



De Colombia a Guatemala,

## DISRUMPIR EN LA RURALIDAD PARA IMPACTAR A LA COMUNIDAD



Las dificultades a las que SiembraCo se enfrentó al entrar a un nuevo país fueron por demás retadoras y llenas de aprendizajes. De estar a punto de “tirar la toalla”, hasta transformar por completo su modelo de negocio, SiembraCo nos da un claro ejemplo de resiliencia, adaptabilidad e impacto.

### ¿Cómo surge SiembraCo?

Yuly Galindo y Camilo Ramos fundaron SiembraCo en 2020, en Colombia, con el objetivo de recortar la brecha entre los productores y el mercado. Buscaban apoyar con la vinculación comercial, asesoría técnica y sustentabilidad.

En Colombia, SiembraCo es una agtech cien por ciento digital, que conecta directamente a clientes (personas y empresas) con agricultores de pequeña y mediana escala.

Esta conexión se da desde la siembra hasta la entrega de la cosecha, por medio de “siembras virtuales”. Los clientes pueden sembrar virtualmente desde su celular: con un clic crean sus cultivos y el equipo de SiembraCo les asigna a los agricultores asociados que los harán realidad.

### Innovatech como parteaguas en el desarrollo de SiembraCo

SiembraCo llega a Innovatech con el firme propósito de replicar su modelo de negocio colombiano en Guatemala, donde se encargarán de materializar nuevos cultivos

virtuales a través de distintos grupos de productores, a los que SiembraCo les financia el paquete tecnológico, da asesoría, monitoreo y seguimiento de punta a punta en el proceso del cultivo.

Con el *grant* de Innovatech, SiembraCo tenía la oportunidad de formar su equipo de trabajo, abrir mercado, financiar a los productores a tasa 0% y adquirir los recursos materiales para concretarlo.

Los primeros pasos en Guatemala fueron firmes, logrando una vinculación fuerte con el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) como aliado estratégico. El trabajo se pensó directamente con uno de sus viceministerios: Viceministerio Encargado de Asuntos del Petén (VIPETEN).

El departamento de Petén es el departamento más extenso de Guatemala, el cual abarca una tercera parte del territorio nacional, con una población mayor a 600 mil habitantes, donde el agro es una de sus principales actividades económicas, junto a las artesanías y el turismo. En El Petén, más de 60% de la población vive en pobreza o pobreza extrema, de acuerdo con el “Marco Estratégico de Cooperación Para el Desarrollo Sostenible 2020-2025” de las Naciones Unidas para Guatemala.<sup>1</sup>

## Las primeras acciones en el campo de El Petén

A través del VIPETEN se generaron los primeros acercamientos con organizaciones productoras agrícolas a pequeña escala; cuatro de ellas se vincularon con SiembraCo para comenzar a producir frijol, cebolla, pimiento morrón y chile cobanero, para realizar los primeros pilotos de la solución en Guatemala. Se firmaron contratos individuales con 121 productores, en lo que se incluían el paquete tecnológico financiado por SiembraCo a tasa del 0%, asesoría técnica, monitoreo satelital y garantía de compra, con precios previamente pactados. Del lado comercial, se tuvieron los primeros vínculos con restaurantes y algunos otros clientes potenciales en la capital, quienes mostraron interés en comprar las cosechas.

## Los primeros retos, ¡vaya retos!

Al inicio, el clima no ayudó, las lluvias torrenciales generaron atrasos en el programa de actividades. Una vez iniciada la siembra, las cosas marchaban más o menos de acuerdo

---

<sup>1</sup> [Presentación de PowerPoint](#)

con lo programado; las visitas a campo se realizaron como estaban planeadas y el monitoreo satelital mostraba un avance significativo en el crecimiento de los cultivos. ¡Todo marchaba viento en popa!

Llegada la cosecha, el equipo de SiembraCo se llevó varias sorpresas; muchos de los productores estaban lejos de los resultados esperados, con cosechas muy por debajo de la estimación. Al indagar, el equipo de SiembraCo se percató de implementaciones de insumos fuera de lo establecido, falta de atención a las recomendaciones de cuidado de los cultivos e, incluso, con algunos de los miembros de las organizaciones productoras, incumplimientos sobre la venta de la cosecha, pactada en los respectivos contratos. Si bien varios productores superaron con creces las expectativas, SiembraCo no había contemplado la posibilidad de una producción tan baja, lo que en ese momento resultaba en un gran problema; sin embargo, con el paso del tiempo, fue una gran lección.

