

2013



PROPUESTA DE PROYECTO DE INNOVACIÓN “Buenas prácticas de comercialización asociativa de maíz en la Región Sur de Guatemala.”

**Organizaciones de Productores de Maíz de la Región Sur, Alianza IICA-
PMA, INTECAP, Grupos Gestores y Red SICTA**



Este documento fue elaborado con los miembros del nodo territorial del Sur de la Red Nacional de Innovación Tecnológica y con el apoyo de la Alianza IICA-PMA, Unidad de Proyectos de IICA, Red SICTA, tomando como base información del Estudio de Mapeo de Actores de Guatemala, y las experiencias de programas y proyectos locales con énfasis en Comercialización de Granos Básicos.

Versión al 26 de abril de 2013
Parcelamiento La Máquina, San Andrés Villa Seca, Retalhuleu



Contenido

I	Ficha Resumen.....	3
II.	Antecedentes	5
III.	Objetivos.....	7
I.V	Descripción de la Innovación	8
V.	Caracterización del Grupo Meta.	11
VI.	Estrategia operativa.....	14
	6.1.Constitución del Comité de Comercialización	14
	6.2.Consenso del Comité de Comercialización.....	15
	6.3.Constitución Plataforma de Comercialización Asociativa.....	17
VII.	Seguimiento y Evaluación del proyecto.	18
	7.1 Coordinación del Proyecto.	18
	7.2 Línea de Base.....	18
	7.3 Sistema de Seguimiento y Evaluación.	20
VIII.	Marco Lógico.....	21
IX.	Presupuesto.....	20
X.	Cronograma de desembolsos	24
XI.	Relación Beneficio Costo.....	32
XII.	Anexos	34
	12.1. Roles de los actores de la alianza	35
	12.2. Presupuesto general.....	37

I. Ficha Resumen:

Nombre del proyecto	"BUENAS PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA DE MAÍZ EN LA REGIÓN SUR DE GUATEMALA".
Zona de influencia	Cuatro Departamentos: Escuintla, Retalhuleu, Suchitepéquez y Santa Rosa.
Duración	7 meses (Junio-Diciembre de 2013).
Beneficiarios	<p><u>Directos</u>: 1,200 productores y productoras de maíz pertenecientes a 20 asociaciones de los cuatro departamentos de la Región del Sur.</p> <p><u>Indirectos</u>: 250 productores, promotores agrícolas y jornaleros de la Región del Sur.</p>
Objetivo	<p>Fortalecer la organización productiva y nivel de asociatividad comercial de la cadena de maíz, desarrollando competencias en el diseño e implementación de una estrategia de comercialización del grano para el mejoramiento del nivel de ingreso de los productores de la Región Sur de Guatemala.</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Al finalizar el proyecto, 1,200 personas productoras de maíz de 20 asociaciones, están organizadas en una plataforma de comercialización de la producción a través del Comité de Comercialización. ii. Los participantes en el proyecto han mejorado el poder de negociación e incrementado el ingreso neto al menos en un 20% producto de la venta de maíz. iii. Al finalizar el proyecto, 100 personas promotoras líderes y lideresas pertenecientes a 20 organizaciones contarán con información metodológica e instrumentos en aspectos de comercialización, y han realizado el efecto cascada de manera directa a 1200 productores y productoras.
Resultados esperados (Rs)	<p>R1. Organizada la producción del grano de maíz de acuerdo a la estrategia de mercadeo</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Al menos 20 organizaciones se han articulado para organizar y comercializar asociativamente la producción del grano a través del Comité de Comercialización. ii. Implementado el plan estratégico de producción y comercialización con las asociaciones de personas productoras. <p>R2. Establecida la plataforma asociativa entre las organizaciones de personas productoras de maíz.</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Se ha logrado la integración de al menos 75% de las organizaciones de productores y productoras participantes del proyecto, a la plataforma asociativa para la comercialización. ii. Constituido el Comité de Comercialización con la representación de 20 organizaciones de personas productoras.

iii. 100 personas promotoras líderes y lideresas capacitadas en gestión productiva y en mercadeo y comercialización.

R3. Implementado un sistema e identificados nuevos canales de comercialización

Indicadores

- i. Implementado el plan estratégico de producción y comercialización por el Comité de Comercialización.
- ii. Identificados los canales de comercialización idóneos para la comercialización de maíz producido por las organizaciones participantes en el proyecto.
- iii. Al menos 1,200 productores y productoras de maíz comercializan al menos 60 mil quintales a través del Comité de Comercialización.

R4. Incrementado el nivel de ingreso neto de los productores y productoras de maíz mediante la aplicación tecnológica y el poder de negociación de las organizaciones.

Indicadores

- i. Al menos 75% de las organizaciones han fortalecido su poder de negociación e incrementado en al menos un 20% el precio del grano en el mercado local.
- ii. Al menos 75% de las organizaciones participan en la aplicación metodológica e instrumentos para la gestión organizativa, productiva y comercial.

Presupuesto (US\$)	Monto Total	RED SICTA	PMA	INTEC AP	Grupos Gestores	Organizaciones de productores
		58,184.02	34,913.02	2,904.36	1,745.70	5,819.60
Alianza	Cooperativa La Montaña, Cooperativa Santa Fe, ASODINA, AINVES, ADASEV, El Esfuerzo A-11, El Esfuerzo A-13, G40, ASIDICO, AANC, ASOBORDAS, AMUJEDIMI, El Amanecer, El Astillero, Coordinadora Campesina, INTECAP, GRUPOS GESTORES, Grupo Gestor El Asintal e Alianza IICA PMA.					
Entidad ejecutora	Grupo Gestor El Asintal.					

II. Antecedentes

1. La producción nacional de maíz se estima para el año agrícola 2012/2013 en 37.1 millones de quintales de acuerdo a las estadísticas del Banco de Guatemala de los cuales se estima que 33.4 millones corresponden a maíz blanco, se espera un rendimiento en promedio nacional de 30.66 quintales por manzana.
2. La Región Sur de Guatemala se caracteriza por ser una zona agrícola en donde existe un potencial para la producción de maíz, y de otros cultivos que se explotan comercialmente entre los que puede mencionarse caña, hule, ajonjolí, tabaco, hortalizas tropicales. La zona de la “Maquina”, se distingue por ser productora de maíz, conocida como el granero de Guatemala.
3. Esta región posee características edafo-climáticas favorables para el aprovechamiento agroproductivo de importancia socio-económica para el desarrollo de la misma. Los suelos presenta diversos tipos que van desde arcillosos, arcillo-limosos, arcilloso-arenosos a franco arenosos; la topografía es plana, su pendiente oscila en rangos que van de 0.05 al 1%. Existen diversas zonas de vida predominando las de vegetación de bosque muy húmedo, montano bajo sub tropical; su clima es cálido, con temperaturas que van de 25-32 grados centígrados; con una precipitación pluvial que oscila entre 600-2000 mm, una altura de 50-150 msnm, humedad relativa del 65%.
4. En el área del proyecto, muchos productores, realizan preparación de tierras en forma mecanizada con maquinaria propia (tractores con sus aperos de labranza como: subsoladores, arados, romplado, rastra y surqueadores entre otros). La actividad de mecanización la realizan los operarios sin ninguna capacitación, esto provoca malas prácticas que causan erosión en los terrenos.
5. Es muy común encontrar un sistema de cultivo asociado en la Región del Sur, Maíz + ajonjolí, actividad productiva en la que los agricultores han tenido bastante información de parte de casas comerciales, proyectos y programas e instituciones del gobierno en aspectos de materiales mejorados ya sean híbridos o variedades de maíz con alto potencial de rendimiento, con rangos de rendimientos que van de 75-110qq / Mz. Algunos productores han podido aplicar prácticas y tecnologías (laboreo mínimo entre otras) mediante las cuales han superado la media de rendimiento nacional.
6. La comercialización del grano del maíz ha sido y es un problema para el productor, ya que por diversas causas el precio del grano es bajo al momento de la cosecha, entre ellas, la participación de numerosos intermediarios, importación de maíz en las épocas de cosecha y que no ha existido sentido de agrupación gremial. Respecto a esta última causa, la tendencia es a superarse, debido al surgimiento de varias organizaciones campesinas, y luego la idea es conformar un consorcio de organizaciones que pretenden encontrarle solución integral a esa problemática.
7. Los bajos precios del grano muchas veces por debajo de los costos de producción, desmotivan al productor, a tal punto que han decidido dejar de sembrar el grano y arrendar sus tierras a otros productores, tanto, para la siembra de maíz, como otros cultivos, tales

como el tabaco y otros, y en algunos casos se arrenda a los ingenios para la producción de caña, situación que también ha agravado el problema de deforestación y disponibilidad de agua en la Costa Sur.

8. Esta situación se ve agravada, por las políticas de importación, a los intermediarios que ofrecen precios menores a los de la plaza, que los productores no tienen conocimiento de ventanas de mercado para la comercialización a precio justo; la falta de capacidad y desarrollo de competencia de gestión y negociación de los productores y sus organizaciones.

9. En el cuadro y gráfica que se presentan a continuación, se ilustra el proceso de formación y márgenes de precios del maíz entre un agente comercializador y otro, que ocurre en la Región Sur. Puede observarse el encadenamiento del crecimiento del precio conforme participan los diferentes agentes en la comercialización, hasta llegar al consumidor final¹.

Gráfica No. 1

Estructura de precios agregados

Cuadro No1.

Proceso de formación y margen de precios de maíz entre agentes comercializadores

ESTRUCTURA DE PRECIOS	
Q./qq	
AGENTE	PRECIO
Productor	85
Contacto	87
Intermediario	90
Mayorista	108
Minorista	130
Consumidor final	150



10. En el esquema de comercialización anterior, hay que tener en cuenta que los precios sufren fluctuaciones a lo largo del año, y que la magnitud de los agregados tiende a mantenerse. Los precios medios vigentes por quintal pagados al productor, tienen como base referencial el año 2008, que son del orden de Q.85.00 (\$US 10.90), la persona guía de los intermediarios (coyote) se gana entre 3-5 quetzales por quintal, el intermediario a su vez compra en Q.90.00 (\$US 11.54), este genera un margen de ganancia del 20%. Luego el mayorista paga Q.108.00 (\$US13.85), quien también gana aproximadamente un 20%; por lo tanto un minorista paga Q.130.00 (\$US16.67), que igualmente gana un 20%, por lo tanto el consumidor final paga alrededor de Q.150.00 (\$US19.23) por quintal.

