

22 de septiembre de 2026

Sesión n°22:

Exploración de oportunidades de mercado internacionales e intrarregionales para las pymes agroalimentarias del Caribe



*Serie sobre las Empresas
Agroalimentarias del Caribe*



Financiado por
la Unión Europea

Serie de Negocios Agroalimentarios del Caribe del IICA-COLEAD

Exploración de oportunidades de mercado internacionales e intrarregionales para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) agroalimentarias del Caribe

*La experiencia de la Asociación
Cooperativa de Nuez Moscada de
Granada*

Presentado por: Sr. Roderick St. Clair
Director general
GCNA

Martes, 22nd de septiembre de 2026

GCNA

Cooperativa constituida en 1947 en virtud de la Ley de la Industria de la Nuez Moscada

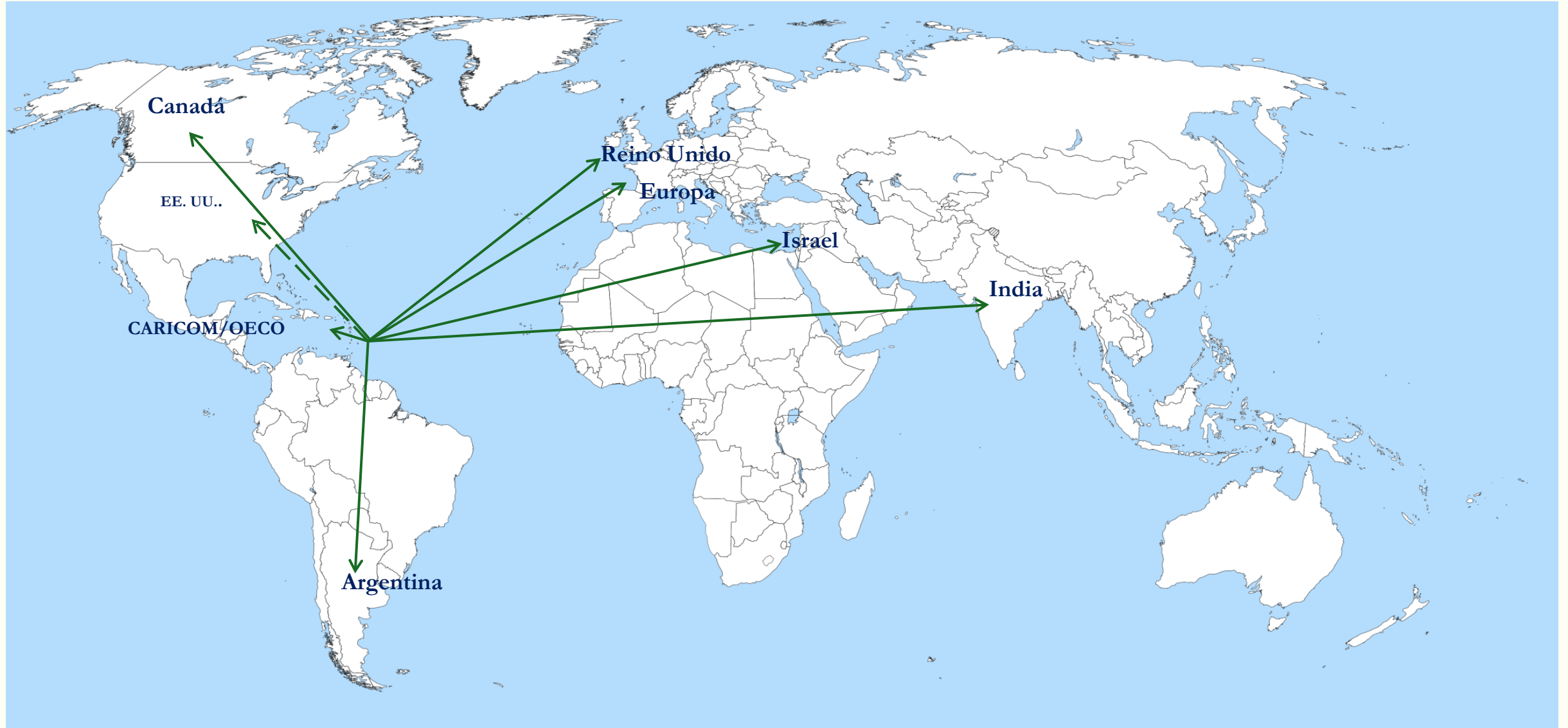
Responsable de la comercialización y exportación de la nuez moscada y la macis de Granada

