL ZONA 2	CASA BLANCA	77621231	ASTRID KATT	GERENTE GENERAL	RES.CASABLANCA@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	1
97	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	5TA AVE #31	LOS TRES TIEMPOS	78323956	FERNANDO HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	LOSTRESTIEMPOS@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	1
112	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	9NA CALLE ORIENTE #19	HOTEL LOS PASOS	79556262	ALVARO JAVIER TUY	CHEF	GERENCIA@HOTELLOSPASOS.COM	Si	Muy interesado	1
5	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	6TA CALLE 13-40 ZONA 3	LA CABAÑA	77677842	ADOLFO VASQUEZ	GERENTE DE COMPRAS Y VENTAS	PARRILLA Y RESTAURENTE LA CABAÑA (FACEBOOK)	Si	Muy interesado	1.59
39	Independiente	Guatemala	Guatemala	12 CALLE 3-28 ZONA 10	MONTANOS	25057000	MIGUEL GUDIEL	ENCARGADO DE COMPRAS	BODEGA10@MONTANOS.COM.GT	Si	Muy interesado	2
43	Independiente	Guatemala	Guatemala	VIA 4 LOCAL 107 EDIFICIO COMPAS ZONA 4	SANTO PAN	22931331	WALFREDO RODAS	ASISTENTE DE COMPRAS	SANTOPAN2511Z64@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	2
47	Independiente	Guatemala	Guatemala	13 CALLE 6-05 ZONA 10	GRACIA COCINA DE AUTOR	23668699	BYRON AROCHE	DUEÑO Y ENCARGADO DE COMPRAS	BYRONAROCHE@HOTMAIL.COM	Si	Muy interesado	2

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
60	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	FINAL CALLE SANTANDER	POSADA DE DON RODRIGO	77622332	AROLDO GARCIA	ENCARGADO DE COCINA	EVENTOS@POSADADEDONRODRIGO.COM	Si	Muy interesado	2
61	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER	HOTEL KACHIQUEL	57309686	ROSA XEP	ENCARGADA DE COMPRAS	TZAY.ROSA25@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	2
36	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	3RA CALLE ORIENTE #3	HOTEL POSADA DEL HERMANO PEDRO	77905100	JORGE VASQUEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	CONTABILIDAD@HOTELPOSADAHERMANOPEDRO.COM	Si	Muy interesado	2.38
57	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	14 CALLE 0-20 ZONA 10	CAMINO REAL	24050000	SILVIA MORALES	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRAS_DOS@CAMINOREAL.COM.GT	Si	Muy interesado	4
71	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	KM 82 SAN JOSE CHIRIJUYU	MIRADOR	41608251	REINA TESAGUIC	GERENTE DE COMPRAS	WILSONORLAND@GMAIL.COM	Si	Muy interesado	4
101	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	4TA AVE 6-91 ZONA 10	CLARION	23782707	DOUGLAS GUZMAN	GERENTE DE COMPRAS COORPORATIVO	COMPRAS@DHI.COM.GT	Si	Muy interesado	30
6	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	15 AVE 2-40 ZONA 3	YATIS	77655838	ERICK ABAC	PROPIETARIO		Si	Interesado	0.2
28	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	13 AVE 3-32 ZONA 1	LOS OLIVOS	77610215	JORGE GOZALEZ	GERENTE DE COMPRAS	HOTELLOSOLIVOS13@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	0.2
29	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	7MA AVE 18-20 ZONA 5 LAS ROSAS	HOTEL MANSION DEL EL VIAJERO	79268315	ANIBAL SIFUENTE	CHEF	HOTELMANSIONDELVIJERO@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	0.2
46	Independiente	Guatemala	Guatemala	3RA AVE 12-35 ZONA 14	METIZ	50092708	BENJAMIN THOMAL	DUEÑO	INFO.METIZ@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.2
83	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER EDIFICIO RINCON SAY	RESTAURANTE Y PIZZERIA ULSAN	77622338	ELIDA CABRERA O	CHEF	SHUTLESYRESTAURANTEULSAN@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.2