11. Es importante destacar que durante los últimos dos años, las organizaciones de productores del área del proyecto, participan en la experiencia del Proyecto Compras para el Progreso -P4P- ejecutado por la Alianza IICA-PMA. Las acciones desarrolladas por este

¹ Los precios que aparecen en el cuadro y en la gráfica, son válidos para esta fecha, y se establecieron en función a los precios medios del año 2008.

proyecto en el marco de la cadena de maíz, han generado ambientes y espacios institucionales para mejorar los procesos de gestión de la producción y comercialización incluyente.

12. La experiencia del PMA en compras de grano, ha evidenciado que las asociaciones no han logrado mejorar la disponibilidad suficiente de maíz, por lo que se han motivado y concientizado sobre la necesidad de aglutinarse para organizar y ampliar la escala de producción que posibilite atender a la demanda.

13. En este sentido la Alianza IICA-PMA, ha venido apoyando a las organizaciones en la búsqueda de una eficiencia y competitividad productiva y comercial de los productores, promoviendo la participación y liderazgos institucionales y locales que articulan y movilizan las capacidades técnicas y de gestión disponibles de la región.

14. Estos procesos han posibilitado una experiencia inicial en comercialización, y generado expectativas en relación de ventanas de comercialización, así como el funcionamiento y resultados prácticos de ruedas de negocios, contactos con empresas como DEMAGUSA y similares, también, se ha dado inicio a la formulación de planes de negocios y capacitación de jóvenes emprendedores en centros especializados para el desarrollo de la cadena y de la región.

III. Objetivo

15. El Proyecto se concibe como una solución a los problemas relacionados con el bajo nivel de ingreso de los pequeños productores y productoras de maíz, que se origina por limitaciones en los procesos de organización de la producción, sin tener en cuenta la demanda y dinámica del mercado; la insuficiente asociatividad entre las organizaciones y baja capacidad de comercialización de las organizaciones, específicamente por el desconocimiento en el uso de contratos de comercialización y de negociación.

16. Así la propuesta de la innovación del Proyecto apoya a que los productores y productoras perciban mayores ingresos, logrando mejores precios de mercado a través del conocimiento y uso de buenas prácticas de comercialización enfocadas en el manejo de la oferta de su producción y la venta asociativa por parte de las asociaciones de productores.

17. En general, la propuesta del Proyecto busca contribuir al fortalecimiento de la organización productiva y nivel de asociatividad comercial de la cadena de maíz desarrollando competencias en la generación e implementación de una estrategia de comercialización del grano en la región sur de Guatemala para el mejoramiento del nivel de ingreso de los productores.

18. Específicamente, se propone alcanzar los siguientes objetivos:

- a) Fortalecer la organización productiva y nivel de asociatividad comercial de la cadena de maíz;

- b) Apoyar en el diseño e implementación de una estrategia de mercadeo y comercialización; y
- c) Mejorar el margen de comercialización de la producción vendida por las organizaciones de productores.

IV. Descripción de la Innovación

19. El proyecto comprende el desarrollo del ciclo de programación operacional que se origina desde el diseño a la implementación de innovación tecnológica e institucional, la cual consiste en crear capacidades locales en buenas prácticas de gestión productiva fortaleciendo la organización y la asociatividad para la comercialización del maíz, mediante la formación de personas promotora líderes y lideresas de las organizaciones, aprovechando el recurso humano disponible y las organizaciones/instituciones del sector agrícola involucrados en estos procesos dentro de la región, teniendo como base lo que viene implementándose por la alianza IICA-PMA a través de la iniciativa P4P, focalizado en los temas de producción y comercialización, y otras experiencias de instituciones locales como el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad –INTECAP-.

20. De esta forma, la experiencia adquirida y las lecciones aprendidas por la Alianza IICA-PMA, tiene un rol importante en la promoción y perfeccionamiento con las organizaciones de productores y productoras para mejorar la calidad de su producción y sus rendimientos a nivel regional, mediante diversas acciones e instrumentos metodológicos y operativos para fomentar la capacidad asociativa en la región, que dinamice y mejore el acceso a mercados, control de calidad del grano, planes y ruedas de negocios, apoyo en definición y acceso a ventanas de comercialización y prácticas de licitación para la comercialización.

21. Estas y otras acciones son las que se fomentarían a través del Proyecto de Innovación Tecnológica cofinanciado por Red SICTA, la aplicación de la innovación dará mayor capacidad asociativa y manejo de volúmenes de producción para que las organizaciones puedan comercializar de manera conjunta.

A continuación se detallan las buenas prácticas y acciones que caracterizan la innovación que promoverá y fortalecerá el Proyecto:

22. Gestión de la producción y comercialización asociativa

23. La gestión de la producción consiste en el diseño e implementación de un plan de producción concebido para sensibilización y promoción de los productores que constituyen la base productiva de las organizaciones, con el propósito de establecer los mecanismos e instrumentos para el manejo de la oferta disponible en cada uno de los ciclos de la cosecha de maíz (en la Región del Sur se pueden obtener dos cosechas anuales); identificación de las demandas y mercados del grano a nivel local, nacional y regional; conocimiento de las calidades y cantidades que estos están dispuestos a adquirir cada mes; e identificación de otros nichos de mercados como frituras, harinas, concentrados y otros.

24. Las organizaciones de productores vinculados a la cadena de maíz en la Región, serán los responsables de programar la producción, conforme cada ciclo de siembra de acuerdo a la demanda; organizar la producción de acuerdo a las zonas productivas; y organizar a los productores para cumplir las metas de producción de acuerdo a los compromisos con el mercado. Así mismo los productores y sus asociaciones deben identificar cuáles serán los mecanismos de almacenamiento del grano, que les permita tener disponibilidad del mismo en las mejores épocas de demanda y puedan comercializar su producto a un mejor precio.

25. Los beneficiarios del proyecto recibirán asistencia técnica y apoyo técnico en fortalecimiento de procesos para organizar la producción agregada del maíz en la región, y mejorar su conocimiento de las características socio productivas de los productores, nivel tecnológico e infraestructura de las fincas y zonas productoras, así como vías de comunicación y otros servicios para el acceso a mercados, inclusive determinar cuáles son las limitaciones y capacidades de producción y manejo poscosecha de cada agricultor, y de las organizaciones a la que pertenecen.

26. A partir de lo anterior, se espera los productores mejoren el manejo de sus unidades de producción, para lo cual requieren de un plan de producción y de negocios, y también desarrollaran sus competencias en acceso y manejo de informaciones de mercado, comercialización, buenas prácticas de inocuidad y calidad de la producción de maíz, registros de costos e ingresos de la producción y comercialización, además, participar en las iniciativas de las organizaciones de productores locales y regionales.

27. La comercialización asociativa, que promoverá el proyecto busca establecer una base organizativa de segundo nivel orientada al comercio colectivo, que garantice el acceso de los pequeños productores organizados a los mercados, proveyéndoles de poder de negociación con visión de sistemas y canales de comercialización a través de contratos de compra y venta con los demandantes del grano, inclusive frente a los proveedores de insumos y servicios vinculados a la cadena de maíz.

28. En términos operativos la innovación propuesta intensificará los procesos de inclusión de los productores y sus asociaciones al proceso de comercialización organizada,

dejando atrás la comercialización individual, orientándolos a que los productores de común acuerdo no comercialicen independientemente.

29. En este marco, desempeñará un papel importante el Comité de Comercialización, que fungirá como representante del consorcio de organizaciones del Sur, cuya función principal será la comercialización del grano producido en la región, mediante coordinación con las organizaciones de productores y socios estratégicos.

30. Desde esa visión el Comité de Comercialización será el responsable del diseño e implementación del plan estratégico de comercialización, identificando los canales de comercialización del grano con las asociaciones estructuradas e integradas en escala asociativa. Con esta finalidad el Comité ejecutará y realizará acciones de coordinación institucional y local para integrar los procesos de gestión productiva y mercadeo del maíz por medio del desarrollo de la capacitación de personal calificado y de promotores líderes que tendrán la responsabilidad de ejecutar directa o indirectamente las acciones del proyecto.

31. Entre las principales actividades y acciones que el Comité deberá impulsar de manera articulada con las organizaciones y socios estratégicos en la región destacan las siguientes: **i)** el control de calidad del grano; **ii)** la búsqueda y acceso a ventanas de mercado; **iii)** identificación de demandantes de grano a nivel nacional; **iv)** realización de ruedas de negocios y misiones comerciales para acceder a mercados; **v)** planes de negocios; y **vi)** Diseño de instrumentos y prácticas de licitación para la comercialización entre otros.

32. Los miembros del Comité de Comercialización y otros grupos de gestión vinculados a las organizaciones de productores recibirán formación en liderazgo asociativo y gestión productiva integrada a canales y sistemas de comercialización. El Comité contará con estos grupos de apoyo para la puesta en marcha y ejecución del proyecto, incluyendo el seguimiento y evaluación del mismo. También el Comité establecerá y velará por el cumplimiento de las normas y procedimientos a ser cumplidos por todos los actores involucrados, para lo cual establecerá vínculos estratégicos con organizaciones de apoyo a la comercialización y el Gobierno, en aras de identificar oportunidades y desarrollar un sistema de inteligencia comercial; y a la vez serán capacitadores y capacitadoras de otros miembros de las organizaciones beneficiarias del proyecto.

4.2 Desarrollo de capacidades y metodologías para la gestión productiva y de comercialización asociativa

33. Los desarrollos metodológicos e instrumentales permitirán mejorar capacidades en gestión productiva y comercialización asociativa, articulando con las organizaciones de productores, mejorando sus competencias en gestión financiera y contable para la toma de decisiones en los procesos de comercialización, que les permita la disminución de los costos de transacción comercial y aumento de los precios de venta de sus cosechas.

34. Las capacidades a desarrollar serán facilitadas por el Instituto Tecnológico de Capacitación y Productividad –INTECAP- utilizando la metodología de Formación de Facilitadores, que se complementará con metodologías y experiencias que están siendo

proveídas por la Alianza IICA-PMA (P4P) y de otras entidades que tienen presencia en la Región.