Más de 3.500 agricultores de toda Granada están registrados en la Asociación

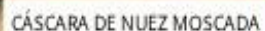
Desde 2019, mayor énfasis en los productos de valor añadido



Mercados actuales de la GCNA



DA DE

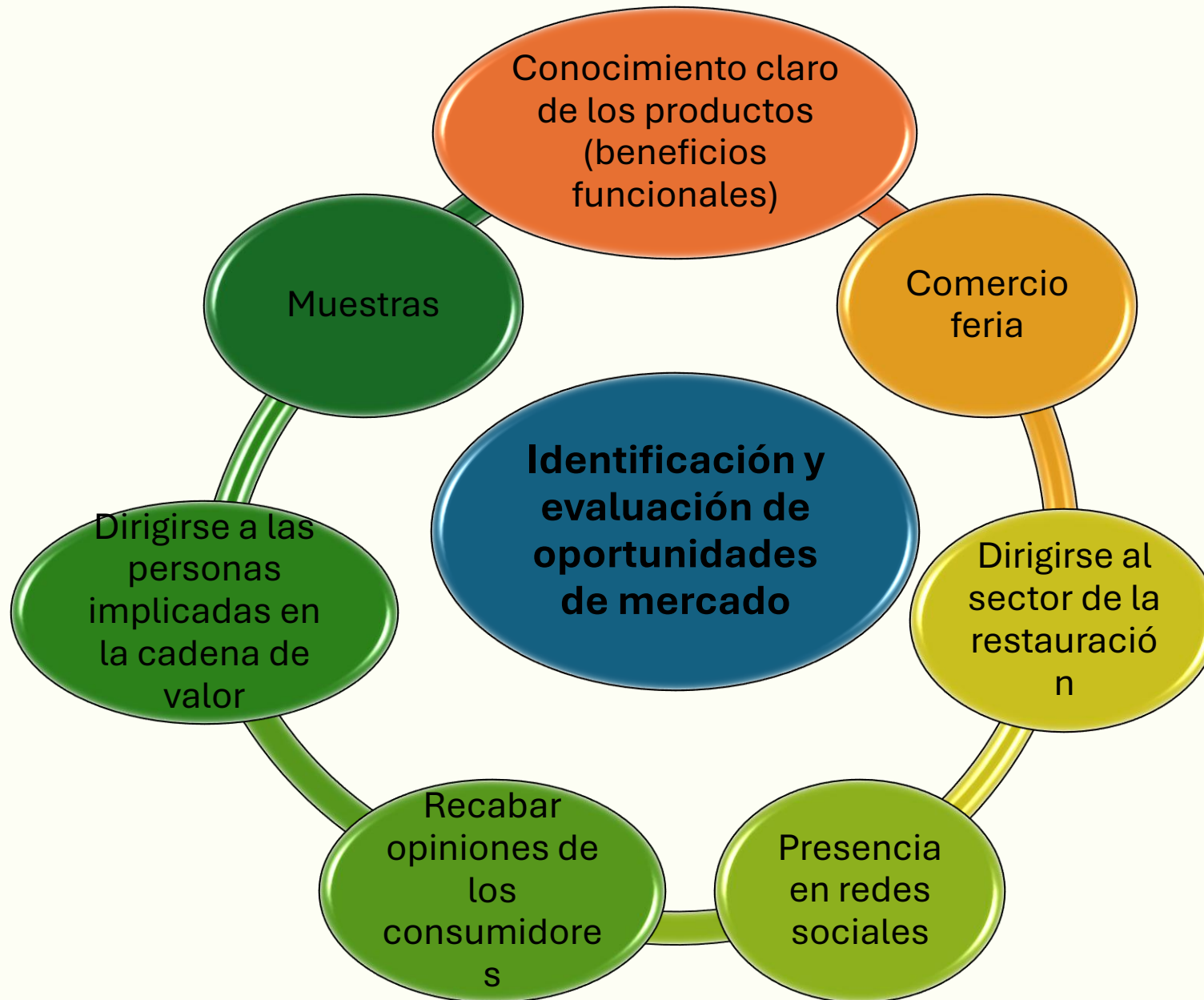


6. Aceite de macis*



Oportunidades de mercado regionales e internacionales para los productos agrícolas de la GCNA





Acceso y competitividad en los mercados regionales e internacionales

Calidad, Seguridad alimentaria, Certificación

- Certificación y normas HACCP o similares
- Certificación de sostenibilidad (Comercio Justo)
- Indicación geográfica
- Formación continua del personal

Envasado, etiquetado

- Comprensión de la cultura de la población
- Diseño de etiquetas
- Sostenibilidad medioambiental
- Salud y seguridad
- Presentación (atractivo del envase), información nutricional
- Uso del producto
- Almacenamiento (exposición en el punto de venta)

Trazabilidad

- Origen del producto
- Reclamaciones de los clientes
- Resolución de litigios

Fijación de precios

- Comprender el coste marginal
- Competitividad: productos similares,
- «Valor de los productos»: ¿qué solución ofrece su producto?