89	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	4TA AVE ORIENTE CENTRO COMERCIAL LA FUENTE	APETITO	42068934	ANTONIO AJUCHAN MIGUEL	ENCARGADO DE COMPRAS	MIGUELAJUCHANCORDERO@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.2
94	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	4TA CALLE ENTRE 3ERA Y 4TA AVENIDA	BAMBU	78321990	ROSSMERY ZURES	ENCARGADA DE COMPRAS	ROSSEMARYJUAREZ@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.2
102	Independiente	Guatemala	Guatemala	3RA AVE 12-38 ZONA 10	SAKURA	25087026	MYNOR RODRIGUEZ	ENCARGADO Y COCINERO DE COMPRAS	AMOR9833@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.2

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
80	Independiente	Sololá	Solola	PRINCIPIO DE CALLE SANTANDER FRENTE A RESTAURANTE CASA BLANCA	CHEF ALEX	77620204	GLADIS BEN	DUEÑA		Si	Interesado	0.27
18	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 AVE 11-10 A ZONA 8	JALAPEÑOS	77252706	ELIZABETH GOMEZ	ENCARGADO DE COMPRAS Y DE COCINA		Si	Interesado	0.4
99	Independiente	Guatemala	Antigua	6TA CALLE #15	AZADOS DE ANTIGUA	78321046	PATRICIA RAMOS	DUEÑA	PATRICIA.ROS.RAMOS@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.4
117	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	2-51 AVENIDA REFORMA	HOTEL REFORMA SUITE	23836400	MYNOR HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS Y COCINERO	RESTAURANTE@SUITESREFORMA.COM.GT	Si	Interesado	0.4
14	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 AVE 1-49 B ZONA 1	PUNTO MX	48461783	LUIS ENRIQUE RODAS ARRIOLA	GERENTE DE COMPRAS	LRODAS35@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.59
16	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 CALLE 0-30 ZONA 2	HORIAMI	56116259	GLORIA DE IXCOT	PROPIETARIA	GLORIAANGELICACOCINERO@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.59
22	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	COMUNIDAD LAS ROSAS	HARE-AT	77612983	ANDRES SALES HERNANDEZ	ASISTENTE DE GERENTE	HARUESTHOTEL@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	0.59
118	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	4TA CALLE ORIENTE #8	PALACIO DOÑA LEONOR	79620202	ALEJANDRA MONTUFAR	ENCARGADA DE COMPRAS	GERENTE@PALACIODELEONOR.COM	Si	Interesado	0.59
23	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	FRENTE A LOS ANTIGUOS JUZGADOS ZONA 1	HOTEL LUNA VELA	77631246	MARIELOS DE LEON	CHEF	LUNAVELAQUETZALTENANGO@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	0.72
32	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	15 CALLE 1-11 ZONA 10	TERRA ESPERANZA	22000502	JORGE NORIEGA	ENCARGADO DE COMPRAS	NOREIGAJOGJE.540@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.79
73	Independiente	Sololá	Panajachel	PLAYA PUBLICA PANAJACHEL	ATITLAN	77620924	DAVID RODAS	GERENTE DE COMPRAS	DAVIDRODASRAS@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.79
75	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER	RICASSOLI PIZZA STEAK HOUSE	77620686	NASARIO SOLIS	DUEÑO	LAZZARONISOLIS@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.79
76	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER	HAMBURGUESA GIGANTE	47647684	MYNOR QUECHE	ENCARGADO GENERAL		Si	Interesado	0.79
98	Independiente	Guatemala	Antigua	CARRETERA VIEJA KM 1.5 #18-AC.C. VILLA VIEJA	JOES GRILL	79346623	HECTOR REYES	ENCARGADO	JOESGRILL8@GMAIL.COM	Si	Interesado	0.79
15	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	KM 3.5 CARRETERA A OLINTEPEQUE	HOTEL ANNA INN- CORTE MADERA	77639281	MYNOR CALDERON	ENCARGADO DE COMPRAS	INFO@HOTERANNAINN.COM	Si	Interesado	1

