MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

PLAN OPERATIVO
DEL CACAO
REGIÓN TUMBES

Noviembre 2006

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO
   - 2.1 Situación de la producción
   - 2.2 Situación de la gestión organizacional
   - 2.3 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves para la cadena de cacao de Tumbes.
   - 2.4 Situación de los mercados
   - 2.5 Evolución de la exportaciones
   - 2.6 La cadena de valor actual

3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DE CACAO

   Diamante de competitividad, FODA y Cadena de valor futura

4. MATRIZ DEL PLAN OPERATIVO DE CACAO

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

Relación de participantes en elaboración del documento

Equipo Consultor
Equipo Técnico

Índice de Cuadros y Gráficos

Cuadro N° 1 Producción de cacao en Grano en los principales países productores. 2000-2004
Cuadro N° 2 Producción de cacao (en TM.) en la Región Tumbes según provincias, 2001-2005
Cuadro N° 3 Dinámica del Mercado de cacao en sus diferentes presentaciones.
Cuadro N° 4 Principales países en el Mercado del cacao. Valor y participación % (promedio 2000-2004
Cuadro N° 5 Principales países importadores de cacao y sus preparaciones.
Cuadro N° 6 Principales países exportadores de cacao y sus preparaciones.
Cuadro N° 7 Exportaciones del Perú de cacao y sus preparaciones. Principales lugares de destino (2000/2004)
Cuadro N° 8 Dinámica de las importaciones de USA, Francia y Holanda, y sus proveedores en los principales mercados de destino de las exportaciones del Perú, 2000-2004
Cuadro N° 9 Dinámica de las importaciones de Venezuela, Bolivia y Ecuador, y sus proveedores en los principales mercados de destino de las exportaciones del Perú, 2000-2004
Cuadro N° 10 Dinámica de las importaciones de España, Bélgica, Italia, Bolivia y Chile, y sus proveedores en los principales mercados de destino de las exportaciones del Perú, 2000-2004

Gráfico N° 1 Área cosechada y producción Mundial de cacao en grano 2000-2004
Gráfico N° 2 Estructura del Mercado de cacao por participación de sus presentaciones. 2000/04
Gráfico N° 3 Estructura de la participación en el mercado del cacao de los principales países 2000-20004
Gráfico N° 4 Dinámica de las Importaciones del cacao y sus preparaciones.
Gráfico N° 5 Dinámica de las Exportaciones del Cacao y sus preparaciones.
Gráfico N° 6 Estructura de sus importaciones y exportaciones según partidas en los principales países. Distribución porcentual y valor. (2000/2004)
Gráfico N° 7 Perú. Evolución de exportaciones del cacao y sus derivados.

Siglas Utilizadas en el Plan Operativo de Cacao

AGROBANCO	Banco Agrario
ANPE	Asociación Nacional de Productores Ecológicos
APCI	Agencia Peruana de Cooperación Internacional
APPCACAO	Asociación Peruana de Productores de Cacao
APROCAT	Asociación Regional de Productores de Cacao de Tumbes
BCR	Banco Central de Reserva
CEPICAFÉ	Central Piurana de Cafetaleros
CERX	Comité Ejecutivo Regional Exportador
CICDA	Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola
CITEs	Centros de Innovación Tecnológica
CNC	Consejo Nacional de Competitividad
CONAM	Consejo Nacional del Ambiente
CONAPO	Comisión Nacional de Productos Orgánicos
CONCYTEC	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
DIGESA	Dirección General de Salud
DIRCETUR	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
DR Agraria	Dirección Regional de Agricultura
DR PRODUCE	Dirección Regional de Producción
DR de Educación	Dirección Regional de Educación
DR Transp. y Com.	Dirección Regional de Transporte y Comunicaciones
INIEA	Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria
Mesa de Trabajo	Mesa de Trabajo de Cacao de Tumbes
MINAG	Ministerio de Agricultura
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
M. RR.EE.	Ministerio de Relaciones Exteriores
MINSA	Ministerio de Salud
ONGs	Organizaciones No Gubernamentales
PIDECAFE	Programa Integral para el Desarrollo del Café
PRODUCE	Ministerio de la Producción
PRONAMACHCS	Programa Nacional de Manejo de Cuencas Hidrográficas y Conservación de Suelos
PROMPERU	Promoción del Perú
PROMPEX	Comisión para la Promoción de Exportaciones
SENASA	Servicio Nacional de Sanidad Agraria
SIICEX	Sistema Integral de Información de Comercio Exterior

INTRODUCCIÓN

La cadena del cacao es una de las más promisorias de la cartera de productos para la exportación de Tumbes. La demanda internacional viene creciendo rápidamente, pero requiere insumos de alta calidad y con características específicas, con determinados niveles de grasa y acidez que corresponden al llamado cacao fino y de aroma. Estas especificaciones del mercado son una oportunidad para la aun pequeña oferta de Tumbes, ya que sus características intrínsecas, derivadas de condiciones agroclimáticas y de variedad, corresponden al nivel de cacaos finos y de aroma.

Sin embargo, para poder aprovechar las oportunidades de mercado abordando el negocio exportador a mayor escala y de manera competitiva, es necesario formular e implementar un Plan Operativo del Cacao de Tumbes (en adelante el POP del Cacao) como una herramienta que complementa el Plan Estratégico Regional de Exportaciones – PERX, definiendo acciones específicas por parte del sector público y privado que están involucrados en el desarrollo de la actividad productiva y exportadora de este producto.

La formulación del POP del Cacao es el resultado de un proceso participativo en el que intervinieron un conjunto de agentes económicos y técnicos de la región, que concurren en el desarrollo de la competitividad del cacao en el departamento de Tumbes. En este proceso ha sido fundamental la participación de lo productores en el Taller realizado en el poblado Uña de Gato, en el que se identificó las potencialidades y limitaciones, se diseñó la cadena actual y la cadena futura, y se definieron las actividades a considerar en la matriz de planificación, cabe destacar la participación de la Dirección Regional Agraria, cuyos profesionales han contribuido no sólo con proporcionar información de base sino que también han participado en la redacción de parte del POP.

El presente documento comprende un análisis de la cadena de valor actual y su mercado internacional. Para el análisis de las exportaciones se utilizó la data de la Comisión para la Promoción de las Exportaciones PrompexStat y SUNAT/ADUANAS. Para el análisis del mercado internacional se recurrió a fuentes del sistema de información estadística comercial de la FAO (FAOSTAT), del Centro de Comercio Internacional y el United Nations Commodity Trade Statistics Database (Comtrade).

Para realizar el análisis de la capacidad competitiva de Tumbes como región exportadora del cacao en grano y sus derivados y, en función a los resultados, definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo, se aplicaron tres instrumentos que combinan tanto el diagnóstico situacional y prospectivo como las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena. Los dos primeros instrumentos, el Diamante de Competitividad y el FODA se complementaron con el diseño de la Cadena Futura del cacao, cuya proyección a diez años refleja tanto las aspiraciones de los actores regionales como los retos que deben de superar para alcanzar sus objetivos. De la comparación de la cadena actual y la cadena futura también se infieren estrategias y acciones que permitan pasar de la situación productiva, tecnológica, organizacional y comercial actual a la que se propone lograr para el año 2016.

CACAO – REGIÓN TUMBES

Nombre Comercial	Cacao
Nombre Científico	*Theobroma cacao*
Origen de la especie	Árbol originario de América del Sur, posiblemente de la amazonía de Colombia, Ecuador y Perú.
Características	Mazorca de 25 a 30 cm, contiene de 30 a 40 semillas que una vez secas y fermentadas son el cacao en grano. Las semillas son de color marrón rojizo en el exterior y están cubiertas de una pulpa blanca y dulce.
Nivel de Desarrollo en Tumbes	Nivel II : con oferta exportable regional incipiente y demanda internacional
Principales zonas de Producción en Tumbes	Provincia de Zarumilla (distritos de Aguas Verdes, Papayal y Matapalo) y de Tumbes (distritos de Tumbes, San Juan de la Virgen, Pampas de Hospital y San Jacinto)

