



Sesión 22:

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

Martes 22 de septiembre de 2026 – 14:00-16:00 UTC / 10:00-12:00 AST

[En línea \(Zoom\)](#)

Interpretación en directo en inglés, francés, español y portugués

1. Contexto

El sector agroalimentario del Caribe es un motor clave de las economías regionales, que abarca la producción primaria, el procesamiento agrícola, el suministro de insumos y una amplia gama de servicios de apoyo. En los Estados miembros de la CARICOM, se estima que la agricultura y la pesca aportan entre el 3 % y el 5 % del PIB, mientras que el sistema agroalimentario en su conjunto contribuye aún más al empleo, la generación de ingresos, los medios de vida rurales y las entradas de divisas¹. A pesar de esta importancia, el Caribe sigue siendo una región importadora neta de alimentos, con un gasto anual en importaciones de alimentos estimado en aproximadamente 6 mil millones de dólares de EE. UU.².

Reducir esta dependencia de las importaciones se ha convertido en una prioridad regional fundamental. La iniciativa «25 para 2030» de la CARICOM, cuyo objetivo es reducir la factura de importación de alimentos de la región en un 25 por ciento para 2030, reconoce que el aumento de la producción nacional, el fortalecimiento del comercio regional y la expansión de las exportaciones deben contribuir a construir un sector agroalimentario más resiliente y competitivo. Si bien continúan los esfuerzos para fortalecer el comercio intrarregional, las importaciones siguen procediendo en gran medida de fuera de la región, lo que indica que existe un margen considerable para que los productores caribeños sustituyan las importaciones al tiempo que aumentan la oferta regional.

Aunque a menudo se presta mucha atención a las grandes empresas agrícolas, las pequeñas y medianas empresas (pymes) representan entre el 70 y el 80 por ciento de las empresas en todo el Caribe y hacen una importante contribución al empleo, el emprendimiento y la generación de valor agregado³. Sin embargo, muchas MIPYMES enfrentan limitaciones persistentes relacionadas con el financiamiento, la certificación, la logística, la tecnología, la información de mercado y el cumplimiento de los requisitos de exportación. Estos desafíos suelen limitar su capacidad para competir de manera consistente tanto en los mercados regionales como en los internacionales.

A pesar de estas limitaciones, existen oportunidades significativas para que las pymes agroalimentarias del Caribe se expandan tanto a los mercados regionales como a los internacionales. Aprovechar estas oportunidades requerirá una mayor competitividad, un mejor cumplimiento de los requisitos del mercado y una comprensión más sólida de las expectativas de los compradores. En este contexto, este seminario web busca alentar a las

¹ Secretaría de la Mancomunidad. (2024). Infraestructura nacional de datos agrícolas: el Caribe (Informe de políticas de la Agenda de Conectividad de la Mancomunidad).

² Caribbean Business & Travel. (2024). Informe sobre la seguridad alimentaria en el Caribe y oportunidades de inversión. En S. A. Baptiste (Ed.), G. Bindley-Taylor (Ed. adj.), R. Seeram, K. De Abreu, M. Buckmire, D. Gonsalves, M. Stevens, Z. Spencer y S. Mok (Colaboradores). Carigold Signature.

³ IICA-COLEAD. Sesión de negocios agroalimentarios del Caribe n.º 9: empresas innovadoras lideradas por jóvenes y Sesión de negocios agroalimentarios del Caribe n.º 8: éxitos de empresas lideradas por mujeres

empresas agroalimentarias del Caribe a adoptar una orientación de mercado más abierta al exterior, explorando oportunidades más allá de sus mercados nacionales y fortaleciendo al mismo tiempo los vínculos comerciales dentro del Caribe.

2. Áreas de oportunidad

Mercados internacionales

Los mercados internacionales siguen ofreciendo oportunidades atractivas para los productos agroalimentarios del Caribe que combinan autenticidad, calidad, sostenibilidad y conveniencia. Europa sigue siendo un destino importante para los productos agrícolas de alta calidad y de nicho, mientras que los mercados de América del Norte y de la diáspora continúan mostrando una fuerte demanda de frutas, raíces y tubérculos, salsas, especias, condimentos, alimentos procesados, productos de coco, artículos a base de hierbas y otros productos culturalmente distintivos del Caribe⁴.