Tras la decepción con los resultados en tres de las cuatro organizaciones, Yuly y Camilo contemplaron la salida de SiembraCo de Guatemala. El *grant* comenzaba a terminarse y no tendrían el flujo esperado por falta de producto para vender, lo que les imposibilitaría financiar los paquetes tecnológicos futuros. Adicionalmente, el compromiso con los compradores potenciales no pudo cumplirse, al no tener ni el volumen ni la calidad pactada.

En esos momentos, Camilo expuso lo sucedido, tanto al equipo de Innovatech como al del VIPETEN. Buscaban, en conjunto, encontrar alguna solución y refrendar el compromiso de todas las partes con SiembraCo y su desarrollo en Guatemala; particularmente, en El Petén. Para el VIPETEN, lo sucedido generó un compromiso aún mayor de apoyar a SiembraCo en Guatemala, ya que estaban convencidos de que la solución ofrecida podría impactar a muchos de sus productores.

El poco producto que tuvieron, lo comenzaron a mover en el mercado local, con ventas directamente al consumidor, con cambaceo y empleando perifoneo para darse a conocer y evitar los costos de logística que implicaría llevar la mercancía a la capital. Fue así como obtuvieron uno de sus principales hallazgos: el mercado local del Petén, que estaba desatendido y los precios de mercado eran mucho mayores a los que SiembraCo aplicaba en sus productos agrícolas.

Un gran aprendizaje se dio cuando el equipo de SiembraCo comprendió las enormes diferencias que existen entre los ministerios de agricultura en Colombia y Guatemala.

En el primero, su labor era principalmente la generación de estadística sobre el agro; mientras que, el segundo, cumplía un rol mucho más cercano a los productores, con apoyos directos. Esto puso en contexto la complejidad que representaba para SiembraCo el implementar su modelo de negocio mediante un financiamiento, conservando el cero por ciento de interés, ya que los productores en Guatemala podían recibir apoyo gratuito del Estado, por lo que el modelo de negocio tenía que dar un giro.

### Un poco de ayuda nunca cae mal

A los pocos días, los representantes del VIPETEN compartieron una muy buena noticia que cambiaría por completo el sentir de Yuly y Camilo: requerían los servicios de SiembraCo para poder generar la trazabilidad de aproximadamente cien parcelas demostrativas. Los insumos para las parcelas los pondría en esta ocasión el MAGA; sin embargo, necesitaban saber qué resultados se obtenían de esos apoyos, información que, hasta esa fecha, nunca habían tenido.

Por ello, el equipo de SiembraCo se vinculó con las personas productoras responsables de dichas parcelas para darles apoyo tecnológico para control, trazabilidad y seguimiento de los cultivos, información que se compartió con el MAGA. Adicionalmente, SiembraCo se comprometió a comprar las cosechas a precios justos. Teniendo esto acordado, continuaron con el desarrollo del mercado local. Rentaron un almacén y adquirieron un vehículo para vender y entregar sus productos. Hoy en día, más de 900 personas productoras en Guatemala han sido beneficiadas por el modelo de SiembraCo, de las cuales más de 60% son mujeres, logrando en algunos casos ingresos 150% mayores a ciclos anteriores.

El buen desempeño de SiembraCo en El Petén los llevó a firmar un acuerdo de colaboración con el MAGA para trabajar en conjunto por los próximos tres años. Así, en muy poco tiempo, se revirtió una situación muy complicada. Encontraron el camino para desarrollar un nuevomodelo de negocio de SiembraCo en Guatemala y cerraron un ciclo de alto impacto, tanto para clientes como para productores, respetando al 100% su propuesta de valor:

*“En SiembraCo mejoramos las condiciones productivas de agricultores de pequeña escala. Nuestros clientes disfrutaban de cosechas saludables, frescas e impactando positivamente a los agricultores con los que trabajamos”.*

SiembraCo