Producción y rendimiento agrícola en Tumbes	En el 2005, la superficie cosechada fue 244 hectáreas, en su mayoría en pequeñas parcelas. El nivel de producción fue de 105 TM, lo que significa un rendimiento promedio de 0.43 TM por hectárea
Productores	277 productores (242 en la provincia de Zarumilla y 35 en la provincia de Tumbes)
Formas de presentación del cacao en Tumbes	Oferta Actual: cacao en grano Oferta Potencial: Manteca , pasta , licor y polvo de cacao
Usos	Ingredientes para la industria de alimentos, bebidas, cosméticos y productos farmacéuticos
Partidas arancelarias	1801001000: Cacao en grano, entero o partido, crudo 1802000000: Cáscara, películas y demás residuos de cacao. 1803100000: Pasta de cacao sin desgrasar 1803200000: Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente 1804000011: Manteca de cacao c/índice de acidez expresado en acido oleico<=1% 1804000012: Manteca de cacao c/índice de acidez expresado en acido oleico>1% pero<=1.65% 1805000000: Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.
Valor nutricional	El cacao tiene cerca de 18% de proteínas y más de 40% de grasa denominada manteca de cacao, la cual no eleva los niveles de colesterol, pues posee una composición diferente al de otras grasas sólidas, también porque contiene esteroles, los cuales pueden bloquear la absorción de colesterol. Además posee cualidades antioxidantes y estimula la circulación sanguínea y cerebral.
Oferta Actual y Potencial de Tumbes	El volumen producido en el 2005 fue 105 TM y en los últimos cinco años dicho volumen ha crecido a una tasa anual promedio de 30%
Envases de exportación	Grano seco: en sacos de yute de 63 kgs.
Planta de Procesamiento	Para el 2007 se pondrá en marcha la Planta Piloto de CEPICAFE en alianza con APROCAT, con el fin de obtener derivados del cacao para exportación.
Principales mercados de exportaciones directas e indirectas	Aunque no hay registros oficiales de ello, actualmente solo se exporta a Ecuador de manera informal mediante operaciones de comercio fronterizo Considerando la posibilidad de Tumbes de ofertar cacao fino y de aroma, los mercado objetivo son los países europeos, principalmente Suiza, Francia, Holanda, Alemania, España, Bélgica e Italia.
Valor de exportaciones	No se dispone de registros sobre el valor de las exportaciones realizadas a Ecuador.

Fuentes: (i) Promoción de exportaciones de Productos Agrícolas de la Selva. PROMPEX 1998, (ii) Gobierno Regional de Tumbes, (iii) Elaboración: Consorcio SASE-KIPU, noviembre 2006

2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

2.1 Situación de la producción.

La producción de cacao se concentra en los países tropicales y en los países en desarrollo, mientras que su consumo se da principalmente en los países desarrollados.

En el periodo 2000-2004 la producción mundial promedio de cacao en grano fue aproximadamente 3.4 millones de TM, que corresponde a la cosecha de 6.8 millones de Ha (ver Gráfico 1 y Cuadro 1). En dicho periodo, la producción de cacao ha crecido a una tasa promedio anual de 3.5%. Este lento crecimiento (en comparación con otros *commodities*) se explica por el estancamiento de la producción en Costa de Marfil (impactado por problemas políticos), Brasil y Malasia (condiciones climáticas desfavorables). En contraparte, países como Ghana, México, Indonesia, Camerún y Ecuador han experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años.

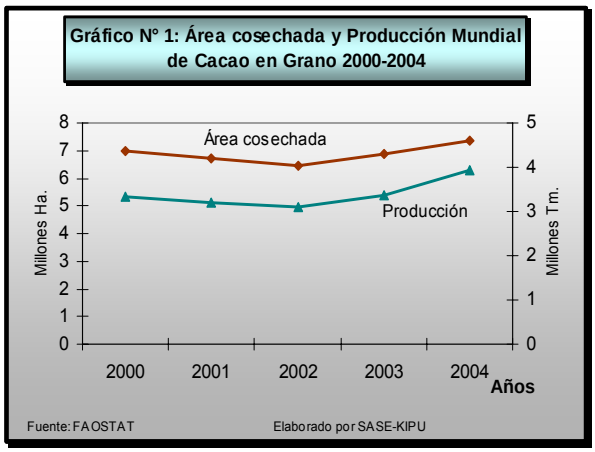
Si bien son 57 los países que producen cacao en grano, 13 de ellos (en su mayoría países tropicales de Africa y América) concentran el 97% de la producción mundial, y 4 (Costa de Marfil, Ghana, Indonesia y Nigeria) producen el 75% del total mundial. En América Latina, los principales países productores son Brasil, Ecuador, Colombia y México.

En relación a la productividad de cacao, varía según regiones: entre los países asiáticos la productividad promedio es de 0.8 TM / Ha, entre los de África 0.5 TM / Ha, y entre los de América apenas 0.3 TM / Ha.

Cuadro N°1: Producción de Cacao en Grano en los principales países productores. 2000-2004

País	2000 - 2004		
	Particip %	Crec % prom	Cant prom (t)
Costa de Marfil	38.8	-0.8	1,335
Ghana	14.0	13.8	480
Indonesia	13.6	8.0	467
Nigeria	10.2	2.2	349
Brasil	5.4	-1.0	185
Camerún	3.9	7.0	133
Ecuador	2.8	5.8	95
Turquía	1.9		65
Colombia	1.4	4.8	48
México	1.3	11.9	44
Dominicana, Rep.	1.3	6.1	46
Malasia	1.4	-17.7	49
Perú	0.7	2.6	25
otros	3.4		116
Mundo	100.0	3.5	3437

Fuente: FAO
Elaborado por SASE-KIPU



El 40% de la producción es afectada por enfermedades como la moniliasis y la escoba de la bruja. En los últimos años se ha logrado obtener variedades de cacao que destacan por su precocidad, productividad y resistencia a enfermedades, y como resultado se ha obtenido una mejor calidad de la almendra de cacao. Estas variedades están en proceso de transferencia en algunos países a través de programas de desarrollo.

En cuanto a la producción en el Perú, las 25,000 TM anuales representan solamente el 0.7% de la producción mundial. Las áreas cosechadas, en el periodo 2000 - 2004 crecieron a una tasa del 6.7% mientras que la producción lo hizo a una de 2.7%, lo que significa deterioro en los niveles de productividad.

La producción de cacao orgánico.

El cacao orgánico se produce bajo condiciones ambientalmente sostenibles, por lo general en zonas de bosques húmedos y, a diferencia del cacao convencional, se cultiva en asociación con otras especies vegetales y con sistemas de conservación de los ecosistemas propios de cada Región. Estos sistemas de producción permiten un mayor control de las enfermedades endémicas de los cultivos extensivos, pero generalmente tienen un menor rendimiento por hectárea.

Los principales productos derivados del cacao orgánico son los granos, el licor, la manteca y el polvo. Si bien la International Cocoa Organization (ICCO) no cuenta con datos oficiales sobre el porcentaje de cacao orgánico producido[1], las estimaciones de los pocos estudios que se han realizado al respecto oscilan entre 1% y 8% de la producción mundial, y con una tendencia claramente creciente (entre 30% y 40% anual en los últimos tres años).

Como los mercados para los productos orgánicos en los países en vías de desarrollo todavía son limitados, la mayoría de la producción de cacao orgánico se exporta a los países occidentales. Los productores más importantes son República Dominicana (51% de producción mundial), Madagascar (10%), Tanzania (9%), Uganda (5%) y Bolivia (5%). Además, existen varios países que cuentan con producción en proceso de conversión y certificación como Cuba, Brasil, Camerún, Costa de Marfil, Ecuador, Ghana, Guyana, Haití, Honduras, Indonesia, Panamá, Perú, Filipinas, Sao Tomé, y Togo.

En este proceso es importante reconocer que los productores de cacao africanos parecen tener mayores oportunidades porque el cacao africano convencional es valorado como de mejor calidad y puede constituir un elemento que limite el precio que se estaría dispuesto a pagar por el cacao orgánico de los países de América Latina.

El sector de cacao orgánico está definido por la producción debidamente certificada por una agencia autorizada en otorgar certificaciones orgánicas internacionalmente, las cuales permiten que los productos se coticen a mejores

[1] La dificultad de estimar la producción de cacao orgánico se debe a que muchos de los cultivos considerados como orgánicos no están certificados como tales.

precios y tengan una alta demanda de cacao en el exterior[2]. Algunas de los certificadores más importantes son:

- SKAL. Su sede central se ubica en Holanda, y este sello es requerido para el cacao orgánico y sus derivados, que se venden en Europa (EU), Estados Unidos (NOP) y Japón (JAS).
- OCIA. Su sede central se ubica en Estados Unidos, y este sello es requerido para el café orgánico que se vende en USA y Canadá.

Una de las ventajas más importantes de la certificación es la posibilidad de obtener un mejor precio por el producto. Así, si los granos de cacao convencional se venden a precio de bolsa, en el caso del cacao orgánico se vende a precio de bolsa + US$200, y en el caso del orgánico y certificado FLO (Comercio Justo) se vende a US$1,600 + US$ 200 + US$150.

La producción de cacao en la región Tumbes.

La producción de cacao en la región se ha venido incrementando durante el periodo 2001 – 2005 a una tasa anual promedio de 30%, hasta superar las 100 TM en el 2005.