El creciente interés de los consumidores por la sostenibilidad, el origen auténtico, la conveniencia, la trazabilidad y las opciones alimentarias más saludables crea nuevas oportunidades para los exportadores caribeños que invierten en la mejora de la calidad, la innovación, la creación de marca y el valor agregado. El mercado europeo, aunque está altamente regulado, ofrece sólidas perspectivas para los productores capaces de cumplir con los exigentes requisitos de seguridad alimentaria, trazabilidad, sostenibilidad, productos orgánicos y comercio justo. Por otra parte, las comunidades caribeñas establecidas en América del Norte y el Reino Unido constituyen importantes puntos de entrada para productos que ya gozan de un fuerte reconocimiento cultural y de la lealtad de los consumidores.

Mercados intrarregionales

Los mercados regionales ofrecen una vía igualmente importante y, a menudo, más accesible para las empresas agroalimentarias del Caribe. Dentro de la CARICOM, existe un potencial considerable para sustituir los alimentos importados por alternativas producidas en la región. La Organización del Sector Privado del Caribe (CPSO) ha identificado oportunidades en productos como aves de corral, huevos para incubar, insumos para la alimentación animal, carne, raíces y tubérculos, hortalizas de nicho, yuca, productos de coco y otros productos básicos prioritarios, con un potencial de sustitución de importaciones estimado en más de 418 millones de dólares de EE. UU.⁵.

Las preferencias comunes de los consumidores, las distancias de transporte más cortas y el compromiso de la CARICOM con la integración regional crean condiciones favorables para expandir el comercio tanto de productos frescos como procesados⁶. El procesamiento agrícola ofrece oportunidades particulares al prolongar la vida útil, reducir las pérdidas poscosecha, facilitar el transporte y crear oportunidades más sólidas para el desarrollo de marcas de los productos caribeños. Por lo tanto, la expansión del comercio intrarregional respalda la seguridad alimentaria y la sustitución de importaciones, al tiempo que brinda a las empresas una valiosa experiencia en el cumplimiento de normas comerciales, el desarrollo de la consistencia en el suministro y la construcción de relaciones con los compradores que, en última instancia, pueden facilitar el ingreso a mercados internacionales más exigentes.

⁴ IICA-COLEAD. Sesión de Negocios Agroalimentarios del Caribe n.º 5: Comercio agrícola: oportunidades para las pymes en los mercados de exportación

⁵ Organización del Sector Privado de la CARICOM. (s. f.). Iniciativa «Veinticinco (25 %) para 2025». <https://thecpso.org/twenty-five-25-by-2025-initiative>

⁶ Sandiford, R (junio de 2026). *Evaluación de oportunidades de mercado de la CARICOM*. Presentación en el taller de la Delegación del IICA en Jamaica titulado «Exportar al Caribe»

3. Apoyo facilitador

Para aprovechar estas oportunidades se requerirá una acción coordinada de los gobiernos, los socios para el desarrollo y el sector privado, incluidos los productores y las organizaciones de apoyo empresarial. Los gobiernos desempeñan un papel importante en el fortalecimiento del entorno propicio mediante el apoyo específico a la certificación, la infraestructura de calidad, el desarrollo de productos y el cumplimiento de las normas internacionales, en particular para las pymes con un fuerte potencial de exportación⁷.

Las agencias de desarrollo y los socios técnicos, como el IICA o COLEAD, pueden fortalecer aún más la preparación para la exportación al brindar capacitación a la medida, asistencia técnica e inteligencia de mercado sobre normas, etiquetado, empaque, trazabilidad, seguridad alimentaria, sostenibilidad y procedimientos de exportación. Las agencias de promoción de exportaciones también desempeñan un papel fundamental en la identificación de empresas listas para exportar y en el apoyo a la entrada al mercado mediante promoción específica, interacción con compradores, misiones comerciales y actividades de emparejamiento empresarial.