35. La metodología utilizada por el Programa Formación de Facilitadores de INTECAP, tiene como objetivos: **a)** Dotar al participante de los elementos necesarios para llevar a cabo una capacitación en forma efectiva; **b)** Formar a los y las participantes en competencias metodológicas que les permitan cumplir eficientemente sus funciones docentes; y **c)** Facilitar la apropiación de conocimientos y habilidades metodológicas para organizar, desarrollar y evaluar la transferencia de contenidos teóricos, prácticos en la formación de participantes en un área ocupacional específica.

36. La metodología consiste en una serie de pasos organizados que permiten transferir de forma rápida, fácil y efectiva el conocimiento, la destreza; favorecen la adopción de estrategias en el participante para el aprendizaje.

37. El INTECAP utiliza métodos que se adaptan a la temática a impartir, al público que recibe la capacitación, y antes de iniciar el proceso de formación y capacitación realiza una serie de pasos entre los que se pueden mencionar: **a)** preparación del tema; **b)** obtención del objetivo; **c)** motivación hacia el tema; y **d)** desarrollo de contenidos.

4.3 Impacto de la tecnología al medio ambiente.

38. La innovación propuesta, es una tecnología de gestión institucional y asociativa dirigida a la formación de capacidades de líderes y lideresas beneficiarios directos del proyecto, con el fin de mejorar su incidencia en la organización para la comercialización de su producción, y no tiene efectos directos en el medio ambiente.

39. Se fomentará en el marco del Proyecto la sensibilización a los beneficiarios y beneficiarias directos (as), para que adopten procesos de buenas prácticas junto con las organizaciones de productores, que contemplaran iniciativas amigables con el medio ambiente, en los eslabones de producción, cosecha, poscosecha y comercialización de maíz. Cabe mencionar que con la Alianza IICA-P4P-PMA, los productores vienen adoptando prácticas de labranza mínima amigable con el ambiente.

40. Así la innovación propuesta, considera la comercialización del grano de buena calidad para la venta, ofertando grano inocuo para los consumidores por lo que las buenas prácticas de manejo (poscosecha) a utilizar en plantas, estarán orientadas a la disminución del uso de agroquímicos mediante procesos de producción limpia para los consumidores y que eviten la contaminación al ambiente.

V. Caracterización del grupo meta.

41. Los productores y productoras de maíz beneficiarios del proyecto residen en la Región Sur de Guatemala, en los departamentos de Retalhuleu, Suchitepéquez, Escuintla y Santa Rosa, y representantes de más de 20 organizaciones campesinas en su mayoría agremiadas en Asociaciones del Sur “ASUR”, con una membrecía de más de 4 mil socios, con participación activa de más del

40% de mujeres. Son personas productoras (muchos de ellos son propietarios y otros arrendatarios) de organizaciones legalmente establecidas y reconocidas por el marco jurídico nacional, que se dedican principalmente a la producción de granos básicos, ajonjolí y hortalizas tropicales, con una unidad de producción que oscila entre 1-5 manzanas.

42. El rango de tenencia de la tierra para este tipo de productor es de 1-5 manzanas, con un rendimiento promedio de 75qq/mz de maíz por productor. La producción de maíz y otros rubros el productor los financia con recursos propios, en parte financiado por prestamistas locales con altas tasas de interés, y algunos bancos del sistema (BANRURAL principalmente) con altas tasas de interés y fuera del ciclo de producción.

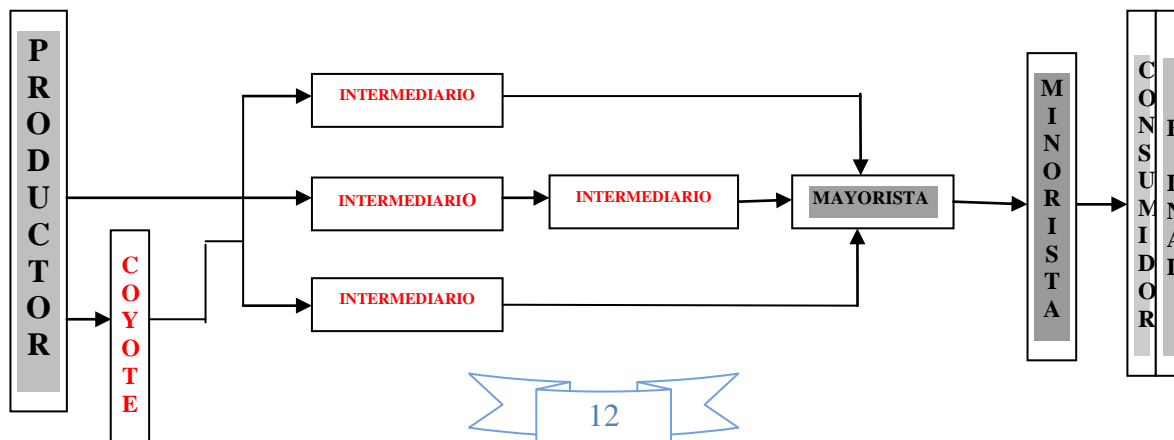
43. En general, los productores de granos básicos de la región producen y comercializan en forma aislada o individual, lo que les ha causado diversos problemas, que los ha obligado a tomar conciencia para buscar el camino de la organización asociativa, como medio para superarlos, y han dado los primeros pasos en la comercialización conjunta, que también, los ha llevado a enfrentar otras dificultades que difícilmente pueden resolver solos.

44. Los productores comercializan el grano de maíz en la costa sur hacia los siguientes mercados:

- ✓ **Locales:** Existen acopiadores locales que poseen depósitos, ellos compran maíz para venderlo a personas que no se dedican a la producción de granos, los volúmenes son bajos.
- ✓ **Regionales:** Compuestos por mercados municipales y departamentales, el Altiplano Occidental (Quetzaltenango, Huehuetenango, Quiché, Sololá, Totonicapán y San Marcos) es un mercado que consume gran cantidad de maíz producido en la costa sur de Guatemala.
- ✓ **Nacionales:** La ciudad capital cuenta con los mercados: Depósitos de mayoristas situados en la 21 calle 2ª. Av. de la zona 1, Central de mayoreo (CENMA) ubicada en la zona 12 y Mercado La Terminal zona 4.

GRÁFICA No.2

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ COSTA SUR GUATEMALA



45. La comercialización del maíz se realiza a los mercados anteriormente descritos, con la participación de diferentes tipos de intermediarios, y generalmente se desarrolla de la siguiente manera:

- a) Los productores venden a intermediarios auxiliados por personas de la localidad que se ganan unos quetzales por prestar el servicio de guía. Estos intermediarios llegan de diferentes partes del país.
- b) El Intermediario recorre las fincas para acopiar el maíz. Estos intermediarios trasladan los productos a centros de mayoreo municipal, departamental o de la capital (zona 4 y central de mayoreo) y de Centroamérica. Existen ocasiones en que estos intermediarios lo venden a otros intermediarios nacionales.
- c) Los intermediarios nacionales trasladan los productos a centros de mayoreo municipal, departamental o de la capital (zona 4 y central de mayoreo) y de Centroamérica. En Retalhuleu esta práctica es más común y existe un mercado monopolio en el transporte a la ciudad capital.
- d) Estos mayoristas trasladan a distribuidores minoristas, los cuales distribuyen el maíz a diferentes puntos de la ciudad capital.
- e) Los minoristas venden el maíz al consumidor final.

46. Los beneficiarios directos del proyecto serán 1200 productores y productoras y entre ellos 100 promotores líderes de las organizaciones que se capacitarán en temas específicos de las buenas prácticas para la comercialización de maíz. Cada organización y sus socios serán capacitados por un grupo de multiplicadores, atendiendo con el proyecto a un total de 1200 productores.

Cuadro No 2. Grupo meta de intervención

ORGANIZACIONES SOCIAS	UBICACIÓN	MUNICIPIOS	ÉPOCA DE SIEMBRA	QUINTALES (QQ)	NO. PRODUCTORES
RETALHULEU					
1. COOPERATIVA AGRÍCOLA LA MONTAÑA	SECTOR LA MONTAÑA PARCELAMIENTO CABALLO BLANCO	RETALHULEU	Mayo	4,500.00	20
2. COOPERATIVA AGRÍCOLA SANTA FE	CABALLO BLANCO	RETALHULEU	Mayo	4500.00	20
3. ASOCIACIÓN CAMINO VERDE	PARCELAMIENTO ROSARIO	CHAMPERICO	Mayo	33,750.00	150
4. ACINOR	PARCELAMIENTO ROSARIO	CHAMPERICO	Mayo	6,625.00	25
5. ASODINA	ALDEA RANCHO ALEGRE	SAN ANDRÉS VILLA SECA	Mayo	22,500.00	100
6. AIMVES	LÍNEA C-8 PARCELAMIENTO LA MAQUINA	SAN ANDRÉS VILLA SECA	Mayo	163,125.00	725
7. ADASEV	ALDEA LOS ENCUENTROS	SAN ANDRÉS VILLA SECA	Mayo	22,500.00	100
8. ASOCIACIÓN DE MUJERES DE ÉXITO VECINAS DE SAVS	LÍNEA C-2 PARCELAMIENTO LA MAQUINA	SAN ANDRÉS VILLA SECA	Mayo	9675	43
9. ASUR /G40	PARCELAMIENTO LA MAQUINA	SAN ANDRÉS VILLA SECA	Mayo	30,000	40
SUB TOTALES				296,175.00	1,223.00

SUCHITEPEQUEZ						
10.	AMAPOR	LÍNEA A LL SECTOR SIS	CUYOTENANGO	Mayo	7,200.00	32
11.	EL ESFUERZO	LÍNEA A11 SECTOR SIS	CUYOTENANGO	Mayo	13,500.00	60
12.	EL ESFUERZO	LÍNEA A13 SECTOR SIS	CUYOTENANGO	Mayo	4725.00	21
13.	ACIDICO	COMUNIDAD EL PARAÍSO	MAZATENANGO	Mayo	337,500.00	1500
14.	CHAPINAS MONTERREY	SECTOR CHAPINAS	SAN LORENZO	Mayo	15,750.00	70
15.	ACIDERNA	ALDEA BRACITOS	MAZATENANGO	Mayo	17,100.00	76
SUB TOTALES					395,775.00	1,759.00
ESCUINTLA						
16.	AANC	PARCELAMIENTO LA NUEVA CONCEPCIÓN	LA NUEVA CONCEPCIÓN	Mayo	180.00	60
17.	ASOBORDAS	PARCELAMIENTO LA NUEVA CONCEPCIÓN	LA NUEVA CONCEPCIÓN	Mayo	150.00	50
18.	AMUJEDIMI	EL JABALÍ	SANTA LUCÍA COTZ	Mayo	150.00	50
SUB TOTALES					480.00	160.00
SANTA ROSA						
19.	EL AMANECER	ALDEA EL ASTILLERO	TAXISCO	Mayo	3,150	14
20.	COORDINADORA CAMPESINA	CHIQUMULILLA	CHIQUMULILLA	Mayo	270,000	1200
SUB TOTALES					273,150	1214.00
TOTAL					1,001,100.00	4,356.00

Nota: La fecha de siembra de invierno inicia generalmente a partir del 15 de mayo y finaliza a principios de junio de cada año.