Cuadro N° 2: Producción de cacao (en TM) en la Región Tumbes según provincias, 2001 - 2005

	2001	2002	2003	2004	2005
Provincia Tumbes	0	0	0	2.17	8.01
Provincia Zarumilla	36.68	59.58	78.23	93	97.39
Región Tumbes	36.68	59.58	78.23	95.17	105.4

Fuente: Dirección Regional Agraria Tumbes

En el 2005, el cultivo de cacao ocupó en la región 244 Ha, lo que significa (tomando en cuenta la producción de 105 TM) un rendimiento promedio de 0.43 TM / Ha. Dicho rendimiento es mayor en el caso de la provincia de Zarumilla (0.49 TM / Ha, considerando que son 199 Ha y 97 TM de producción) que en la de Tumbes (0.18 TM / Ha, considerando que son 45 Ha y 8 TM de producción.

Sin embargo, se observa una tendencia a mejorar la superficie en verde existente, el manejo agroecológico del cultivo, así como a realizar un adecuado tratamiento post cosecha. De esta manera se busca mejorar la calidad del producto e ingresar en las mejores condiciones al mercado internacional, con el consiguiente efecto positivo que permita mejorar los niveles de rentabilidad.

2.2 Situación de la gestión empresarial

Uno de los principales problemas que tienen que afrontar los productores cacaoteros es el de manejar unidades agrícolas muy pequeñas, que no les permiten desarrollar por sí solos economías de escala. En total, existen 277 productores (242 en Zarumilla y 35 en Tumbes), lo que hace un tamaño de tierra promedio de menos de 1 hectárea por productor. Aquí influye el marcado

[2] A nivel mundial, las primeras certificaciones se registraron en 1988, aunque en el Perú recién en el 2001.

individualismo de los productores y su desconfianza hacia cualquier práctica asociativa.

No obstante, recientemente se han organizado la asociación de Productores de Cacao de Tumbes–APROCAT, la misma que tiene afiliadas a 4 organizaciones de base y cuya perspectiva es lograr un espacio de concertación y gestión que apunten al desarrollo integral de la actividad cacaotera en la región.

Esta organización, con la asistencia de la ONG de Piura PIDECAFE y en alianza estratégica con CEPICAFE, organización de pequeños productores de café con exitosa experiencia exportadora, vienen gestionando los primeros embarques de grano seco fermentado de cacao, cumpliendo los estándares de calidad establecido por los importadores de destino (Suiza). Se exportará en sacos de yute color crema de 63 kilos marcados e identificados convenientemente. En los primeros años se exportará como cacao convencional y a partir del tercer año como orgánico.

También como producto de esta alianza, CEPICAFE viene gestionando la instalación de una planta piloto para el procesamiento del cacao, la que estaría operativa el año 2007. De esta manera, se obtendrán y exportarán derivados tales como manteca, pasta, licor, cascarilla y polvo de cacao, replicando la experiencia de otras organizaciones de pequeños productores agrarios de Huanuco y Cusco que actualmente exportan derivados del cacao.

2.3 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves de la cadena del cacao en Tumbes.

La proveeduría de los insumos se realiza directamente por los productores individuales a precios de mercado sea este en el nivel local, regional o en el País vecino de Ecuador.

En cuanto a los proveedores de servicios, los principales son los siguientes:

- Entidades públicas. el MINAG, SENASA, MINCETUR, MTC, Gobierno Regional, Gobiernos Locales, Universidad, proveen información, capacitación, asistencia técnica, sanidad, mejoramiento de la infraestructura vial y promoción a las exportaciones.

- Entidades privadas: ONGs como PIDECAFE, CICDA proveen asistencia técnica, capacitación e información.

- El servicio de infraestructura de riego y drenaje es deficiente, siendo vulnerable a la presencia de fenómenos naturales (precipitaciones pluviales) produciendo un buen hábitat para el desarrollo de plagas y enfermedades en el cultivo.
- Los servicios de telefonía e INTERNET son ofrecidos con un buen nivel de calidad.

Respecto a los corredores económicos, se distinguen básicamente tres:

- Zarumilla. Corredor de segundo orden, que permite el traslado del cacao desde Matapalo, Papayal, Aguas Verdes hacia el corredor de primer orden Panamericana Norte, con destino a Ecuador, Colombia y Venezuela.

- San Jacinto. Corredor de segundo orden, que permite el traslado del cacao desde San Jacinto, San Juan de la Virgen, Pampas de Hospital, Zarumilla, Aguas Vedes hacia Ecuador, Colombia y Venezuela.

- Tumbes. Corredor de segundo orden, que permite el traslado del cacao desde Matapalo, Papayal, Aguas Verdes, San Jacinto, Pampas de Hospital, San Juan de la Virgen hacia el corredor de primer orden Panamericana Sur, con destino a Chiclayo.

2.4 Situación y perspectivas de los mercados.

En el mercado internacional el cacao es considerado como un *commodity*, cuyo precio es fijado en las Bolsas de Londres y Nueva York. En los últimos años han surgido mercados especiales, como son el orgánico y el denominado comercio justo que, si bien aun son pequeños, pagan precios diferenciados en tanto el producto y la cadena productiva cumplan determinados requisitos.

Mercado del Cacao y sus preparaciones.
En el sistema armonizado, las partidas correspondientes a las diferentes presentaciones del cacao son:

- 1801. Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
- 1802. Cáscara, películas y demás residuos de cacao.
- 1803. Pasta de cacao, incluso desgrasada.
- 1804. Manteca, grasa y aceite de cacao.
- 1805. Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.
- 1806. Chocolate y demás preparaciones con cacao.

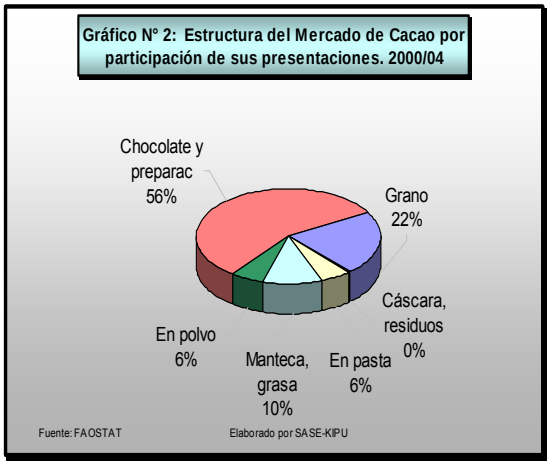
Para el periodo 2000-2004 (ver Cuadro N° 3), el promedio anual de valor del comercio (exportaciones + importaciones) de cacao a nivel mundial fue US$ 30,500 millones, y además se trata de un mercado dinámico que ha crecido en dicho periodo a una tasa promedio anual de 18%. Este crecimiento se ha dado para los seis tipos de presentaciones del cacao.

Como lo muestra el Gráfico N° 2, el mercado correspondiente a la partida 1806 (chocolate y demás preparaciones alimenticias con cacao) representa el 56% del valor total, y le sigue en importancia el cacao en grano (22%) y la manteca de cacao (10%).

Cuadro N° 3. Dinámica del Mercado de cacao en sus diferentes presentaciones.

Descripción		2000 - 2004		
		Tasa %crec	Partic %	Millones US$
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	21.6	22.0	6,593
1802	Cáscara, películas y demás residuos de cacao.	49.5	0.4	107
1803	Pasta de cacao, incluso desgrasada.	26.3	5.7	1,710
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao.	18.7	10.1	3,066
1805	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.	35.4	6.1	1,811
1806	Chocolate y demás preparaciones aliment con cacao.	13.8	55.8	17,202
	Total Mundo	17.7	100.0	30,489

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-Kipu Internacional



A pesar que el mercado de chocolate es el mayor consumidor de cacao, cada vez cobran mayor importancia los productos intermedios como el cacao en polvo y la manteca de cacao, por sus aplicaciones en cosméticos y especialmente en la salud (las grasas que proceden de la manteca de cacao contienen una gran proporción de ácido esteárico y además aportan compuestos fenólicos que contribuye a prevenir los trastornos cardiovasculares y la estimulación de las defensas del organismo).

El mercado cacaotero es altamente concentrado: 6 multinacionales (Hershey, Mars, Phillip Morris, Nestle, Cadbury Scheweppes y Ferrero) controlan el 80% del mercado mundial, y 5 empresas procesan el 70% del cacao

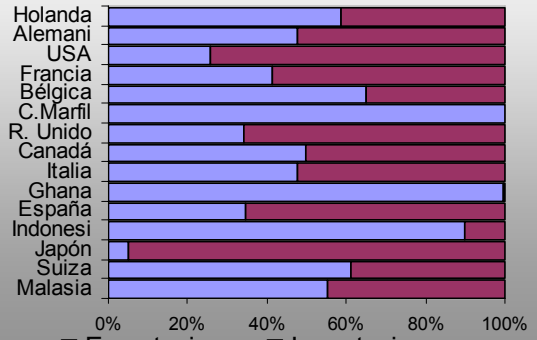
Países que participan en el mercado del Cacao y sus preparaciones.
En el mercado del cacao y sus preparaciones, como se muestra en el Cuadro N° 4, la participación de los 7 primeros países representa el 57% del total. Este grupo de países que dominan el mercado, con excepción de Costa de Marfil, son países desarrollados como Holanda, Alemania y Estados Unidos. Perú solamente participa en el 0.1% de este mercado.