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
67	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	KM 82.5 XENIMAJUYU	LA COLINA	40790483	MARVIN MORALES	CHEF		Si	Interesado	1
69	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	KM 82.5 CARRETERA INTERAMERICANA TECPAN	PUEBLO REAL	77743000	NEHEMIAS GARCIA	ENCARGADO DE COMPRAS	BODEGA@PUEBLOREALTECPAN.COM	Si	Interesado	1
82	Independiente	Sololá	Panajachel	CENTRO COMERCIAL LOS PATIOS CALLE SANTANDER ZONA 2	LAZZARONI PIZZA	77626036	HILDA SOLIS	CHEF	LAZZARONISSOLIS@GMAIL.COM	Si	Interesado	1
92	Independiente	Guatemala	Antigua	5TA AVE SUR #6	MONOLOCO	78322216	KATERINE POSADAS	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRAS@RESTAURANTEMONOLOCO.COM	Si	Interesado	1
116	Independiente	Guatemala	Guatemala	13 CALLE 3-43 ZONA 10	RUSTIKA	23324338	MARVIN RALDA	ENCARGADO DE COMPRAS	RESTAURANTERUSTIKA@GMAIL.COM	Si	Interesado	1
19	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 AVE A 2-31 ZONA 1	PASAJE MEDITERRANEO	54452385	ROLANDO HERRERA	ADMINISTRADOR DE COCINA	SALONTECUN@GMAIL.COM	Si	Interesado	1.59
52	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	8VA CALLE 3-67 ZONA 10	HOTEL CIUDAD VIEJA	22107900	VICTOR RODRIGUEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	INFO@HOTELCIUDADVIEJA.COM	Si	Interesado	2
63	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	FRENTE A GASOLINERAS TEXACO	HOTEL SELINA	42714765	MANUEL LOPEZ	ENCARGADA DE COCINA	CHEFMANI.5484@GMAIL.COM	Si	Interesado	2
72	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	KM 84.5 RUTA INTERAMERICANA	VISTA BELLA	77797739	JORGE ROMERO	CHEF	JLROMERO_1983@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	2
77	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER	PARRILLADA SANTANDER	59554036	YANET LOPEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	PARRILLADASANTANDER@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	2
87	Independiente	Guatemala	Antigua	4TA CALLE PONIENTE #20	CHERMOL	34502337	PAOLA ALEJANDRA GARCIA	GERENTE ADMINISTRATIVO Y EJECUTIVO	PAOLA@CHERMOL.COM	Si	Interesado	2
91	Independiente	Guatemala	Antigua	3RA AVE NORTE #33 A CALLE DEL ARCO	PARRILLADAS	30320639	MARIA INES BARRIOS	ENCARGADA GENERAL	GUATELARIA@GMAIL.COM	Si	Interesado	2
95	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	4TA AVE NORTE #3	LAVA	78320268	SHENNY SANTOS	ENCARGADA	CASADELBARRIO76@GMAIL.COM	Si	Interesado	2
103	Independiente	Guatemala	Guatemala	3ERA AVE 12-53 ZONA 10	BBQ CHICHOCHANCHO	23623639	RODRIGO ALVARADO	ENCARGADO DE COMPRAS	BIRBORNGUATEENDE@GMAIL.COM	Si	Interesado	2
111	Independiente	Guatemala	Guatemala	18 CALLE 8-50 ZONA 10 GOURMET CENTER	LA TAVOLA BISTRO	22286310	ANDREA PEÑA	ENCARGADA DE COMPRAS	ANDREA.PENA97@OUTLOOK.COM	Si	Interesado	2
120	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	LOTE AVENITE NORTE #18	CULUNARIA	78824098	YOCASTA ARCHILA	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRASCLS2015@GMAIL.COM	Si	Interesado	2
123	Independiente	Guatemala	Guatemala	1ERA AVE 13-78 ZONA 10	FACUNDO	24415252	ENRIQUE RODRIGUEZ	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	FACUNDORESTAURANTE@GMAIL.COM	Si	Interesado	2

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
20	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 AVE 8-95 ZONA 7	PORTAL DE LOS ALTOS	77674827	IRVIN JUAREZ	ADMINISTRADOR	IRVINJUAREZVASQUEZ@GMAIL.COM	Si	Interesado	2.64