VI. Estrategia operativa

47. El método de transferencia y de formación de capacidades que se utilizará para desarrollar la difusión de la innovación conlleva las siguientes acciones e instrumentos: capacitaciones de salón, visitas y recorridos de campo, intercambio experiencias, sondeos de mercado, grupos de promotores líderes que actúen como formadores (multiplicadores) de capacidades, ruedas de negocios, sistematización y replica de experiencias, producción de materiales de divulgación y uso de medios audiovisuales entre otros. Las organizaciones de los participantes del proyecto formarán sus líderes y cuadros técnicos a ser capacitados, por un grupo de “multiplicadores” atendiendo con el proyecto un total de 1200 productores capacitados

6.1. Constitución del Comité de Comercialización

48. Para la estructuración del comité de comercialización, lo fundamental, es el establecimiento de bases sólidas en un acuerdo claro y preciso entre las organizaciones, que además de expresar voluntariamente su adhesión al bloque de organizaciones para comercializar de manera asociativa, deben consensuar las reglas, procedimientos, y las funciones que deben asumir los miembros del comité de comercialización. Por tanto, el aspecto principal es definir con claridad los objetivos y papel del comité de comercialización y su forma de accionar.

49. Para esto se hace necesario desarrollar competencias de los miembros del Comité de Comercialización, y el fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones con los grupos de apoyo y acompañamiento técnico al Comité de Comercialización. Estos grupos serán constituidos por líderes y promotores formados en organización productiva y comercialización asociativa, para que se realicen las actividades y logren los resultados del proyecto. Será INTECAP con el apoyo de otras instituciones/organizaciones de la Región quienes, facilitarán la organización del comité, la formación de las capacidades, de

liderazgo, y de grupos de promoción, capacitación y desarrollo de metodologías, instrumentos normativos y operativos para la implementación del proyecto.

50. La formación de las capacidades se hará iniciado con la formación de 100 promotores y líderes representantes de las 20 organizaciones de productores, los cuales recibirán asistencia técnica y capacitación en diversas temáticas relacionadas con la gestión productiva y la comercialización que les permita el logro de los resultados propuestos.

51. Estos 100 líderes capacitados formaran parte de los grupos de “multiplicadores”, que deberán atender a los otros productores y productoras y sus organizaciones. Cada líder estará capacitando a su vez a 15 productores en el marco del proyecto. Así se prevé capacitar a 100 líderes y a 1500 productores (as) que estarán siendo formados en segundo y tercer trimestre dentro del proyecto de innovación tecnológica.

52. Entre las primeras tareas se encuentran:

- a) Identificación de los 100 líderes representantes de las 20 organizaciones que estarán capacitándose y capacitando a otros 1500 miembros de las organizaciones.
- b) Definición del perfil y selección de los miembros del Comité de Comercialización.
- c) Constitución del Comité de Comercialización.
- d) Elaboración del reglamento del comité de comercialización
- e) Aprobación del reglamento del comité de comercialización por parte de los miembros de las organizaciones.

6.2 Consenso del Comité de Comercialización

53. Para establecer el consenso para el funcionamiento del Comité de Comercialización tomando como base el Proyecto, se brindará información a los participantes del mismo, y con el apoyo de un abogado se establecerá estatutos y fundamento del comité. Con ese propósito se requerirán la realización de talleres de sensibilización ante los asociados de las organizaciones, así como talleres de consenso para establecer acuerdos entre todas las partes.

54. **Este Comité** tendrá su propia lógica de funcionamiento que será matizada por los productores durante la etapa de consenso del comité, entre las principales acciones que debe realizar el comité se encuentran:

- a) Elaboración de los planes de negocios
- b) Identificación de nichos de mercado por diferenciación del producto
- c) Identificación de compradores a nivel local, nacional y regional (Regiones del Occidente, Centro y Oriente de Guatemala)
- d) Misiones comerciales Las misiones comerciales son una técnica de promoción mediante visita concertada, realizada de acuerdo a un plan.
- e) Ruedas de Negocios. es un instrumento que permite lograr transacciones con compradores internacionales, que generalmente son organizadas dentro del

marco de ferias, en nuestro interés son las ferias de alimentos. Nos permiten iniciar actividades internacionales; encontrar señales de mercado como conocer y acceder a nuevos mercados; a nuevas oportunidades de negocio; descubrir que se pueden realizar distribuciones cruzadas, inclusive con empresas competidoras; conocer las adaptaciones que deberán realizarse a los productos.

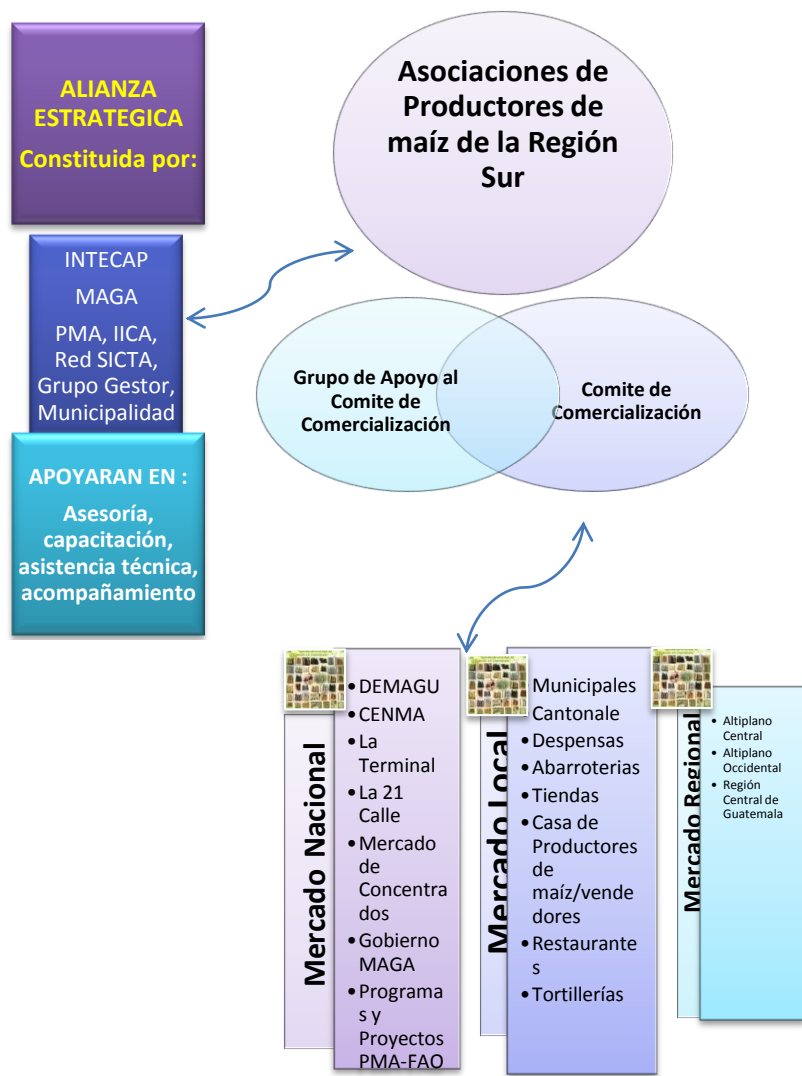
6.3 Constitución de la Plataforma de Comercialización Asociativa:

55. La estrategia organizacional a seguir será establecer la plataforma asociativa entre las asociaciones de productores del Sur, la cual debe hacerse por consenso de los participantes, mediante talleres y reuniones de sensibilización que consideren los siguientes aspectos:

- a) Que las organizaciones socias, estén claras de los beneficios de la organización y en consecuencia, reducir la incertidumbre relacionada con el concepto de comité de comercialización y comercio asociativo.
- b) El proceso de consenso de reuniones, suministrando información y apoyando la redacción de documentos.
- c) Presentar a los miembros la realidad del comercio internacional, el control de calidad y la adhesión a las normas técnicas y ambientales.
- d) Acompañar a los miembros en sus primeras actividades colectivas.

56. En el consenso se busca definir política de precios, formas de pago, modalidades de entrega, origen y destino de recurso, de tal manera que se garantice la sostenibilidad del consorcio y un precio favorable al productor.

Figura 2. Esquema general de funcionamiento de la Comercialización Asociativa con Apoyo del Comité Organizador



57. El Comité de Comercialización será el responsable del diseño e implementación del plan estratégico de comercialización, identificando los canales de comercialización del grano con las asociaciones estructuradas e integradas en escala asociativa. Con esta finalidad el Comité ejecutará y realizará acciones de coordinación institucional y local para integrar los procesos de gestión productiva y mercadeo del maíz por medio del desarrollo de la capacitación de personal calificado y de promotores líderes que tendrán la responsabilidad de ejecutar directa o indirectamente las acciones del proyecto.

58. El INTECAP y otras organizaciones/instituciones locales, serán encargadas de realizar el proceso de capacitación de acuerdo a contenidos mínimos elaborados para tal fin,

y que son productos de los talleres participativos realizados en el nodo sur. El MAGA otras instituciones del sector público participaran brindando información y asesoría en temas relativos a la comercialización de granos básicos.

59. Por su parte, el proyecto regional Red SICTA facilitará los recursos económicos y acompañará la puesta en marcha, operación y dará el seguimiento y evaluación del Proyecto, velando que cada una de estas se ejecute conforme actividades y recursos previstos en el cronograma de desembolso.

VII. Seguimiento y Evaluación del proyecto

7.1 Coordinación del proyecto.

60. Para la ejecución del Proyecto de innovación tecnológica, se organizará el Comité de Coordinación del proyecto, el cual estará formado por representantes de los miembros de la Alianza, quienes estarán a cargo de elaborar el plan de acción y la estrategia de seguimiento y evaluación durante el período de ejecución del Proyecto. El comité de coordinación establecerá los mecanismos de puesta en marcha del Proyecto, utilizando como punto de referencia las tareas, medios de verificación e indicadores propuestos en el marco lógico del proyecto.