Cuadro N° 4: Principales países en el Mercado del Cacao. Valor y participación % (promedio 2000-2004)

País	Export mills US$	Import mills US$	Total mills US$	Mdo Partic%
Holanda	1,802	1,277	3,079	10.1
Alemania	1,447	1,599	3,046	10.0
Estados Unidos	697	2,020	2,717	8.9
Francia	1,117	1,574	2,691	8.8
Bélgica	1,378	745	2,123	7.0
Costa de Marfil	1,965	0.5	1,965	6.4
Reino Unido	550	1,065	1,615	5.3
Canadá	588	588	1,176	3.9
Italia	422	463	886	2.9
Ghana	623	1.4	624	2.0
España	204	384	588	1.9
Indonesia	521	60	581	1.9
Japón	28	518	546	1.8
Suiza	318	202	520	1.7
Malasia	269	219	488	1.6
Perú	21	8.5	29	0.1
otros	3,192	4,622	7,814	25.6
Total Mundo	15,142	15,348	30,489	100.0

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-Kipu Internacional

Gráfico N° 3: Estructura de la participación en el mercado del cacao de los principales países. 2000-2004



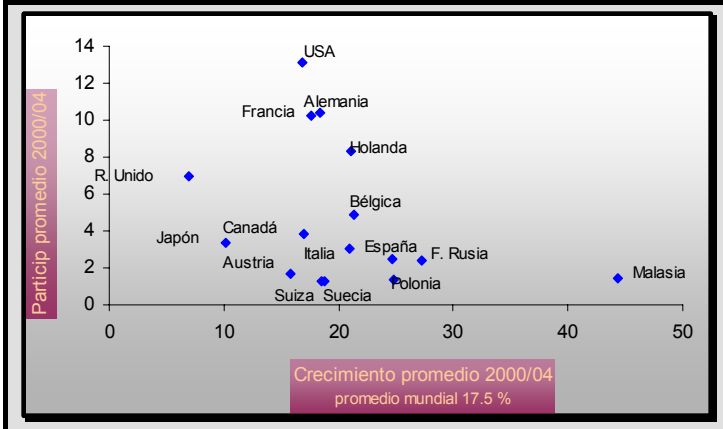
Como importadores netos destacan Estados Unidos, Japón, Reino Unido y España, quienes importan principalmente chocolates y cacao en grano. En cambio, Costa de Marfil, Ghana e Indonesia son netos exportadores en el mercado de cacao y sus preparaciones, especialmente en el caso de las exportaciones de cacao en grano; mientras que Holanda y Suiza también son netos exportadores aunque su rubro más importante es el de las exportaciones de chocolate (partida 1806).

En el caso de Malasia y Perú, ambos mantienen una estructura similar en su participación en el mercado del cacao, siendo su rubro más importante el de las exportaciones de manteca y grasa de aceite (partida 1804).

Dinámica de las importaciones mundiales

Las importaciones del cacao y sus presentaciones en el mundo bordean los US$ 15,000 millones, y durante el periodo 2000 – 2004 han crecido a una tasa mucho mayor (17.5%) que la producción (3.5% anual). Son 18 los principales países importadores, algunos desarrollados y otros emergentes como Rusia, Malasia, Polonia y México, pero todos (ver Gráfico 4) han crecido a tasas superiores al 10%.

Gráfico N° 4: Dinámica de las Importaciones del Cacao y sus preparaciones



Fuente: COMTRADE
Elaboración: SASE-KIPU

El 54% de la demanda de cacao y sus presentaciones es absorbido por 6 países, siendo Estados Unidos quien ocupa el primer lugar con 2,000 millones de dólares (13% del total, y una tasa promedio de crecimiento de 17%), seguido de Alemania, Francia, Holanda, Inglaterra y Bélgica que crecen a tasas similares que Estados Unidos.

Considerando el mejoramiento de los ingresos y del nivel de vida en los países desarrollados, la demanda tiende cada vez más a requerir insumos de alta calidad y con características específicas, con denominación de origen, determinados niveles de grasa, acidez, etc., evidenciando así una preferencia por el cacao fino.

Principales países importadores.

Considerando únicamente los tres países importadores por cada presentación del cacao (ver Cuadro N°5) el análisis de las importaciones sugiere lo siguiente:

- La demanda en valor de chocolate y demás preparados de cacao es la más alta, representando US$ 8,400 millones, es decir, el 54% del total de la demanda de cacao y sus preparaciones. Es más del doble que el valor de cacao en grano (US$ 3,600 millones), cinco veces lo correspondiente a manteca de cacao (US$ 1,600 millones), y cuatro veces el valor del cacao en polvo y la pasta de cacao (US$ 1,800 millones). Sin embargo, las importaciones de este rubro crecen a una tasa menor que la de los otros rubros.

- La partida 1802 (cáscara, películas y demás residuos de cacao) representa apenas US$ 26 millones y, sin embargo, es el rubro que junto con el cacao en polvo crecen con la tasa mas alta (34%).

- La manteca de cacao, el cacao en grano y la pasta de cacao crecen en el periodo con tasas promedio anuales de 18, 21 y 27% respectivamente.

- A pesar de las diferencias entre rubros, las importaciones de todas las partidas crecen con tasas dinámicas.

- Estados Unidos es el país que importa todos los rubros de cacao. Es el primer importador de cacao en polvo, el segundo importador de cacao en grano, de manteca de cacao y de chocolate.

- Alemania es el segundo país importador más importante y demanda en cuatro rubros: manteca de cacao (primer comprador), cacao en polvo (segundo), chocolates y cacao en grano (tercero en ambos casos).
- Holanda es el tercer país importador, con presencia en tres rubros: cacao en grano (primer importador), cáscara de cacao (segundo) y pasta de cacao (tercero).

Cuadro N° 5. Principales países Importadores de Cacao y sus preparaciones.

Producto	Importaciones 2000/2004			
	País	(millones US$)	Part (%)	Crec Prom
1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.				
	Total Mundo	**3,563.6**	**100.0**	**20.6**
	Holanda	661.4	18.6	18.4
	Estados Unidos	583.9	16.4	15.4
	Alemania	332.1	9.3	19.2
1802 Cáscara, películas y demás residuos de cacao.				
	Total Mundo	**26.2**	**100.0**	**34.1**
	España	6.2	23.7	28.6
	Holanda	4.4	16.7	58.2
	China	4.0	15.3	46.4
1803 Pasta de cacao, incluso desgrasada.				
	Total Mundo	**900.5**	**100.0**	**27.1**
	Francia	160.5	17.8	22.2
	Estados Unidos	97.2	10.8	25.7
	Holanda	82.7	9.2	20.8
1804 Manteca, grasa y aceite de cacao.				
	Total Mundo	**1,588.5**	**100.0**	**18.2**
	Alemania	232.8	14.7	14.2
	Estados Unidos	216.9	13.7	12.1
	Bélgica	158.5	10.0	16.2
1805 Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.				
	Total Mundo	**894.3**	**100.0**	**34.0**
	Estados Unidos	192.7	21.5	31.0
	Alemania	72.8	8.1	41.3
	Francia	56.9	6.4	55.4
1806 Chocolate y demás preparaciones alimentos con cacao.				
	Total Mundo	**8,374.4**	**100.0**	**13.7**
	Francia	956.7	11.4	13.9
	Estados Unidos	928.0	11.1	15.7
	Alemania	892.4	10.7	15.9

Fuente: COMTRADE
Elaborado por SASE-KIPU

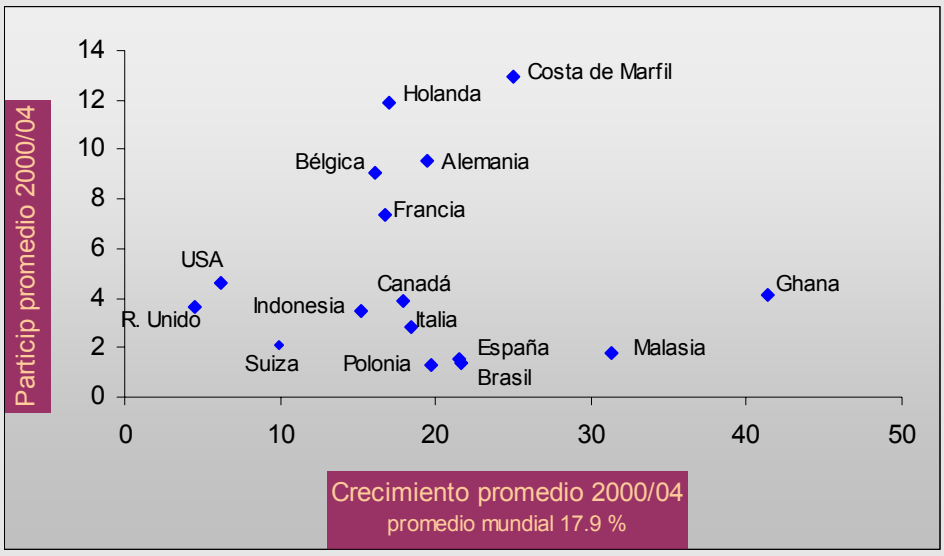
2.5. Evolución de las Exportaciones.