Suministro Consistencia

- Disponibilidad de materias primas y embalajes
- Productividad
- Mantenimiento de los equipos
- Financiación comercial
- Transporte

Retos a la hora de entrar en nuevos mercados

Logística

- Disponibilidad y regularidad del transporte marítimo y aéreo aduaneros
- Idoneidad de los buques de almacenamiento,

Personal competente en el uso de programas

Descarga de mercancías a granel en buques

Financiación

- Inversión inicial/costes de puesta en marcha
- Uso de financiación de factor o financiación comercial
- Las entidades financieras tradicionales no pueden hacer frente a las necesidades

Producción Capacidad

- Equipos/maquinaria (Nivel de automatización)
- Personal cualificado
- Abastecimiento de piezas y equipos (logística)

Mantenimiento

Coste de la electricidad

Pedidos o suministros de volumen suficiente

Requisitos normativos

- Requisitos de salud y seguridad medioambientales
- Auditorías de sostenibilidad
- Certificaciones halal/kosher

Barreras técnicas al comercio

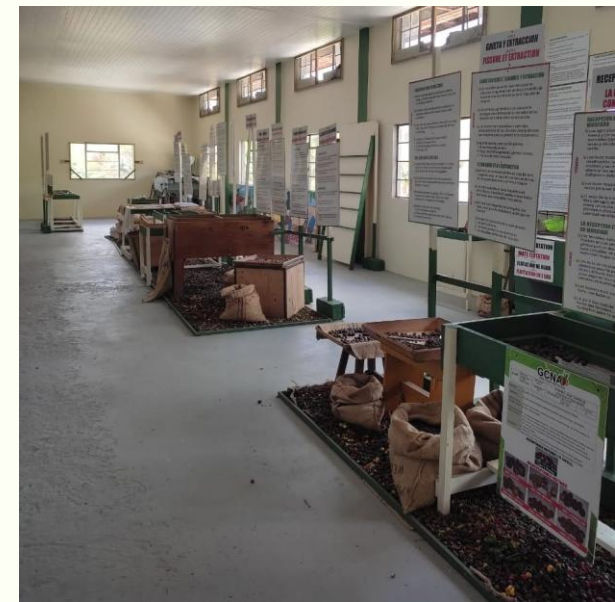
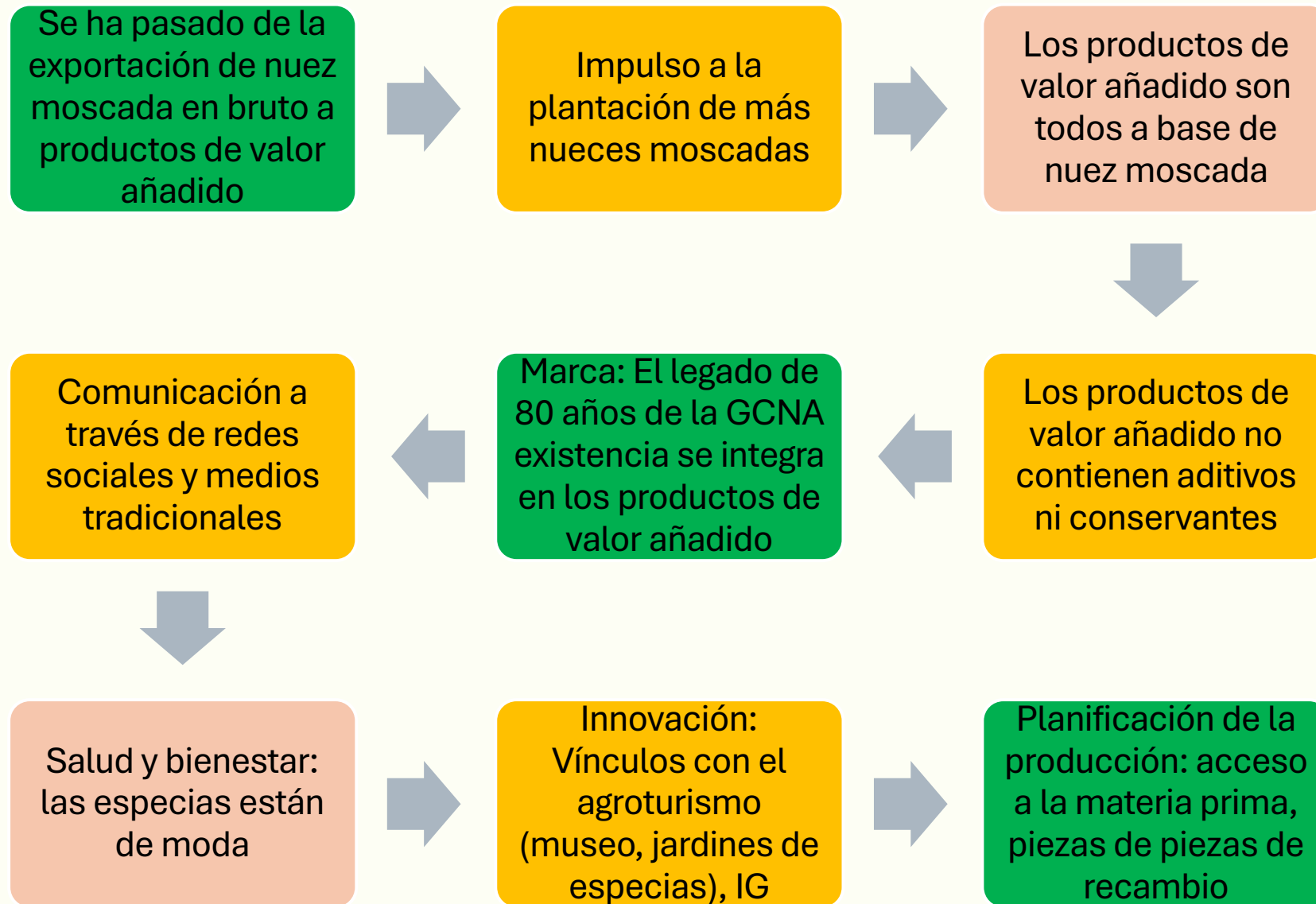
Certificaciones