7.2 Línea de Base

61. Se elaborará la línea base del Proyecto que brindará información de la situación actual (inicio del proyecto) de los beneficiarios (muestra), con relación a los indicadores que se construyan, para luego poder medir el efecto alcanzado por la aplicación de la innovación tecnológica propuesta en el Proyecto.

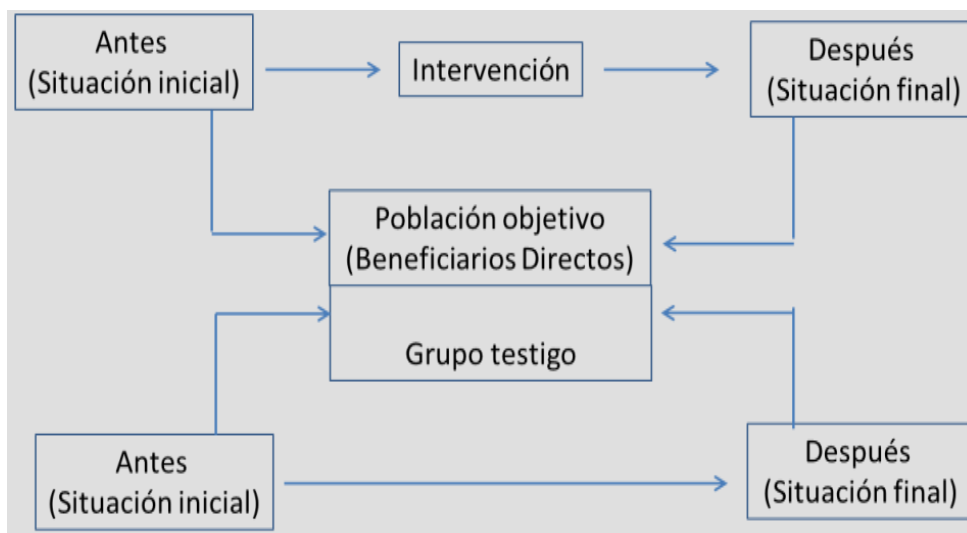
62. Se utilizará el marco lógico del proyecto para definir y construir los indicadores de base. Estos indicadores serán cualitativos y cuantitativos. Se elaborarán los formatos para poder recabar la información que permitirá conocer la situación actual al inicio del proyecto y la situación al finalizar el proyecto.

63. Metodológicamente se procederá a complementar el registro de información sobre los indicadores con una muestra de productores beneficiarios, definiendo un grupo de control o grupo testigo, del cual también se registre información sobre los indicadores antes mencionados en los dos momentos de evaluación, al inicio y al final de la intervención.

64. A este tipo de modelo cuasi experimental de evaluación, se le conoce como "Modelo antes-después con grupo de comparación"². De acuerdo a lo planteado por la unidad de Proyectos de Red SICTA, es importante considerar el esquema del modelo antes y después del proyecto de innovación con el grupo de comparación, que en este caso son los beneficiarios del proyecto.

² Este modelo ha sido propuesto por RIMISP, tomando como base en documentos de Naciones Unidas.

ESQUEMA DEL MODELO ANTES-DESPUÉS CON GRUPO DE COMPARACIÓN



7.3 Sistema de Seguimiento y evaluación.

65. Esta actividad tiene como objetivo establecer a través un sistema de seguimiento y evaluación, dirigido a facilitar el registro de datos, que reflejen las acciones y resultados alcanzados por las asociaciones de productores. Para ello se diseñará y pondrá en funcionamiento una base de datos que contenga toda la información relacionada con el acopio (productores, volúmenes, producto) y el mercado (volumen, precio, calidad, otros).

66. El seguimiento y evaluación del proyecto se hará utilizando los indicadores cualitativos y cuantitativos establecidos en el marco lógico del proyecto, para verificar el cumplimiento y avance del proyecto dentro del período propuesto. Los responsables de esta actividad serán los beneficiarios del proyecto que conformen el comité de ejecución del proyecto.

VIII. Marco lógico del proyecto

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES (IOV)	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
FINALIDAD	Contribuir al aumento del ingreso neto de los pequeños/as productores/as mejorando capacidades asociativas en la producción y comercialización del maíz en la región sur de Guatemala.		
OBJETIVO	Fortalecer la organización productiva y nivel de asociatividad comercial de la cadena de maíz desarrollando competencias en la generación e implementación de una estrategia de comercialización del grano en la región sur de Guatemala.		
	1. Al finalizar el proyecto 1200 productores de 20 asociaciones, están organizadas en una plataforma para comercializar la producción a través del Comité de Comercialización.	a) Informes de seguimiento y evaluación. b) Línea base y evaluación de resultados.	✓ Las organizaciones se han movilizadas y cuentan con el apoyo de sus afiliados.
	2. Los participantes del proyecto han mejorado el poder de negociación e incrementado el ingreso neto al menos en un 20% producto de la venta de maíz.	a) Informes de acompañamiento y apoyo técnico a las asociaciones locales y regionales. b) Contratos de venta e informes del Comité de Comercialización.	✓ Existe compromiso e interés de las asociaciones de los productores.
	3. Al finalizar el proyecto, 100 personas promotoras líderes y lideresas pertenecientes a 20 asociaciones campesinas contarán con información metodológica en aspectos de comercialización, y han realizado el efecto cascada de manera directa a 1200 productores y productoras.	c) Listados de participantes que han obtenido su diploma de gestión productiva y mejoramiento de la comercialización. d) Listados de productores formados por los 100 promotores líderes.	✓ Existe interés de los líderes en recibir la formación metodológica y replicarla. ✓ Existe interés de los productores en capacitarse.
RESULTADOS: (R)			
R.1 <u>Organizada la producción de acuerdo a la estrategia de mercadeo</u>	i. Al menos 20 organizaciones se han articulado para organizar y comercializar asociativamente la producción del grano a través del Comité de Comercialización.	a) Registros de asociaciones b) Plan de organización productiva c) Estrategia de mercadeo d) Plan estratégico de producción y comercialización.	✓ Las organizaciones y líderes participan de las acciones de componente asociativo. ✓ El proyecto y las organizaciones cuentan con recursos para la ejecución del Plan
	ii. Implementado el plan estratégico de producción y comercialización con las asociaciones de personas productoras.		
R.2 <u>Establecida la plataforma asociativa entre las organizaciones de personas productoras de maíz.</u>	i. Se ha logrado la integración de al menos 75% de las organizaciones de productores y productoras participantes del proyecto, a la plataforma asociativa para la comercialización.	a) Acta de conformación de la organización asociativa. b) Acta de conformación del Comité de Comercialización. c) Reglamento del Comité de Comercialización. d) Criterios de identificación de los promotores. e) Pensum de formación de los promotores y productores.	✓ Asociaciones cumplen compromiso de organizar la producción. ✓ Asociaciones proponen a los líderes. ✓ Líderes aceptan replicar conocimientos con los productores. ✓ Se cuenta con apoyo de INTECAP y otras instituciones para la formación de capacidades
	ii. Constituido el Comité de Comercialización con representación de 20 asociaciones de personas productoras.		
	iii. 100 personas promotoras líderes y lideresas capacitadas en gestión productiva y mercadeo y comercialización.		

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES (IOV)	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<u>R.3 Implementado un sistema e identificados nuevos canales de comercialización</u>	<ul style="list-style-type: none"> i. Identificados los canales de comercialización idóneos para la comercialización de maíz producido por las organizaciones. ii. Al menos 1,200 personas productoras de maíz comercializan 60 mil quintales a través del Comité de Comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Lista de promotores líderes capacitados. b) Informe de eventos comerciales. c) Informes y memorias de ruedas de negocios. d) Registro de disponibilidad de grano según demandas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existe el interés de los líderes en capacitarse. ✓ Identificados demandantes del grano. ✓ Los productores cuentan con grano de calidad para comercializar
<u>R.4 Mejorado el nivel de ingreso neto de los productores con la aplicación tecnológica y poder de negociación de las asociaciones frente a los intermediarios.</u>	<ul style="list-style-type: none"> i. Al menos 75% de las organizaciones han fortalecido su poder de negociación e incrementado en al menos 20% del precio del grano en el mercado local. ii. Al menos 75% de las organizaciones participan en la aplicación metodológica e instrumentos para la gestión organizativa, productiva y comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Línea de base y evaluación de resultados. b) Lista de organizaciones comercializando asociativamente c) Listados de demandantes de producto. d) Registros de procesos de acopio. e) Reportes de seguimiento y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los demandantes han comprado a las personas productoras ✓ El precio del grano en el mercado nacional es mayor que el costo de producción del grano en finca. ✓ Los productores comercializan de manera asociativa.
ACTIVIDADES (A) / TAREAS (T) :			
<u>R1. Organizada la producción de acuerdo a la estrategia de mercadeo.</u>			
<u>A.1.1 Diseñar el Plan Estratégico de producción y comercialización</u> T.1 Realizar procesos de movilización y participación para organizar y comercializar. T.2 Desarrollo de eventos promoción y ejecución de acciones de organización asociativa. T.3 Formulación participativa del Plan.	<ul style="list-style-type: none"> i. Elaborada la caracterización socio-organizativa y productiva de las 20 organizaciones. ii. Elaborado mapeo de actores. iii. Líderes de al menos 20 Asociaciones participan tres reuniones/talleres para definir el plan 	<ul style="list-style-type: none"> a) Caracterización de asociaciones del proyecto b) Línea de base. c) Versión preliminar del plan estratégico d) Informes físicos y financieros de eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existe compromiso e interés de las asociaciones e instituciones locales y regionales de participar en el proyecto.
<u>A.1.2 Análisis y aprobación final del Plan Estratégico.</u> T.4 Coordinación de proceso de socialización y complementación del Plan.	<ul style="list-style-type: none"> i. Se cuenta con el plan estratégico de producción y comercialización. ii. El Comité de Comercialización ha socializado el Plan y se cuenta con la aprobación y con la propuesta de implementación por las organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Versión aprobada de Plan. b) Propuesta de implementación del Plan 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las organizaciones y líderes se movilizan y consensuan acciones para elaborar, aprobar y ejecutar el Plan.
<u>A.1.3 Ejecutar el plan estratégico de producción y comercialización.</u> T.5 Implementación del plan. T.6 Identificación de los promotores líderes que se capacitaran T.7 Elaboración del pensum para la	<ul style="list-style-type: none"> i. Realizados 4 talleres para implementación del plan. ii. El Comité de Comercialización cuenta con capacidad de gestión para el desarrollo del Plan. iii. Al menos 100 promotores líderes de 20 Asociaciones han mejorado sus competencia en organización productiva y comercialización asociativas del maíz. iv. Al menos 1200 productores reciben la información y 	<ul style="list-style-type: none"> a) Informes de avances de la ejecución del Plan b) Programa de contenidos de las capacitaciones. c) Informes de eventos de formación de capacidades d) Listado de promotores líderes capacitados e) Listado de productores capacitados por los líderes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se cuenta con recursos financieros para cofinanciar la implementación del Plan. ✓ Promotores líderes dispuestos a capacitarse y a replicar los conocimientos adquiridos. ✓ Los productores tienen la