Dinámica de las exportaciones mundiales de cacao y sus preparaciones.
En el periodo 2000-2004 las exportaciones crecieron a una tasa anual promedio de 18%. El 51% de estas exportaciones fueron cubiertas por 6

países (4 desarrollados que participaron sobretodo con chocolates y 2 subdesarrollados que aportaron a las exportaciones con cacao grano).

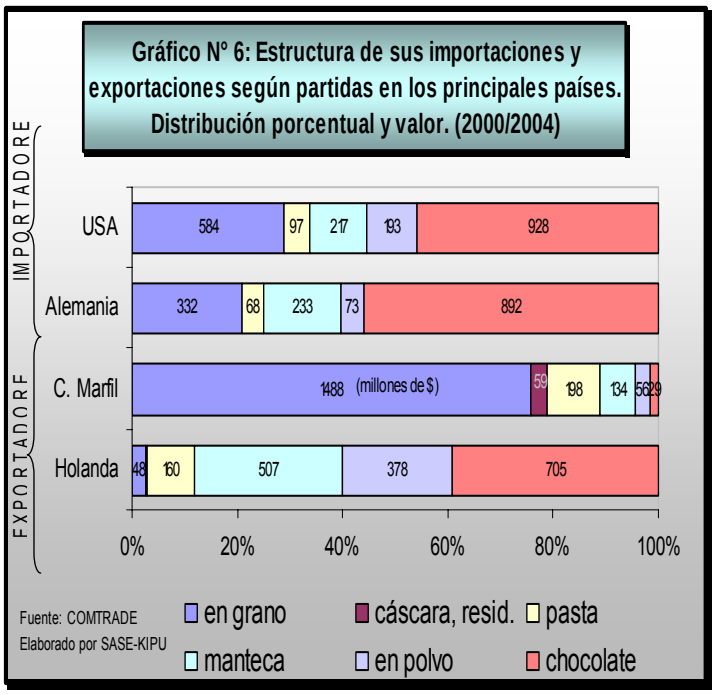
Las exportaciones de cacao y sus preparaciones fueron encabezadas por Costa de Marfil que participó con el 13 % en cacao en grano (y con una tasa de crecimiento de 25%), seguido por Holanda, Alemania, Bélgica y Francia que participaron sobretodo con la exportación de chocolates y con tasas entre el 16 y 20%. Otros países que crecieron a tasas elevadas fueron Ghana (41%), Malasia (31%), Brasil y España (ambos con 22%). En cambio, países como Estados Unidos e Inglaterra tuvieron una baja participación como exportadores y además sus tasas de crecimiento fueron pequeñas (entre 3% y 4%).

Gráfico N° 5. Dinámica de las Exportaciones del Cacao y sus preparaciones



Fuente: COMTRADE
Elaborado por SASE-KIPU

Para mostrar las diferencias y visualizar las oportunidades se presenta en el Gráfico N° 6 la estructura de las importaciones y exportaciones de los dos países más importantes en cada una de las partidas. Las características se pueden resumir en:



- Los países importadores que son desarrollados demandan sobretodo chocolates, y en menor medida cacao en grano y manteca de cacao. En muy pocos volúmenes demandan los otros tipos de preparaciones de cacao como la pasta y la cáscara.

- Los países exportadores se pueden clasificar en dos grupos: los que exportan materias primas o el cacao en grano (por ejemplo, Costa de Marfil) y los que exportan productos elaborados del cacao grano sobretodo chocolates (por ejemplo, Holanda).

Principales países exportadores.

Las exportaciones de cacao y sus preparados (según partidas) y los principales países exportadores en cada uno de ellos se presentan en el Cuadro N° 6.

- El rubro que tiene mayor valor en las exportaciones es el de chocolates que representa casi US$ 9 mil millones y significa el 58% del negocio de cacao y sus preparaciones. Es tan grande que representa tres veces las exportaciones de cacao en grano, seis la de manteca de cacao y nueve la de pasta y cacao en polvo juntos. Sin embargo es la partida que crece menos que el resto (14%).

- La partida cáscara de cacao representa los valores más bajos pero su crecimiento en el periodo ha sido el más dinámico (56%).

- El valor de las exportaciones de cacao en polvo ha evolucionado en el periodo con tasas muy dinámicas de 37%; mientras que la pasta de cacao, el cacao en grano y la manteca de cacao lo han hecho a una tasa de 19%.

- El análisis por países muestra que Costa de Marfil es el país exportador mas importante: primero en cacao en grano (US$ 1,500 millones) y en

cáscara y películas además de pasta de cacao (US$ 198 millones), y tercero en manteca de cacao (US$ 134 millones).

- Alemania es el segundo país importante (sobretodo en chocolates y demás preparados alimenticios de cacao con casi US$ 1400 millones), seguido de Bélgica (en el mismo rubro de chocolates), Holanda (primero en manteca de cacao y cacao en polvo) y Francia (primero en pasta de cacao y segundo en manteca de cacao y cacao en polvo)
- Ghana figura como el segundo exportador de cacao en grano, Indonesia es el tercero en este mismo producto y Malasia es también el tercero en la exportación de cáscara de cacao.

Las empresas que participan en el mercado de productos de cacao para la confitería de chocolates y otras industrias de alimentos están concentradas y en permanente fusión, destacando Archer Daniels, Midland, Cargill, Barry, Callebaut, Nestle quienes entre todas concentran el 50% de la molienda de cacao.

Holanda, Francia, Costa de Marfil, Malasia e Indonesia no solamente comercializan sino que han desarrollado una industria procesadora de granos y productos de manteca de cacao con capacidad para competir en el mercado mundial de procesados.

Cuadro N° 6:Exportaciones 2000/2004			
País	(millones US$)	Part (%)	Crec Prom
1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.			
Total Mundo	**3,029.7**	**100.0**	**22.8**
Costa de Marfil	1,488.4	49.1	21.6
Ghana	533.0	17.6	44.3
Indonesia	361.2	11.9	14.3
1802 Cáscara, películas y demás residuos de cacao.			
Total Mundo	**80.8**	**100.0**	**56.2**
Costa de Marfil	59.4	73.5	65.3
Ghana	5.0	6.2	15.8
Malasia	4.8	6.0	153.8
1803 Pasta de cacao, incluso desgrasada.			
Total Mundo	**809.4**	**100.0**	**25.6**
Costa de Marfil	198.3	24.5	25.6
Holanda	159.5	19.7	33.5
Francia	74.8	9.2	39.1
1804 Manteca, grasa y aceite de cacao.			
Total Mundo	**1,477.1**	**100.0**	**19.2**
Holanda	506.6	34.3	17.3
Francia	189.4	12.8	14.2
Costa de Marfil	134.2	9.1	32.5
1805 Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.			
Total Mundo	**916.4**	**100.0**	**36.8**

Holanda	378.5	41.3	33.2
Francia	76.7	8.4	38.7
Costa de Marfil	55.7	6.1	67.8
1806 Chocolate y demás preparaciones aliment con cacao.			
Total Mundo	**8,828.0**	**100.0**	**13.8**
Alemania	1,355.6	15.4	18.9
Bélgica	1,240.0	14.0	14.5
Francia	764.3	8.7	14.1
Fuente: Comtrade Elaborado por SASE-KIPU			

Exportaciones de cacao orgánico.

La creciente conciencia de la población frente al consumo de productos que podrían contener residuos de agroquímicos, dioxinas u organismos genéticamente modificados, así como la preocupación por el medio ambiente han ido favoreciendo una demanda creciente por productos orgánicos. Existen mercados especiales para los productos orgánicos y de comercio justo, los cuales son pequeños y especializados y manejan precios diferenciados respecto de los convencionales.

La actual tendencia a consumir productos de alto valor nutritivo está empujando a las grandes empresas transnacionales de la alimentación a elaborar nuevas presentaciones en base a productos orgánicos. En esa línea, los solubles de cacao como los chocolates son alimentos de un alto poder energético ya que están compuestos de grasas, carbohidratos y proteínas, por lo que las empresas que elaboran chocolates están tendiendo a utilizar como insumo el cacao orgánico y a pagar un plus por TM.

Además, la industria cosmética para elaborar cremas humectantes y jabones, la industria farmacéutica, la industria de alimentos de productos snack y de alimentos funcionales, empiezan a preferir como insumo a los derivados de cacao orgánico.