59	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	FINCA SAN BUENAVENTURA	HOTEL SAN BUENA VENTURA	77622559	CARLOS DE LEON	ENCARGADO	SANBUENAVENTURADEATITLAN@GMAIL.COM	Si	Interesado	3
93	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	4TA CALLE ORIENTE #15	ROOST	78325226	PAOLA GALICIA	ENCARGADA DE COMPRAS	PAOGS1616@GMAIL.COM	Si	Interesado	3
122	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	5TA CALLE 3-36 ZONA 1	CASA DE LOS NAZARENOS	22532645	EMILIO MONTERROSO	ENCARGADO DE COMPRAS		Si	Interesado	3
35	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	8VA CALLE PONIENTE #1	PENSATIVO HOUSE HOTEL	79310654	CARLOS HERNANDEZ	ASISTENTE DE COMPRAS	COMPRASANTIGUA@PORTAHOTELS.COM	Si	Interesado	5
27	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	1RA AVE 8-25 ZONA 11 KM 195.5	CASTILLOS DE LOS ALTOS	57711723-79268007	JOSELINE GONZALEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	CASTILLODELOSALTOS@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	5.94
58	Rest. de hotel	Guatemala	Panajachel	FINAL CALLE MONTERREY ZONA 1	JARDINES DEL LAGO	47699155	RONI TZOC	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRAS@JARDINESDELAGO.COM	Si	Interesado	6
30	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	7MA AVE 15-45 ZONA 9	BARCELO	23784107	JUSTO BUENAVENTE	ENCARGADO DE COMPRAS	GUATEMALACITY.COMPRAS-GTE@BARCELO.COM	Si	Interesado	10
55	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	AVE LAS AMERICAS 9-08 ZONA 13	HOTEL LAS AMERICAS	24225000	ERICK ESQUIVEL	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRAS@LASAMERICAS.COM.GT	Si	Interesado	10
125	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	CALZADA ROOSEVELTH 26-95 ZONA 11	HIBISCUS	24100845	LIGIA ALBIZUREZ	ENCARGADA DE COMPRAS		Si	Interesado	12
49	Independiente	Guatemala	Guatemala	1RA AVE 12-16 ZONA 10	MYKONOS	56454545	NO QUISO DAR	ADMINISTRADOR	RESERVACIONES@DELGRIEGO.COM	Si	Interesado	No responde
13	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	6TA CALLE 10-25 ZONA 1	PANQUEWAFFLES	58705519	VICTORIA GARCIA	COCINERA	PANQUEWAFFLES@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	0.09
40	Independiente	Guatemala	Guatemala	14 CALLE 5-08 ZONA 10	EL ESTABLO	23630822	VICTOR ORTIZ	ENCARGADO DE COMPRAS	BARESTABLOS@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	0.45
21	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	4TA CALLE 0-20 ZONA 3	CUESTA REAL DON RAFAEL	77619785	LUCY ALARCON	AUXILIAR DE ADMINISTRACION Y COCINA	HOTELCUESTAREAL@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	0.79
65	Rest. de hotel	Sololá	Solola	BARRIO EL CALVARIO	COFRADES	42314484	BRYAN JULAJUJ	CHEF	HOTELLOSCOFRADES@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	1
68	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER	PARRILLADA ATITLAN	77621699	BRENDA IXCAYA	ENCARGADA	MARISOLIXCAYA@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	1
1	Independiente	Guatemala	Guatemala	6TA CALLE 3-34 ZONA 1	CAFE IMERY	22323722	OLGA ROLDAN	ENCARGADA DE COMPRAS		Si	Mas o menos interesado	1.19

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
26	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	4TA CALLE 10-50 ZONA 1	BONIFAZ	77231100	ALICIA LOPEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	BONICOMPRAS@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	1.19
33	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	AVE REFORMA 4-22 ZONA 9	GUATEMALA INN	23069999	ELIAS VELASQUEZ	ENCARADO DE COMRAS	GUATEMALAINNHOTEL@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	1.19