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES (IOV)	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
formación de las capacidades. T.8 Desarrollo de los contenidos de capacitación. T.9 Capacitación de los productores por medio de los líderes capacitados.	conocimiento de parte de los promotores líderes en gestión productiva y mercadeo.		disposición de capacitarse con el apoyo de los promotores líderes.
<u>A.1.4 Seguimiento y evaluación (S&E) del Plan Estratégico de producción y comercialización.</u> T.10 Diseño de propuesta de S&E. T.11 Implementación del proceso de S&E.	i. 4 eventos de capacitación y formados al menos 20 líderes en competencias de gestión y acompañamiento participativo del proyecto. ii. Se cuenta con un sistema de seguimiento y evaluación, diseñado y en funcionamiento.	a) Documento de seguimiento y evaluación. b) Guía e informes de acompañamiento y evaluación del proyecto	✓ Los actores locales participan en el proceso de seguimiento y evaluación.
R.2 Establecida la plataforma asociativa entre las organizaciones de personas productoras de maíz.			
<u>A.2.1 Desarrollar capacidad institucional y de competencia en gestión asociativa.</u> T.12 Acciones de involucramiento de asociaciones y organizaciones regionales. T.13 Conformación del Comité de Comercialización. T.14 Elaboración del reglamento del comité de comercialización	i. 2 eventos de sensibilización y movilización de asociaciones para fomentar la asociatividad. ii. La cadena de maíz en la región sur cuenta con un Comité de Comercialización, como ente articulador de los procesos de comercialización. iii. Se ha elaborado Guía de Procedimientos y Reglamento del Comité de Comercialización.	a) Informes técnicos y financieros de las reuniones b) Lista de líderes y asociaciones participantes. c) Documento legal de constitución del Comité d) Reglamento del Comité de Comercialización	✓ Existe compromiso de las asociaciones, para organizarse en los procesos de comercialización. ✓ Existe aceptación del Comité de Comercialización como figura articuladora.
<u>A.2.2 Fortalecer la organización gremial de productores locales.</u> T.15 Articulación e integración de las asociaciones de productores de la cadena de maíz a escala regional	i. 2 eventos de articulación e integración socio-organizativa a escala regional. ii. Se ha impulsado la integración de al menos 75% de las asociaciones de productores. iii. Se cuenta con un equipo de apoyo al Comité para dinamizar y articular acciones con las asociaciones.	a) Informes técnicos y financieros de las reuniones b) Lista de líderes y asociaciones participantes.	✓ Las asociaciones cumplen compromiso de organizar la producción para comercializar asociativamente. ✓ Existen espacios de negociación con los compradores.
<u>A.2.3 Realizar campañas de comunicación/divulgación.</u> T.16 Elaboración y ejecución del Plan de Comunicación	i. Reunión de presentación del plan de comunicación. ii. Promovida la incorporación de los productores a procesos de comercialización colectiva.	a) Plan de comunicación b) Lista de medios de difusión (radio, televisión)	✓ Disponibilidad de medios radiales y televisión ✓
R.3 Implementado un sistema e identificados nuevos canales de comercialización			

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES (IOV)	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p>A.3.1 <u>Apoyar procesos de asistencia técnica y acompañamiento.</u> T.17 Acompañamiento a las asociaciones en el proceso de comercialización. T.18 Comité de Comercialización identifica canales de comercialización idóneos.</p>	<p>i. Al menos el 75% de las asociaciones mejoran el acceso a mercados y reducen riesgos de precios. ii. Al menos 30 líderes de las asociaciones han recibido acompañamiento y apoyo técnico en sistema y canales de comercialización.</p>	<p>a) Esquema de canales de comercialización b) Registro de demandantes de grano y derivados c) Informes de misiones comerciales</p>	<p>✓ Que exista demanda del grano ✓ Comité de Comercialización identifica demandantes</p>
<p>A.3.2 <u>Desarrollar capacidad institucional y competencias en gestión y negociación.</u> T.19 Organización y realización de acciones de fortalecimiento de capacidades de actores de la cadena.</p>	<p>i. Ejecutados 4 eventos de formación de 100 técnicos locales en gestión mercados y comercialización del maíz.</p>	<p>a) Listados de participantes por evento b) Informes físicos y financieros de los eventos</p>	<p>✓ Que exista el interés de los promotores líderes en capacitarse. ✓ Que existan los recursos humanos y financieros</p>
<p>A.3.3 <u>Mejorar conocimiento del uso de contratos de comercialización y de negociación.</u> T.20 Elaboración y aplicación de instrumentos y normativa de comercialización asociativa.</p>	<p>i. Ejecutados 2 eventos para la elaboración de la normativa de comercialización ii. Un evento de socialización de la normativa. iii. Ejecutar un evento en el uso de contratos.</p>	<p>a) Informes del Comité de Comercialización. b) Practica de elaboración de documento de contrato de compra y venta del grano. c) Contrato de compra y venta del grano.</p>	<p>✓ Interés de la asociación de participar en los eventos de formación ✓ Interés en cumplir con la normativa de comercialización asociativa.</p>
<p>R.4 Incrementado el nivel de ingreso neto de los productores y productoras de maíz mediante la aplicación tecnológica y poder de negociación de las organizaciones.</p>			
<p>A.4.1 Apoyar a las organizaciones en el proceso de comercialización asociativa T.21 Desarrollar los primeros ejercicios de comercialización con el apoyo del Comité.</p>	<p>i. Al menos 75% de las asociaciones realizan comercialización asociativa ii. Al menos el 75% de las asociaciones venden a través del Comité de Comercialización. iii. El precio de venta mejora en un 20% con relación al precio del mercado local.</p>	<p>a) Listados de organizaciones participantes en los procesos de comercialización asociativa. b) Listados de organizaciones que comercializan por el Comité de Comercialización. c) Los productores cumplen con planes de entrega.</p>	<p>✓ Las asociaciones cumplen compromiso de organizar la producción para comercializar asociativamente. ✓ Existen espacios de negociación con los compradores del grano. ✓ Se cuenta con las capacidades necesarias para apoyar el desarrollo de estas actividades.</p>
<p>A.4.2 Capacitación en el registro y análisis de costo e ingresos. T.22 Diseñado y ejecutado plan de capacitación en gerencia financiera y costos en organización productiva y comercialización.</p>	<p>i. Capacitados al menos 100 personas en contabilidad gerencial. ii. Se disponen de metodologías y herramientas de análisis de costos e ingresos.</p>	<p>a) Plan de capacitación b) Informes de capacitación c) Informe de Asociaciones participantes.</p>	
<p>A.4.3 Apoyar a las asociaciones en el análisis y consolidación de resultados y rendición de cuentas por ciclo de producción y comercialización.</p>	<p>i. Las asociaciones y el Comité de comercialización disponen y aplican procesos e instrumentos para la rendición de cuentas en la comercialización del maíz.</p>	<p>a) Informes y registros contables de las asociaciones. b) Informe de rendición de cuentas del Comité.</p>	

IX. Presupuesto

67. El proyecto tiene un monto total de US\$58,184.02³ de los cuales US\$ 34,913.02 (60%) son cofinanciados por el Proyecto Red SICTA - IICA con financiamiento de COSUDE, US\$ 12,801.34 (22%) dólares de Estados Unidos de América es apoyado por las Asociaciones de productores de maíz, US\$ 5,819.60 (10%), US\$ 2,904.36 (4.99%) es aportado por Alianza IICA-P4P-PMA, US\$1,745.70 (3%) d por INTECAP.

Cuadro 4. Resumen del presupuesto del proyecto

Aliados	Aportes US\$	Porcentaje (%)
Red SICTA	34913.02	60.00
Asociaciones de Productores	12801.34	22.00
Grupos Gestores	5819.6	10.00
Alianza IICA-P4P-PMA	2904.36	4.99
INTECAP	1745.7	3.00
TOTAL	58184.02	100.00

X. Cronograma de desembolsos

68. La entrega de desembolsos se ha planificado en tres desembolsos distribuidos proporcionalmente con 40, 45 y 15%, para el primer, segundo y tercer desembolsos respectivamente, de acuerdo a las necesidades y características propias de las acciones a realizar para la buena marcha del proyecto. Ver: Anexos 2 Presupuesto general y Cuadro 6 Cronograma de desembolso.

**Cuadro No 5: Resumen del cronograma de desembolso
Fuentes financiera Red SICTA**

Desembolsos	I DESEMBOLSO		II DESEMBOLSO		III DESEMBOLSO		TOTAL	TOTAL EFECTIVO%
	US\$	%	US\$	%	US\$	%		
Red SICTA	13,965.21	40	15,710.86	45	5,236.95	15	100	34,913.02
TOTAL	13,965.21	40	15,710.86	45	5,236.95	15	100	34,913.02

³ Dólares de Estados Unidos de América

69. El primer desembolso del 40 % se realizará luego de la firma del contrato con la entidad contraparte y será por un monto de US\$13,965.21. Este primer desembolso está planificado para la organización de la producción de acuerdo a la estrategia de mercado, elaboración de la línea de base e iniciar el establecimiento de la plataforma asociativa entre las organizaciones de productores.

70. Un segundo desembolsos de 45% se realizará contra la entrega a satisfacción del primer informe intermedio, y será por un monto de US\$15,710.86. Este está orientado a cofinanciar las actividades de formación de capacidades de los líderes y promotores en gestión productiva y comercialización y la implementación del sistema y canales de comercialización.