Para poder exportar los productos como "orgánicos" a los mercados, especialmente a la Unión Europea, se requiere de certificación. Actualmente, la certificación para la exportación de productos orgánicos de los países en vías de desarrollo está siendo emitida por instituciones de certificación de los países importadores. Sin embargo, las certificadoras internacionales vía la contratación de inspectores locales están reduciendo los costos, que se estima oscila entre US$1,000 y US$10,000[3].

Existe poca información disponible sobre los precios para los productos orgánicos. No obstante, por lo general los precios de los productos orgánicos son más altos que los productos convencionales debido a costos de producción más elevados por un mayor uso de mano de obra e insumos. En algunos países, la menor oferta y el costo adicional de la distribución contribuyen a elevar el precio.

[3] Los costos de conversión solo son recuperados después de que las primeras cosechas se han vendido como orgánico. Para muchos productores, los costos de certificación constituyen una barrera para acceder al mercado internacional de productos orgánicos.

La diferencia de precios entre los productos convencionales y orgánicos generalmente varía entre el 15% y 25%, dependiendo del tipo y calidad de producto y la situación del mercado. Las diferencias de los precios que se pagan en los países de la Unión Europea son grandes, en Suecia pagan los precios más bajos a los productos orgánicos, mientras que en Alemania se pagan los precios más altos. Algunos estudios señalan que un premio de 200 US$ por TM. de cacao orgánico es el límite mínimo para continuar con las exportaciones de este producto.

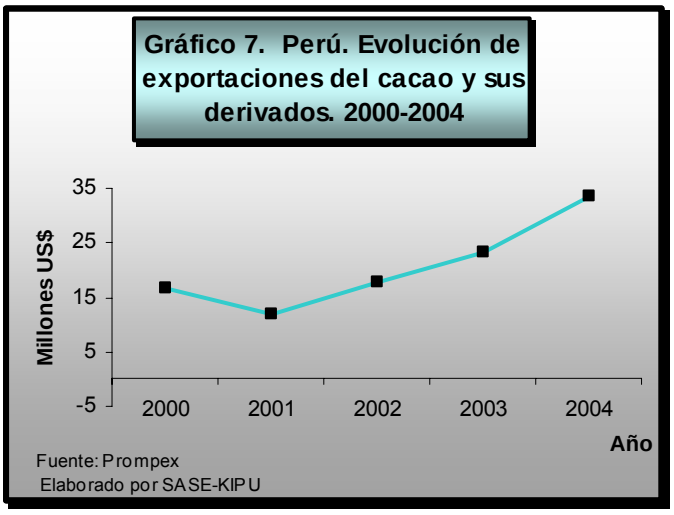
Para la fabricación de chocolates más finos y de aroma y con mayor porcentaje de cacao orgánico, los importadores de Alemania y Holanda buscan asegurar la calidad del producto desarrollando articulaciones con los productores de cacao orgánico de los países en vías de desarrollo. Las transnacionales están buscando proveerse de manera sostenida de cacao de calidad invirtiendo en proyectos con grupos de agricultores. Así, Nestlé ha desarrollado centros de investigación en procesos productivos, Hershey´s participa en un programa de cacao sostenible de la ICCO y Mar´s tiene proyectos productivos en Vietnam. El referente más cercano es el apoyo que la Una organización de importadores de cacao de Alemania le viene brindando a Ecuador para desarrollar su oferta de cacao fino y de aroma.

El acercamiento de los importadores constituye una oportunidad de acceso a los mercados internacionales para las organizaciones de pequeños agricultores. En el caso peruano, los diversos acuerdos comerciales en proceso de suscripción con Estados Unidos, la Unión Europea y países asiáticos, representan una oportunidad de posicionarse en el mundo como un país de productos orgánicos.

Exportaciones de cacao en el Perú.

En el Perú la exportación del cacao y sus derivados han crecido durante el período 2000-2004 a una tasa promedio anual de 23%. (Ver Gráfico 7)

Gráfico 7. Perú. Evolución de exportaciones del cacao y sus derivados. 2000-2004



Asimismo, como se observa en el Cuadro 7, la manteca, grasa y aceite de cacao es el rubro de mayor importancia en las exportaciones, ya que representa el 60% de las exportaciones totales y crece a una tasa del 30%. Le sigue en importancia las exportaciones de chocolates (partida 1806) que representan el 25% del total, pero que durante el período 2000 – 2004 desacelera su crecimiento en –1%.

Existen rubros que se muestran muy dinámicos a pesar de su poca importancia relativa en el total de exportaciones. Así, las exportaciones de cacao en grano

representan solamente el 4% de las exportaciones totales, aunque crecen a una tasa de 177%. Por su parte, la pasta de cacao y el cacao en polvo representan juntas el 11% de las exportaciones y crecen con tasas de 45% y 39% respectivamente.

Estados Unidos es el principal mercado de destino de las exportaciones de cacao del Perú (ver Cuadro N°7) ya que el 29% de las exportaciones peruanas se dirigen a este mercado. Holanda y Francia son también mercados importantes, que concentran el 15% y 14% respectivamente.

Según rubros, la manteca, grasa y aceite de cacao se destina principalmente a Estados Unidos (el 45%) y el resto a Francia y Holanda. En cambio, tanto el chocolate como el cacao en polvo tienen como principal destino los países sudamericanos: en el caso del chocolate, el 48% se exporta a Venezuela, 14% a Bolivia y el 5% a Ecuador; mientras que las exportaciones de cacao en polvo se dirigen principalmente a Bolivia (47%) y Chile (31%).

Por último la pasta de cacao y cacao en grano tienen como principal destino países europeos. España es el destino del 63% de las exportaciones de pasta de cacao, seguido de Alemania con 13%. Para las exportaciones del cacao en grano Italia, Bélgica y España son los principales lugares de destino, captando el 32%, 30% y 25% respectivamente.

Cuadro N° 7: Exportaciones del Perú de Cacao y sus preparaciones. Principales lugares de destino (2000/2004)

Producto		Exportaciones 2000/2004			Países de Destino (%)		
		(miles US$)	Part (%)	Crec Prom	1	2	3
Total cacao y sus preparaciones		**20,621**	**100**	**23**	**USA (29%)**	**Francia (15%)**	**Holanda (14%)**
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao.	12,295	60	30	USA (45%)	Francia (25%)	Holanda (21%)
1806	Chocolate y demás preparac alimenticias con cacao.	5,214	25	-1	Venezuela (48%)	Bolivia (14%)	Ecuador (5%)
1803	Pasta de cacao, incluso desgrasada.	1,468	7	45	España (63%)	Alemania (13%)	Holanda (7%)
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	870	4	177	Italia (32%)	Bélgica (30%)	España (25%)
1805	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.	772	4	39	Bolivia (47%)	Chile (31%)	Alemania (7%)
1802	Cáscara, películas y demás residuos de cacao.	2	0.01		Argentina (99%)		

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-KIPU

Una parte de la exportación del cacao y sus preparaciones corresponde a cacao orgánico certificado, que provienen de las principales organizaciones de productores de cacao que cuentan con certificación orgánica. Destaca el perfil exportador de la CAC El Naranjillo con sede en la región Huanuco, que produce manteca y pasta de cacao con certificación orgánica para la

exportación. En el año 2005 exportó manteca y pasta de cacao orgánico por un valor de US$ 2.2 millones.

La exportación de cacao orgánico y sus preparaciones representa una oportunidad para las organizaciones de productores de cacao, la cual se podría aprovechar más eficientemente si las organizaciones se incorporan al comercio justo, que precisamente premia aún más si el producto es orgánico.

Los competidores del Cacao peruano en sus principales mercados de destino.

Las importaciones de manteca de cacao de los Estados Unidos durante el período 2000-2004 en promedio fueron por un valor de US$ 217 millones y crecieron a una tasa anual del 12%. Malasia, Indonesia y Brasil son los principales proveedores de Estados Unidos y entre los tres países cubren el 63% de su demanda. Perú cubrió solamente el 2.1% de dicha demanda, y además las importaciones provenientes de nuestro país decrecieron a una tasa promedio anual del –18% durante el período.

Los mercados de Francia y Holanda muestran durante el período un gran dinamismo, crecieron a tasas de 21% y 34% respectivamente, siendo Costa de Marfil su principal proveedor ya que aporta el 37% de las importaciones de manteca, grasa y aceite de cacao (partida 1804) en ambos países. La participación de las importaciones desde el Perú es del 3% en el caso de Francia y 2% en Holanda, aunque, a diferencia de lo que ocurre con Estados Unidos, en ambos países las importaciones provenientes del Perú han crecido a tasas muy altas (92% en Francia y 157% en Holanda).