54	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	VIA 4-68 ZONA 4	HOTEL CONQUISTADOR	23340926	FREDY PAYES	AUXILIAR DE COMPRAS	COMPRAS@CONQUISTADOR.COM.GT	Si	Mas o menos interesado	2
64	Rest. de hotel	Sololá	Solola	11 CALLE 7-54 ZONA 2	HOTEL LA CASA DE DON MEMO	77624889	MARIA TERESA PUZUL	ENCARGADA DE COMPRAS	IMPRESOSDANTESOLOLA@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	2
113	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	12 CALLE 1-24 ZONA 10	CASA VERANDA	24114100	LESBIA CUMES	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRAS@HOTELCASAVERANDA.COM	Si	Mas o menos interesado	2
12	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	KM 225 CARRETERA SUR QUETZALTENANGO	ALPUJARRA	56901906	GUILLERMO CHUC	ADMINISTRADOR DE COMPRAS	ALPURRARESTURANTES@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	3
110	Independiente	Guatemala	Guatemala	7MA AVE 10-65 ZONA 9	GAUCHOS	23341302	MARTA LINARES	ENCARGADA DE COMPRAS	DAVIDREYES@RESTAURANTES.COM.GT	Si	Mas o menos interesado	3.17
108	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	5TA AVE NORTE #24	DEL ARCO	78323610	AZUCENA POCÓN	ENCARGADA DE COMPRAS	RESTAURANTEDELARCO@OUTLOOK.COM	Si	Mas o menos interesado	4
119	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	2DA CALLE PONIENTE #15	POSADA DE DON RODRIGO	57090833	ALEJANDRO GARCIA	ENCARGADO DE COMPRAS	POSADACORPOLL@GMAIL.COM	Si	Mas o menos interesado	4
107	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	2DA AVE 12-2 ZONA 10	HOTEL Y RESTAURANTE ESTOFELA	23108600	JOSUE RAMOS	ENCARGADO DE COMPRAS	ASITCOMPRAS@STOFELA.COM	Si	Mas o menos interesado	5
3	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	7MA CALLE 12-52 ZONA 3	LA CABRERA STEAK HOUSE	77253806	ROLVIN GARCIA	ADMINISTRADOR	NIVLER88@GMAIL.COM	Si	Poco interesado	0.2
45	Independiente	Guatemala	Guatemala	UTA 3-5 ZONA 4	COFFE DISTRICT	23607795	ANA LUCIA JEREZ	ENCARGADO DE COMPRAS	JEREZROBERTO@COFFEE.DISTRICT	Si	Poco interesado	0.2
31	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	11 AVE 35-02 PASEO CAYALA ZONA 16	AC LOUNCH MARRIOT	22252600	ALBERTO PUELLO	SUPERVISOR DE A Y B Y COMPRAS	ALBERETO.PUELLO@MARRIOT.COM	Si	Poco interesado	0.4
53	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	AVE REFORMA 7-67 ZONA 10	HOTEL RESIDENCIAL CASA GRANDE	23310907	JAROL MEYER	AUXILIAR DE COMPRAS	HOTELRESIDENCIALREFORMA@GMAIL.COM	Si	Poco interesado	0.4

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
44	Independiente	Guatemala	Guatemala	RUTA 1 4-48 ZONA 4	KAFFA	22345813	ANGEL HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS COCINERO DUEÑO	INFO.KAFFA.GT@GMAIL.COM	Si	Poco interesado	1
109	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	7MA CALLE PONIENTE 33B	CAMINO REAL ANTIGUA	78737000	YOLANDA AVILA	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRAS_ARANTIGUA@CAMINOREALANTIGUA.COM.GT	Si	Poco interesado	1
106	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	13 CALLE 7-65 ZONA 9	HILTON GARDER INN	22230881	EDGAR AMBROSIO	ENCARGADO DE COMPRAS	EAMBROSIO@HGIGUATEMALA.COM	Si	Poco interesado	3
34	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	9NA CALLE PONIENTE FINAL CARRETERA A CIUDAD VIEJA	SOLEIL ANTIGUA	78794422	FLOR GOMEZ	ASISTENTE DE COMPRAS	ASISTENTE.COMPRAS@SOLEILANTIGUA.COM	Si	Poco interesado	No responde
38	Independiente	Guatemala	Guatemala	18 CALLE LOS PROCERES ZONA 9	LITTLE INDIA RESTAURANT	41066772	JILVER POEMIAR	ENCARGADO DE COMPRAS	DK260526@HOTMAIL.COM	Si	Poco interesado	No responde