71. Un tercero y último desembolso será reembolsado a la unidad ejecutora contra entrega de informe final y auditoría externa una vez finalizado el proyecto y corresponde a un monto de US\$5,236.95, correspondiente al 15.0% restante del total aportado. Por tanto estos recursos deberán ser asumidos en su momento por la unidad ejecutora para el cumplimiento de las actividades de difusión programadas para la finalización del proyecto y actividades de cierre relacionadas con la evaluación y sistematización del proyecto.

72. La coordinación técnica por su parte descentralizará los recursos financieros necesarios a la administración de cada una de las organizaciones e instituciones aliadas, a fin de garantizar la ejecución física y financiera del plan de acción de cada aliado. Para ello siguiendo el comité de coordinación deberá tomar la decisión de la periodicidad (mensual, bimensual y/o trimestral) de los desembolsos de acuerdo a los planes definidos en la estrategia de intervención del proyecto.

Cuadro No. 6 Cronograma de Desembolsos

Resultado	Actividad	Descripción del Subproducto	Total	Primer Trimestre		Segundo Trimestre		Tercer Trimestre	
				Costo (US\$)	Fecha Entrega	Costo (US\$)	Fecha Entrega	Costo (US\$)	Fecha Entrega
Resultado Organizada producción acuerdo a la estrategia mercadeo	1. Diseñar el plan estratégico de producción y comercialización	Caracterización socio-organizativa y productiva de las 20 organizaciones	1600	1600	jun-13				
		Mapeo de Actores	500	500	jun-13				
		Plan preliminar de la estrategia de producción y comercialización	800	800	jun-13				
		Subtotal Actividad 1	2900						
	2. Análisis y aprobación final del plan estratégico	Documento del plan estratégico de producción y comercialización							
		Propuesta de implementación del plan de producción y comercialización							
		Socializado y aprobado el plan y estrategia de producción y comercialización							
	3. Ejecutar el plan estratégico de producción y comercialización	Implementación del plan estratégico de producción y comercialización con las organizaciones	1600	1600	jun-13				
		Identificados los 100 promotores líderes que serán capacitados.	400	400	jun-13				
		Elaborados los contenidos programáticos para la formación de los capacitados y elaboración del cronograma de capacitación.	800	800	jun-13				

	4. Seguimiento y evaluación del plan estratégico de producción y comercialización	Desarrollo de los contenidos programáticos con los 100 promotores líderes	6000			6000	sep-13		
		1125 productores reciben la información y conocimiento sobre organización de la producción y comercialización.	7212	1400	jun-13	5812	sep-13		
		Subtotal Actividad 3	16012						
		Formados 20 líderes y técnicos en competencias de gestión y acompañamiento participativo del proyecto.	300	265	jun-13	35	sep-13		
		Se cuenta con un sistema de seguimiento y evaluación diseñado y en funcionamiento.	900	900	jun-13				
		Subtotal Actividad 4	1200						
		Subtotal Resultado 1	20112						

Resultado 2: Establecida la plataforma asociativa entre las organizaciones de personas productoras de maíz.	1. Desarrollar capacidad institucional y de competencia en gestión asociativa	20 asociaciones sensibilizadas en temas de organización y asociatividad para la comercialización.	1200	1200	jun-13				
		Comité de Comercialización constituido y funcionando como ente articulador de los procesos de comercialización-	400	400	jun-13				
		Elaborado y aprobado la guía de procedimientos y reglamento del Comité de Comercialización.	400	400	jun-13				
		Conformado un equipo de apoyo al Comité de Comercialización para dinamizar los procesos de articulación y comercialización.	400	400	jun-13				
		Subtotal Actividad 1	2400						
	2. Fortalecer la organización gremial de productores locales	75% de las asociaciones asistidas realizan producción y comercialización asociativa a través del Comité de Comercialización							
		El precio de venta del grano mejora en un 20% con relación al precio de la plaza.							
		Elaborado y aprobado el plan de comunicación	600			600	sep-13		
	3. Realizar campañas de comunicación/divulgación para las asociaciones	Productores sensibilizados sobre los beneficios de los procesos de comercialización productiva.							
		Promovida la venta del grano por diferentes medios							
		Subtotal Actividad 2	600						
		Subtotal Resultado 2	3000						

Resultado 3: Establecimiento del sistema y canales de comercialización	1. Apoyar procesos de asistencia técnica y acompañamiento	75% de las asociaciones mejorar el acceso a mercados y reducen riesgos de precios Al menos 30 líderes y técnicos de las asociaciones de productores han recibido acompañamiento y apoyo técnico en sistema y canales de comercialización.	800			800	sep-13		
		Subtotal Actividad 1	800						
	2. Desarrollar capacidad institucional y competencias en gestión y negociación	Formados 100 líderes locales en gestión de mercados y comercialización de maíz.							
	3. Mejorar conocimiento del uso de contratos de comercialización y de negociación	Elaborada, socializada y aprobada la normativa de comercialización	1200			1200	sep-13		
		100 líderes capacitados en el documento de contrato de compra y venta de grano.	600					600	nov-13
		50% de las organizaciones hacen un ejercicio práctico de contrato y compra de grano.	800					800	nov-13
		Subtotal Actividad 3	2600						
		Subtotal Resultado 3	3400						

Resultado 4: Mejorado el nivel de ingreso de los productores con la aplicación tecnológica y poder de negociación de las asociaciones frente a los intermediarios	1. Apoyar a las organizaciones de productores en el registro y análisis de costo e ingresos de los eslabones de producción y comercialización	Elaborado el material para realizar el registro de control de costos de producción y manejo del grano a nivel de productor y asociación.	3000			1500	sep-13	1500	nov-13
		El 75% de las asociaciones disponen de informaciones gerenciales de costos e ingresos operacionales en la comercialización de maíz.							
		Subtotal Actividad 1	3000						
	2. Capacitar a técnicos y productores en temas de contabilidad gerencial para la toma de decisiones en procesos de poscosecha y comercialización	Capacitados al menos 100 líderes en contabilidad gerencial							
		Disponibles metodologías y herramientas de análisis de costos e ingresos de asociaciones productoras y comercialización de maíz.							
	3. Apoyar a las asociaciones en el análisis y consolidación de resultados operacionales y rendición de cuentas en cada ciclo de producción y comercialización	Las asociaciones y el Comité de Comercialización disponen y aplican procesos e instrumentos para la rendición de cuentas en la comercialización de maíz.							
	Seguimiento y Evaluación del Proyecto	Transporte y movilización de personas	1400.01	466.67	jun-13	466.7	sep-13	466.7	nov-13
		Elaboración de Informes físicos y financieros	2240.01	746.67	jun-13	746.7	sep-13	746.7	nov-13
		Traslado de Informes físicos y financieros	825	275	jun-13	275	sep-13	275	nov-13
		Gastos Bancarios	600	200	jun-13	200	sep-13	200	nov-13
Comunicaciones		336	112	jun-13	112	sep-13	112	nov-13	
	Subtotal Actividad 3	5401.02							
	Subtotal Resultado 4	8401.02							
	Total	34913.02							

XI. Relación Beneficio Costo

73. En el siguiente cuadro No.7 se muestra el beneficio neto incremental de US\$ 250.00, equivalente a Q 1,951.00 que un productor puede generar en una manzana de maíz, dado un incremento aproximado de 28%, (pasando de Q90/qq a Q115/qq) en el precio del grano que venderá de forma asociativa. Considerando un área estimada de producción de 1,200 manzanas, se espera obtener un mayor volumen de producción entre las asociaciones participantes, generada en gran parte a la aplicación de la innovación propuesta por el proyecto. Estos resultados esperados motivan al productor a participar en el proyecto dado de que su ingreso neto mejorará en más de 20%, ya que los productores en este momento tienen un margen casi negativo, debido al precio que están percibiendo por la venta de su grano y por la forma de comercialización actual.

No. 7
Unidad de medida de referencia: Manzana de maíz
Relación beneficio costo de la tecnología

Descripción	Sin Tecnología (Q.)	Con tecnología (gestión productiva y comercio asociativo)
Rendimiento qq/mz	75	75
Precio de venta unitario (qq)	90	115
Ingresos totales (multiplicar rendimiento por precio de venta)	6759	8625
Costo total	6,554	6674
Ingreso neto	196.1	1,951.1
Rentabilidad (Relación Beneficio/Costo)	3%	29.2%

74. El análisis de relación beneficio/costo, también generó otros indicadores que se presentan en los siguientes cuadros:

75. En el cuadro No. 8, que se presenta a continuación, puede observarse que el ingreso bruto incremental, es de Q1,875.00, el ingreso neto es de Q1,755.00 que un productor obtendrá sembrando una manzana promedio de maíz, lo que significa una rentabilidad (relación beneficio/costo) de 26.2%.

No. 8

BENEFICIOS POR UNA MANZANA POR PRODUCTOR PROMEDIO DEL PROYECTO			
	Ingreso Bruto (Q.)	Ingreso Neto (Q.)	Rentabilidad (%)
“Con Proyecto”	8625	1951	29.2
“Sin Proyecto”	6750	196.1	3
Incremento	1875	1755	26.2

76. En el siguiente cuadro No. 9 de metas globales de productores, área y producción, se muestra que el proyecto incrementará 800 productores y 800 manzanas para obtener un volumen total de 90,000 quintales y un incremento de 60,000 quintales de maíz. Se estima una manzana promedio por productor y un rendimiento medio de 75 qq/mz por 1200 manzanas.

No. 9

METAS GLOBALES DE PRODUCTORES AREA CULTIVADA Y PRODUCCIÓN			
	No. Productores	Area (Mz)	Volumen de Producción (qq)
“Con Proyecto”	1,200	1,200	90,000
“Sin Proyecto”	400	400	30,000
Incremento	800	800	60,000

77. En el cuadro No. 10 que se presenta a continuación se muestran los costos correspondientes a la mano de obra, tracción, insumos, se puede destacar que hay un incremento significativo del costo total en Q5,587,136 destacando la mano de obra que representa más del 60% (3,545,000) de los costos totales comparados en la situación con y sin proyecto.