Cuadro Nº 8. Dinámica de las importaciones de USA, Francia y Holanda, y sus proveedores en los principales mercados de destino de las exportaciones del Perú, 2000-2004

Valores e Indicadores	Mercado de destino	Países proveedores				
		1	2	3	4	Perú
	USA	Malasia	Indonesia	Brasil	China	Perú
Millones us$	216.9	55.9	43.7	36.1	13.5	4.6
Particip %	100.0	25.8	20.2	16.7	6.2	2.1
Crec % Prom	12.1	19.6	7.4	23.4	-0.2	-18.1
	Francia	Costa de Marfil	Indonesia	Holanda	Malasia	Perú
Millones us$	157.3	58.5	19.0	17.9	8.9	5.1
Particip %	100.0	37.2	12.1	11.4	5.6	3.2
Crec % Prom	21.3	9.3	33.4	16.0	132.7	91.5
	Holanda	Costa de Marfil	Brasil	Malasia	Indonesia	Perú
Millones us$	116.1	43.4	13.1	12.1	10.2	2.1
Particip %	100.0	37.4	11.3	10.4	8.8	1.8
Crec % Prom	33.8	81.2	35.2	13.3	2.6	157.5

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-KIPU

En el rubro de chocolates (partida 1806) las importaciones anuales de Venezuela son alrededor de los 20.5 millones de dólares, y sus principales proveedores son Colombia, Estados Unidos, Chile y Perú. Las importaciones procedentes del Perú representan el 12.4% y se han incrementado con tasas moderadas (2.3%).

En el caso de Bolivia, se trata de un mercado en retroceso (-1.1%) y las importaciones procedentes del Perú también han decrecido (-9%). En cambio, Ecuador es un mercado pequeño pero muy dinámico, cuyo principal abastecedor es Colombia, mientras que Perú solamente le cubre el 3% de su demanda, aunque su aporte en el período 2000-2004 ha crecido significativamente a una tasa promedio anual de 287%.

Cuadro N° 9: Dinámica de las importaciones de Venezuela, Bolivia y Ecuador, y sus proveedores en los principales mercados de destino de las exportaciones del Perú, 2000-2004

Valores e Indicadores	Mercado de destino	Países proveedores				
		1	2	3	4	Perú
	Venezuela	Colombia	USA	Chile	Brasil	Perú
millones US$	20.5	3.8	3.5	3.4	1.2	2.6
Particip %	100.0	18.8	17.0	16.6	5.9	12.4
Crec % Prom	0.9	62.0	-20.8	2.1	7.6	2.3
	Bolivia	Brasil	Chile	Argentina	Reino Unido	Perú
millones US$	4.9	1.5	1.3	0.7	9.9	0.8
Particip %	100.0	30.2	25.5	13.8	100.0	15.2
Crec % Prom	-1.1	8.8	-9.8	-7.5	54.3	-9.0
	Ecuador	Colombia	Chile	Argentina	USA	Perú
millones US$	9.9	4.5	1.6	1.3	0.9	0.3
Particip %	100.0	45.5	16.0	13.1	8.7	2.7
Crec % Prom	54.3	50.3	35.1	78.6	37.3	286.6

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-KIPU

Para los demás rubros, Perú es un importante abastecedor solo en el caso de la pasta de cacao y cacao en polvo (ver Cuadro 10). En cacao en polvo, es el principal abastecedor del mercado de Bolivia y tiene como competidores el mercado de España y Ecuador. Y en pasta de cacao, Perú abastece al mercado de España ocupando el 10% y habiendo crecido a una tasa del 46%, pero en este caso sus competidores son los grandes países productores de cacao como Costa de Marfil e Indonesia. El mercado de España es un mercado dinámico que representa una oportunidad para el Perú ya que está creciendo con una tasa del 40%.

Finalmente, en cacao en grano Perú no es un abastecedor importante de los actuales países de destino como Bélgica e Italia, quienes se abastecen de países más cercanos como Costa de Marfil y Ghana.

Cuadro N° 10. Dinámica de las importaciones de España, Bélgica, Italia, Bolivia y Chile, y sus proveedores en los principales mercados de destino de las exportaciones del Perú, 2000-2004						
Valores e Indicadores	Mercado de destino	Países proveedores				
		1	2	3	4	Perú
Producto:	**1803 Pasta de cacao, incluso desgrasada.**					
	España	Costa de Marfil	Indonesia	Malasia	Ghana	Perú
millones US$	58.3	20.7	16.1	6.2	6.0	6.0
Particip %	100.0	35.5	27.7	10.7	10.4	10.4
Crec % Prom	39.4	26.3	55.6	51.5	45.6	45.6
Producto:	**1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.**					
	Bélgica	Costa de Marfil	Nigeria	Ghana	Camerun	Perú
millones US$	191.4	95.5	41.5	20.3	6.9	0.1
Particip %	100.0	49.9	21.7	10.6	3.6	0.0
Crec % Prom	33.1	33.5	21.8	47.8	196.5	
	Italia	Costa de Marfil	Ghana	Ecuador	Nigeria	Perú
millones US$	110.8	51.1	26.9	7.2	6.4	0.3
Particip %	100.0	46.1	24.3	6.5	5.8	0.3
Crec % Prom	15.0	14.0	17.7	17.6	43.4	116.7
Producto:	**1805 Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.**					
	Bolivia	España	Ecuador	Holanda	Brasil	Perú
millones US$	1.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.4
Particip %	100.0	22.6	18.2	13.1	9.3	34.3
Crec % Prom	31.1	39.1	14.7	35.9	62.2	39.4
	Chile	Ecuador	Brasil	España	Holanda	Perú
millones US$	9.4	3.9	2.0	0.9	0.8	0.2
Particip %	100.0	41.9	21.3	9.3	8.6	2.3
Crec % Prom	25.8	18.8	24.9	7.8	13.9	15.3
Fuente: Comtrade Elaborado por SASE-Kipu Internacional						

Exportaciones de cacao de la región Tumbes.

Más del 95% de la producción de la región se vende en estado fresco a los acopiadores que recorren la zona, quienes, luego de secar el grano, lo comercializan en el mercado nacional (principalmente Chiclayo) o en la frontera con Ecuador.

No hay registros oficiales de exportación de cacao desde la Región Tumbes, porque las escasas experiencias de venta internacional (hacia Ecuador) se realizan informalmente con la modalidad de comercio hormiga y pacotilla, lo que no se registra en las Declaraciones Únicas de Aduana, fuente de las estadísticas de exportación.

En relación al precio de venta del producto en el mercado nacional, éste es bajo, alcanzando un promedio de S/. 1.50 en grano fresco y S/ 3.50 en grano seco. La alternativa de APROCAT con CEPICAFE, va a permitir que Tumbes inicie sus exportaciones, inicialmente de cacao convencional y posteriormente

de cacao orgánico, para obtener mejores precios. Como se mencionó en los mercados internacionales, el Comercio Justo fija en US$1,600 la TM y un premio de US$150 adicionales, accesible a las pequeñas organizaciones, más aún considerando las características del caco de Tumbes en cuanto a su aroma.

2.6 La cadena de valor actual del cacao de Tumbes.

El análisis con el enfoque de cadenas permite evaluar la competitividad tomando conocimiento de manera ordenada sobre las etapas, agentes económicos y procesos de producción y distribución de un determinado producto o línea productiva. Para efectos del POP del Cacao, se realiza el análisis a partir de los agentes económicos, identificándolos y ordenando secuencialmente su interrelación. Son tres los tipos de actores que se identifican:

- Los agentes económicos de las etapas de producción (eslabones primarios) y transformación o acondicionamiento (eslabones secundarios) del producto.
- Los canales de distribución (eslabones terciarios)
- Los consumidores intermedios y finales.