66	Rest. de hotel	Sololá	Sn. Pedro La Laguna	7MA AVE CALLEJON ZONA 3	PINOCCHIO	55884193	GUSTAVO PEREZ	ADMINISTRADOR	HOTELPINOCCHIO@GMAIL.COM	Si	Nada interesado	0.2
78	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER FRENTE A ESCUELA CENTRAL	EDEN	49180057	EVER MORALES	DUEÑO CHEF		Si	Nada interesado	0.2
79	Independiente	Sololá	Panajachel	CALLE SANTANDER	LAS PALMAS	77620058	LUCIA SOLIS	ADMINISTRADORA	LASPALMAS.MULTISERVICIOS@GMAIL.COM	Si	Nada interesado	1
56	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	CALLE RANCHO GRANDE	HOTEL RANCHO GRANDE IN	77621554	MYNOR PINEDA	ENCARGADO GENERAL	RESERVACIONESRACHOGRANDE@COM	Si	Nada interesado	1.19
121	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	ALAMEDA DEL CALVARIO #28	VILLA COLONIAL	77203100	JULIO XICAY	ENCARGADO DE COMPRAS	BODEGACENTRAL@VILLASDEGUATEMALA.COM	Si	Nada interesado	4
114	Independiente	Guatemala	Guatemala	5TA CALLE 10-22 ZONA 9	ARRIN CUAN	57508605	CESAR GIRON	ENCARGADO DE COMPRAS	ARRINCUANZONA9.COM (PAGINA)	Si	Nada interesado	6
37	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	9NA CALLE PONIENTE #17	HOTEL EL CARMEN	78323680	DALILA ARIANO	SUPERVISORA DE COMPRAS	COMPRAS@ELCARMENHOTEL.COM	Si	No responde	10
4	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	5TA CALLE 14-48 ZONA 3	EL APASTE	77676249	ALEJANDRO DE LEON	PROPIETARIO	EL.APASTE@LIVE.COM	No	Mas o menos interesado	
7	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	20 AVE 2-68 ZONA 3	TEMOS STEAK HOUSE	77651068	ASTRID LOPEZ	ENCARGADA DE RESTAURANTE	STEAKHOUSETEMOS@GMAIL.COM	No	Mas o menos interesado	
10	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 AVE A ZONA 1 PLAZA MARCIA	DON FERNANDO	54884225	CARLOS DANIEL MOLINA	NO RESPONDE	AIORIA98MR@HOTMAIL.COM	No	Mas o menos interesado	

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
17	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	29 AVE 1-49 ZONA 7	XELA-COMFORT	77672295	EDILSER GUIRAC	ADMINISTRADOR		No	Mas o menos interesado	
84	Independiente	Sololá	Panajachel	PLAYA PUBLICA PANAJACHEL	LAS PALMAS	59503288	FLORINDA YIACHI	ENCARGADA DE COMPRAS		No	Mas o menos interesado	
96	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua	5TA AVE SUR #13	NIFU NIFA	78329550	WENDY VASQUEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	NIFUNIFA.DEANTIGUA@HOTMAIL.COM	No	Mas o menos interesado	
100	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 AVE 5-37 ZONA 3	DISTINTO	77676510	SAMUEL BULUX	ENCARGADO DE COMPRAS	GERENTEGRUPODISTINTO@GMAIL.COM	No	Mas o menos interesado	
105	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	20 AVE Y 3ERA CALLE 3-10 ZONA 3	LA RUEDA STEAK HOUSE	77614358	BEATRIZ RODAS	ADMINISTRADORA		No	Mas o menos interesado	
115	Independiente	Guatemala	Guatemala	13 CALLE 5-72 ZONA 10	JUNGLA GRILL	22065454	KEVIN GARCIA	ENCARGADO DE COMPRAS	GRILL@JUNGLA.COM	No	Mas o menos interesado	
9	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	4TA CALLE 15-45 ZONA 1	NUEVO SALON TECUN	34116079	HECTOR LOPEZ	CHEF		No	Poco interesado	
25	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 AVE 1-75 ZONA 11	POCHOLOS	77260166	MANUELQUIROA	ADMINISTRADOR	POCHOLOS@YAHOO.COM	No	Poco interesado	
41	Independiente	Guatemala	Guatemala	14 CALLE 1-42 ZONA 1	MARIOS	23676767	CESAR LEIVA	ENCARGADO DE COMPRAS	CESARLEIVA1234@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
50	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	VIA 4 1-00 ZONA 4 EDIFICIO TECNOLOGICO LOCAL 115	TRES ELEFANTES	2218 3151	INGRID GONZALEZ	ENCARGADA DE RESTAURANTE	HOLA@3ELEFANTES.COM	No	Poco interesado	