No. 10

METAS GLOBALES DE COSTOS DEL PROYECTO				
	Mano de Obra (Q.)	Tracción (Animal/Mecánica) (Q.)	Insumos (Q.)	Total (Q.)
“Con Proyecto”	5,317,500	360,001	2,331,204	8,008,704
“Sin Proyecto”	1,772,500	120,000	729,068	2,621,568
Incremento	3,545,000	240,000	1,602,204	5,587,136

XII. Anexos

12.1 Roles de los actores de la alianza

Aliado	Responsabilidades
<p>Grupo Gestor</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Conformar comité de coordinación del proyecto con participación de los aliados. ✿ Brindar seguimiento técnico del proyecto definiendo mecanismos para la planificación, seguimiento y evaluación de la marcha del proyecto. ✿ Administrar los recursos financieros conforme normativas contables, llevando controles específicos para el manejo de los recursos aportados por Red SICTA y contrapartidas de aliados, en el caso que otros aliados depositen a la cuenta. ✿ Diseñar en coordinación con los aliados los instrumentos de seguimiento y evaluación del proyecto (Términos de referencia, línea base, formatos de registros de información, procedimientos para la adquisición de mobiliario y equipo de oficina, etc.) ✿ Promover la participación en los talleres y brindar acompañamiento técnico y metodológico en la presentación a cooperativas. ✿ Provisionar a Consorcio los recursos financieros programados en el proyecto, para la ejecución de las metas. ✿ Compilar y sistematizar la información generada en las unidades de validación y demostrativas, en coordinación con los aliados. ✿ Informar técnica y financieramente, según reglamento operativo, al IICA Red SICTA y a aliados sobre los avances y resultados las actividades que se desarrollen en el marco del proyecto. ✿ Garantizar la ejecución de auditoría a la finalización del proyecto.
<p>Organizaciones de productores</p> <p>ASODINA</p> <p>ADASEV</p> <p>ASIDICO</p> <p>AINVES</p> <p>Asociación Mujeres El Esfuerzo Línea A-13,</p> <p>Asociación de Pequeños</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Formar parte del comité de coordinación del proyecto con participación de los aliados. ✿ Facilitar la participación responsable de los 100 líderes que estarán formándose y posteriormente capacitando en gestión productiva y comercialización a los miembros de las organizaciones. ✿ Participar en todas las jornadas, reuniones, talleres y capacitaciones programadas en el marco el proyecto. ✿ Elaborar de manera participativa y consensuada con las organizaciones las actas, reglamentos y documentos necesarios para la conformación del comité de comercialización. ✿ Elaborar con los demás miembros de la alianza el pensum de estudio necesario para la formación de las capacidades de los líderes y organizaciones de productores. ✿ Identificar con los aliados a instituciones como INTECAP y otras que puedan proveer los servicios de asistencia técnica y capacitación para la formación de los productores.

Aliado	Responsabilidades
Productores El Esfuerzo Línea A-11 Cooperativa Santa Fe Asociación Agricultores Nueva Concepción Cooperativa La Montaña Asociación El Amanecer <u>Asociaciones del Sur – ASUR-</u>	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Brindar seguimiento técnico del proyecto definiendo mecanismos para la planificación, seguimiento y evaluación de la marcha del proyecto. ✿ Diseñar en coordinación con los aliados los instrumentos de seguimiento y evaluación del proyecto (Términos de referencia, línea base, formatos de registros de información, procedimientos para la adquisición de mobiliario y equipo de oficina, etc.) ✿ Gestionar ante el grupo gestor los recursos financieros necesarios para la ejecución de las acciones de competencia de las organizaciones. ✿ Compilar y sistematizar la información generada en las unidades de validación y demostrativas, en coordinación con los aliados ✿ Informar técnicamente al IICA Red SICTA y a aliados sobre los avances y resultados las actividades que se desarrollen en el marco del proyecto.
INSTITUCION ALIADA: INTECAP	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Firmar una carta de entendimiento entre el INTECAP y el comité de coordinación del proyecto como principales oferentes de los servicios de asistencia técnica y capacitación de los productores beneficiarios directos del proyecto. ✿ Proveer de los técnicos y especialistas responsables de realizar las jornadas de capacitación de los líderes y promotores agrícolas. ✿ Proporcionar al comité de comercialización el plan y cronograma de las jornadas de capacitación y asistencia técnica a los líderes y productores participantes. ✿ Brindar la asistencia técnica y capacitación a los líderes y grupos de productores. ✿ Brindar a los líderes y promotores capacitados los diplomas y certificados por haber completado las jornadas de capacitación. ✿ Elaboración de los documentos y contenidos técnicos para las jornadas de formación de capacidades. ✿ Entrega de materiales y contenidos de las jornadas de capacitación y asistencia técnica a los líderes y promotores capacitados. ✿ Gestionar ante el Grupo Gestor los recursos necesarios para la realización de las jornadas de formación de capacidades de los líderes y promotores agrícolas.
INSTITUCION ALIADA: Alianza P4P-IICA-PMA	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Formar parte del comité de coordinación para la planificación, seguimiento y evaluación del proyecto. ✿ Elaborar de manera coordinada con el comité de comercialización el pensum para la formación de las capacidades de los líderes y promotores agrícolas. ✿ Acompañar los talleres, reuniones y jornadas de formación de capacidades brindando las experiencias exitosas y no exitosas de la comercialización asociativa. ✿ Apoyar dinámicamente el proceso de diseño de instrumentos de seguimiento y evaluación del proyecto. (Términos de Referencia, material técnico para la difusión, línea base, formatos de registros de información, etc.)

Aliado	Responsabilidades
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="763 284 1767 316">✿ Participar y acompañar los eventos del consorcio (Ferias, reuniones)<li data-bbox="763 316 1767 373">✿ Proveer material divulgativo a las y los promotores y productores para la difusión de las tecnologías.

12. 2 Presupuesto General del proyecto

Concepto	Unidad	Cantidad	Coste unitario (en U\$)	Fondos Red SICTA	Asociaciones de productores	Alianza IICA PMA	INTECAP	Grupo Gestor	Costes (en U\$)
1. Organización de la producción de acuerdo a la estrategia de mercadeo				20,112	0	0	0	0	20,112
Diseñar el plan estratégico de producción y comercialización									
Mapeo de asociaciones del proyecto (organizaciones y área)	Taller	4	400	1600					1600
Línea base del proyecto	Consultoría	1	500	500					500
Taller de formulación participativa de plan estratégico de producción y comercialización	Taller	2	400	800					800
Ejecutar el plan estratégico de producción y comercialización									
Talleres de implementación del plan estratégico de producción y comercialización	Taller	4	400	1600					1600
Reunión de identificación de los 100 promotores líderes que serán capacitados.	Reunión	1	400	400					400
Elaboración de los contenidos programáticos para la formación de los capacitados y elaboración del programa con INTECAP.	Taller	2	400	800					800
Desarrollo de los contenidos programáticos con los 100 promotores líderes.	Talleres	15	400	6000					6000
Cronograma de capacitación de los 1125 productores que serán capacitados por los promotores líderes	Talleres	1	7212	7212					7212
Seguimiento y Evaluación del plan de producción y comercialización									
Diseño y propuesta del plan de seguimiento y evaluación	evento	1	300	300					300
Implementación del sistema de Seguimiento y Evaluación	evento	3	300	900					900

2. Establecida la plataforma asociativa entre las organizaciones de personas productoras de maíz.				3,000	0	0	0	0	3,000
Desarrollo de capacidad institucional y de competencia en gestión asociativa									
Sensibilización y movilización de asociaciones para fomentar la asociatividad	Reunión	4	300	1200					1200
Conformación del comité de comercialización	Reunión	1	400	400					400
Elaboración del reglamento del comité de comercialización	Consultoría	1	400	400					400
Aprobación del reglamento	Reunión	1	400	400					400
Fortalecer la organización gremial de productores locales									
Elaboración del plan de comunicación y divulgación para promover la incorporación de los productores a procesos de comercialización colectiva.	Documento	1	200	200					200
Ejecución del plan de comunicación	Difusión	1	400	400					400
3. Establecimiento del sistema y canales de comercialización				6,400	0	2,904	1,746	0	11,050.06
Apoyar procesos de asistencia técnica y acompañamiento									
Eventos de formación de 30 líderes y técnicos en sistemas y canales de comercialización de maíz	evento	2	400	800					800
Elaboración de la normativa de comercialización	evento	2	500	1000					1000
Socialización de la normativa de comercialización	evento	1	200	200					200
Identificación de los canales de comercialización a utilizar por los productores de la región del Sur.	Taller	2	300	600					600
Ejecución de un evento de firma de contratos	Taller	1	200	200					200
Misiones comerciales por parte del comité de comercialización	Misión	2	300	600					600
Materiales a imprimir para las capacitaciones	Documento	10	300	3000					3000
Asistencia Técnica y acompañamiento Alianza IICA P4P PMA en los Eventos	Talleres	6	484.06			2904.36			2904.36

Asistencia Técnica y Acompañamiento INTECAP	Eventos	15	116.38				1745.7		1745.7
4. Seguimiento y evaluación física y financiera del Proyecto				5,401	12,801	0	0	5,820	24,021.96
Transporte y movilización de personas (combustible, pasajes, peajes)	Por Trimestre	3	466.67	1400.01	933.34				2333.35
Elaboración de informes físicos y financieros por la organización Contraparte (viáticos)	Por Trimestre	3	746.67	2240.01					2240.01
Traslados de informes físicos y financieros	Por Trimestre	3	275	825					825
Gastos Bancarios	Por Trimestre	3	200	600					600
Comunicaciones	Por Trimestre	3	112	336					336
Depreciación de vehículos y combustible	Por mes	7	400		2000			800	2800
Alimentos	Por Unidad	2	443		886				886
PC Laptop	Por Unidad	3	400		1200				1200
Mobiliario y equipo de oficina (escritorios, gabinetes, archivadores, sillas, etc.)	kit	2	500		1000				1000
Impresora Multifuncional	Por Unidad	1	400		235			165	400
Alquiler oficinas	Por mes	7	250					1750	1750
Materiales de oficina	Por mes	5	409		1227			818	2045
Salones comunales	Por mes	7	200		1400				1400
Servicios de sillas, mesas y otros		7	200		1400				1400
Tel/fax, electricidad, servicios básicos, mantenimiento, artículos de limpieza	Por mes	7	200		1400				1400
Gastos de viáticos del Coordinador del proyecto	Días	28	80		1120			1120	2240
Gastos de combustible viajes (4 viajes x mes x 7 meses)	Viajes	28	12.2					341.6	341.6
Alquiler de vehículo	Días	15	55					825	825
TOTAL				34,913.02	12,801.34	2,904.36	1,745.70	5,819.60	58,184.02