Requisitos sobre pesticidas y metales pesados

Requisitos de embalaje

Deforestación en la industria

Superar los retos, reforzar la competitividad



Lecciones aprendidas

La presencia física en un mercado (alguien sobre el terreno)
Buen conocimiento del producto y de otros tipos de innovación relacionados con el mismo



Escuchar al consumidor
Los clientes deben formar parte de la innovación y la sostenibilidad



Personal fiable y competente
Colaboración entre las personas del sector



Probar, explorar, innovar
No estancarse (¿el producto se adapta al mercado o a lo que se necesita en este momento?)



Innovación para superar retos (buscar enfoques diferentes)
Tener una visión clara y asumir riesgos calculados
¡SIGAN CRECIENDO!

Apoyo, alianzas y medidas para ayudar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) agroalimentarias del Caribe

Acuerdos de transporte
(aéreo y marítimo)
mejorados y fiables

Apoyo en el
proceso de
certificación

Plataforma o foro de puesta en contacto entre
empresas (B2B) Interacción presencial y
marketing Visitas a mercados y ferias comerciales

Instrumentos de
financiación comercial:
directos e indirectos

Fomento de la confianza de los consumidores (campañas de «compra local» o «compra caribeño»)
Recurso a personas influyentes
Conocimiento del producto basado en la investigación (destacando y promocionando sus beneficios)

¡Gracias!

Para más información:

Asociación Cooperativa de Nuez Moscada de Granada
Complejo Comercial de la GCNA
Bulevar Kirani James, St. George's
Granada

Tel.: (473) 440 2117 | Fax: 1-473-440-6602

Móvil: 1-473-458-4852

Correo electrónico central: gcnamails@grenadanutmeg.com

Correo electrónico de marketing: grenadanutmeg@gmail.com

Página web: <http://www.gcnanutmeg.com>

<https://www.facebook.com/pg/gcnanutmeggrenada/>



Serie de Negocios Agroalimentarios del Caribe del IICA-COLEAD

Exploración de oportunidades de mercado internacionales e intrarregionales para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) agroalimentarias del Caribe

La experiencia de la Asociación Cooperativa de Nuez Moscada de Granada

Presentado por: Sr. Roderick St. Clair
Director general
GCNA

Martes, 22nd de septiembre de 2026

Gracias