104	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	2DA AVE 6-45 ZONA 7 CARRETERA A TRIGALES	EL POTRERO	55899003	MAGALY DE MORALES	GERENTE DE COMPRAS		No	Poco interesado	
2	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	5TA AVE NORTE #35 ANTIGUA	GAIA	78325610	ALEJANDRA PEREZ	ENCARGADA DE COMPRAS	M4PUNTOS@GMAIL.COM	No	Nada interesado	
11	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 AVE A 3-22 ZONA 1	EL PUENTE	77611571	RIGOBERTO CARIAS	CHEF	RIGO.KARIAS@GMAIL.COM / ELPUENTEREST@GMAIL.COM	No	Nada interesado	
48	Independiente	Guatemala	Guatemala	7MA AVE 13-01 ZONA 9	LA SALTEÑA	23315328	MAURICIO ORTIZ	ENCARGADO DE COMPRAS	MAURICE090766@HOTMAIL.COM	No	Nada interesado	
90	Independiente	Sacatepéquez	Antigua	4TA CALLE ORIENTE CASA #14 CENTRO COMERCIAL LA FUENTE	PETRA	78326141	ADA PINEDA	ENCARGADA DE COMPRAS	HANI.ARTEYESO@GMAIL.COM	No	Nada interesado	
126	Independiente	Guatemala	Guatemala	CALZADA ROOSEVELTH 32-027 ZONA 11	BRASERO	24396068	GLENDA VEGA	ENCARGADA DE COMPRAS Y COCINA		No	Nada interesado	

Informe final Estudio de Mercado -Miel- Chanchimil – Guatemala abril de 2019

Numcue	Restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre restaurante	Teléfono	Nombre entrevistado	Puesto	E-mail	Utiliza miel	Interés en estos productos	Galones compra al mes
3	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	2 CALLE 7-68 ZONA 9	AGROCOLMENA	42417864	RUALDO SOTO	FINANCIAMIENTO Y COMPRAS	rualdo2003@yahoo.com	Si	Muy interesado	No responde
4	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	AVENIDA REFORMA 8-95 ZONA 10	DINAMICA S.A	24279031 / 24279034	CARLOS CACERES	DUEÑO DE LA EXPORTADORA	kiko090658@gmail.com	Si	Muy interesado	No responde
5	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	15 AVENIDA 15-45 ZONA 9 EDIFICIO OBELISCO	LINGUA	23315577	SHIRLY AGUILAR	ENCARGADA DE ADMINISTRACION Y DE COMPRAS	contacto@lingua-guatemala.com	Si	Muy interesado	No responde
6	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	5 AVENIDA 5-77 ZONA 6 VILLA NUEVA GUATEMALA	TRANEX	66340830 / 6631 0830	ANGEL RABANALES	ENCARGADO DE CONCEPTO	info@tranex.com.gt	Si	Muy interesado	No responde
9	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	7 AVENIDA 8-56 ZONA 1 LOCAL 2-09 EDIFICIO EL CENTRO	CHALIM	33269928	JORGE LEON	DUEÑO ENCARGADO	gerencia@productgoschalim.com.gt	Si	Muy interesado	No responde
1	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	11 AVENIDA A 9-44 ZONA 7 COLONIA CASTILLO LARA	GRUPO APIREAL	24714425-22192421	JULIO GONZALEZ	NO INFORMO		Si	Interesado	No responde
7	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	30 AVENIDA 6-50 ZONA 11 BODEGA 45	COBA	59931222	RUDY CASTRO	ENCARGADO DE COMPRAS	info@coba.com.gt	Si	Interesado	No responde
8	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	23 Avenida 34-41 Zona 12 Colonia Santa Elisa, Guatemala	MABY	54886833 / 2476 2070	DOUGLAS CONTRERAS	ENCARGADO DEL PRODUCTO DE MIEL	dcontreras@productosmoby.com	Si	Interesado	No responde
2	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	http://www.comvenser-gt.com	COMVENSER	41759419 / 5851 8217	KARLA DE PAZ	GERENTE DE COMERCIALIZACION	depazkarla21@comvenser-gt.com	Si	Mas o menos interesado	No responde
10	Mayoristas	Guatemala	Guatemala	Calzada Roosevelt 6-19 zona 3 de Mixco, Guatemala	ALIMENTOS SELECTOS	23281000 /v 2328-1090	PRISCILA CHOCHOJ	ANALISTA DE COMPRAS	priscila.chocoj@jpxhdy.com	Si	Nada interesado	No responde