Las propias pymes deben seguir invirtiendo en la calidad de los productos, la innovación, la marca, la planificación de la producción y el cumplimiento normativo. Al mismo tiempo, abordar los desafíos persistentes relacionados con el financiamiento, la logística, la tecnología y el acceso a los mercados requiere una colaboración más sólida entre las instituciones de los sectores público y privado. Las iniciativas regionales lideradas por el Grupo de Trabajo Ministerial de la CARICOM, junto con organizaciones como el IICA, COLEAD, la FAO, el ITC, la Organización de Información de Mercados de las Américas (MIOA), el CDB, Caribbean Export y organizaciones de apoyo empresarial, pueden ayudar a fortalecer el ecosistema necesario para respaldar a las empresas agroalimentarias preparadas para exportar.

Las alianzas con organizaciones como la Cámara de Comercio del Caribe en Europa, la CPSO, las cámaras de comercio nacionales y otras organizaciones del sector privado pueden fortalecer aún más los vínculos comerciales al conectar a las empresas caribeñas con compradores regionales e internacionales, al tiempo que respaldan los esfuerzos para sustituir las importaciones extrarregionales por productos regionales producidos de manera competitiva.

4. El camino a seguir

Ampliar la participación en los mercados regionales e internacionales requiere un enfoque coordinado que fortalezca las capacidades de las pymes, mejore el acceso a los servicios de apoyo y facilite conexiones más sólidas con compradores y socios comerciales.

Este seminario web reunirá a productores, exportadores, responsables de políticas, organizaciones de apoyo empresarial y socios para el desarrollo con el fin de compartir conocimientos prácticos y fortalecer las vías para expandir tanto las exportaciones internacionales como el comercio intrarregional. Los participantes obtendrán información sobre las oportunidades de mercado, las expectativas de los compradores y los requisitos clave para estar preparados para la exportación, incluyendo normas, certificación, empaque, trazabilidad y posicionamiento en el mercado.

En última instancia, el seminario web tiene como objetivo ayudar a las pymes agroalimentarias del Caribe a fortalecer su competitividad, establecer vínculos comerciales y desarrollar estrategias prácticas para expandirse a nuevos mercados, al tiempo que contribuyen a fortalecer el comercio regional y la integración en los mercados internacionales.

⁷ OCDE/BID (2024), Dinámicas de desarrollo del Caribe: integración regional y alianzas internacionales.

IICA-COLEAD

Serie de negocios agroalimentarios del Caribe

Sesión 22:

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

Martes 22 de septiembre de 2026 – 14:00-16:00 UTC / 10:00-12:00 AST

[En línea \(Zoom\)](#)

Interpretación en directo en inglés, francés, español y portugués

Moderación: Allister Reynold Glean, representante en Barbados, IICA

14:00-14:10 Palabras de introducción

- Ines Bastos, responsable de redes y alianzas, COLEAD

14:10-14:50 Panel 1: Experiencias de emprendedores

- John Robin, director general de Benjo Seamoss, Dominica
- Madhevi Gopal, codirectora de Gopex, Surinam
- Roderick St. Clair, director general de la Asociación Cooperativa de Nuez Moscada de Granada

Moderación: Ahoefa Soklou, responsable de proyectos, COLEAD

14:50-15:30 Panel 2: Perspectivas de expertos

- Julia Deane, responsable de desarrollo empresarial, Export Barbados
- Ruel Sandiford Edwards, socio gerente, Soleil Consulting
- Koen Vanderhaegen, responsable de Análisis de Mercado, COLEAD

15:30-15:50 Sesión de preguntas y respuestas

15:50-16:00 Conclusión y perspectivas de futuro



El evento cuenta con el apoyo de lo programa Fit For Market Plus, ejecutados por COLEAD en el marco de la Cooperación al Desarrollo entre la Organización de Estados de África, el Caribe y el Pacífico (OEACP) y la Unión Europea (UE).

Esta publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la UE y la OEACP. El contenido es responsabilidad exclusiva de COLEAD y en ningún caso debe considerarse que refleja las opiniones de la UE o de la OEACP.