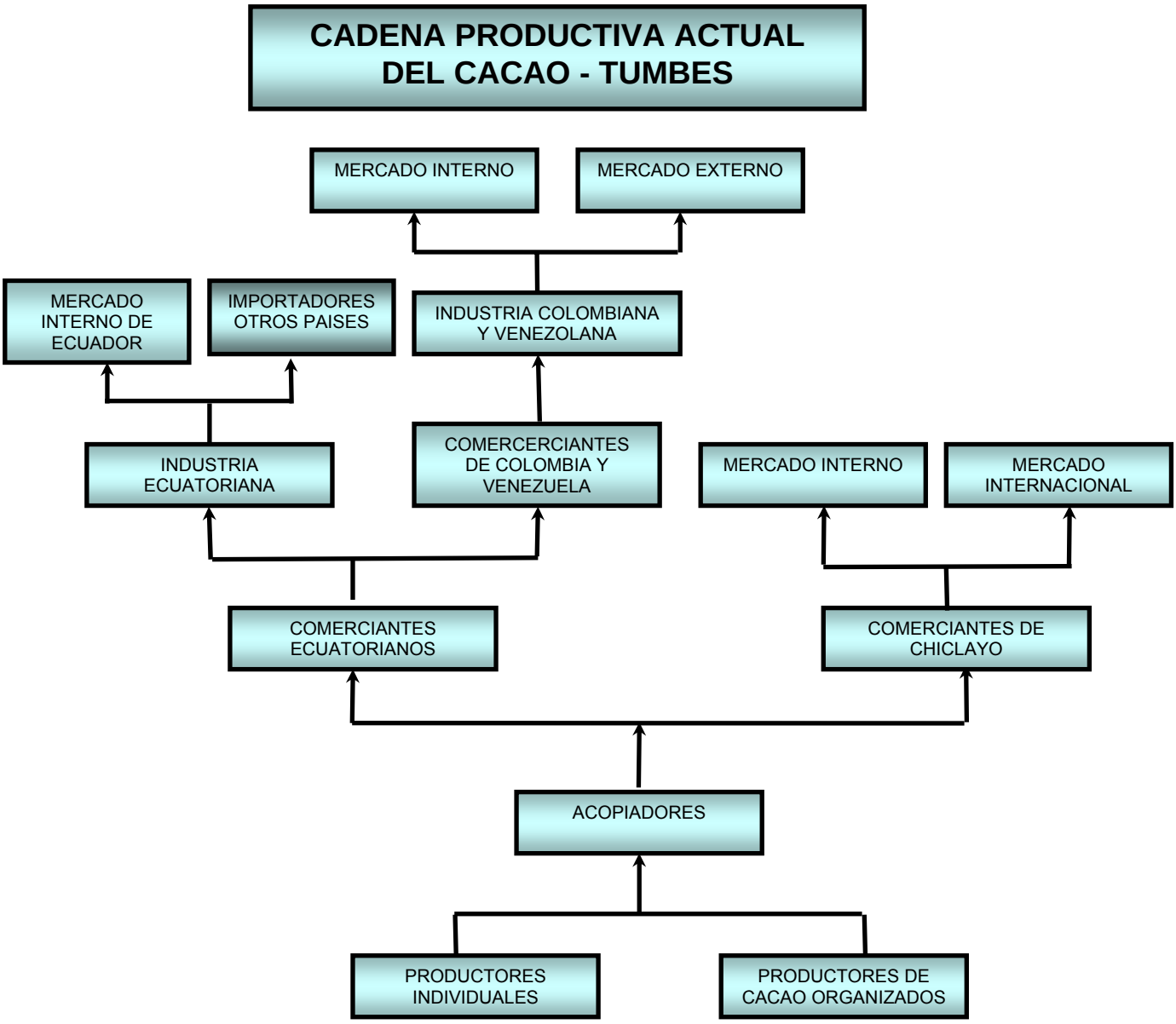
El esquema se diseña a partir del mercado a fin explicitar el enfoque de demanda que debe de tener toda cadena exportadora para ser competitiva, esto es, producir en función al mercado y no vender en función a lo que se produce.

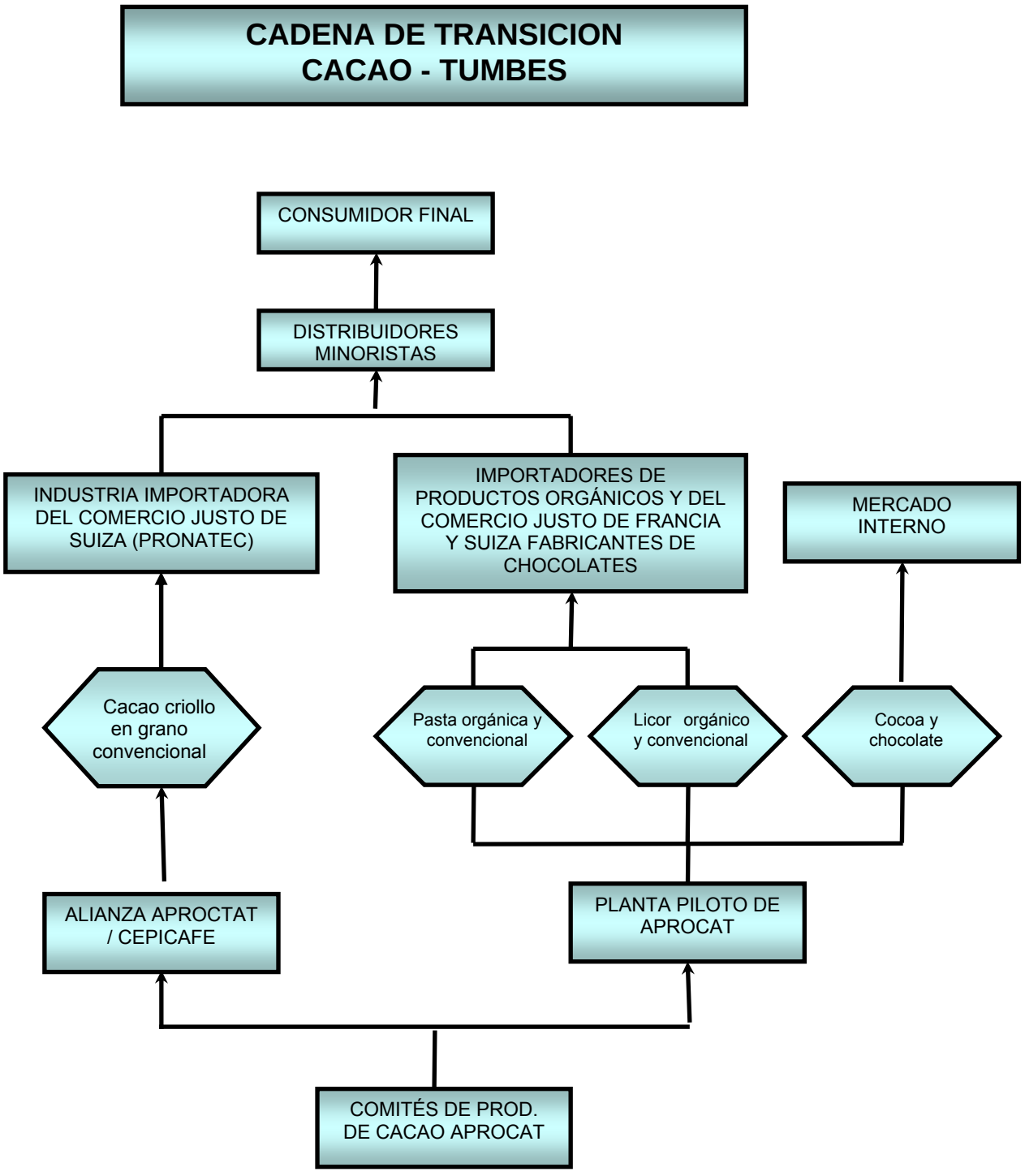
El esquema de la cadena de valor, que corresponde al año 2006, identifica a los actores directos de ésta y sus eslabonamientos con actores nacionales e internacionales. Como se observa, se trata de una cadena que no es de exportación directa ya que actualmente desde Tumbes no se realizan exportaciones de cacao.

El eslabón primario de la cadena está integrado por numerosos pequeños agricultores, de los que solo una parte está organizado asociativamente, lo que es una limitante para consolidar una oferta de mayor volumen y calidad homogénea. Esto mismo, facilita la presencia de numerosos intermediarios comerciales, que son los que canalizan el cacao tanto al mercado nacional como internacional.

En el análisis de la estructura de la cadena es importante identificar los agentes dinamizadores, que son los actores con mayor capacidad para articularse con el mercado e impulsar el crecimiento o el desarrollo de la cadena. Puede ser en base a relaciones de mercado abierto (simple compra-venta) o por medio de alianzas estratégicas. Esta última modalidad es la que puede permitir un desarrollo sostenible de la cadena. Se aprecia que en la cadena hay una alianza de APROCAT con CEPICAFE, para implementar el 2007 una planta piloto de procesamiento de cacao. Esta iniciativa da pie a un período de transición hacia mayores escalas de producción agraria y procesamiento industrial, la que se esquematiza en la denominada Cadena de Transición. Este esquema presenta nuevos actores y articulaciones entre actores, en relaciones

de integración que permitirán el acceso directo al mercado internacional por parte de los productores organizados asociativamente.




CADENA DE TRANSICION
CACAO - TUMBES
CONSUMIDOR FINAL
DISTRIBUIDORES MINORISTAS
INDUSTRIA IMPORTADORA DEL COMERCIO JUSTO DE SUIZA (PRONATEC)
IMPORTADORES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DEL COMERCIO JUSTO DE FRANCIA Y SUIZA FABRICANTES DE CHOCOLATES
MERCADO INTERNO
Cacao criollo en grano convencional
Pasta orgánica y convencional
Licor orgánico y convencional
Cocoa y chocolate
ALIANZA APROCTAT / CEPICAFE
PLANTA PILOTO DE APROCAT
COMITÉS DE PROD. DE CACAO APROCAT

3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DEL CACAO

Para realizar el análisis de la capacidad competitiva de Tumbes como región exportadora de cacao y , en función a los resultados, definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo, se aplicaron tres instrumentos que combinan tanto el diagnóstico situacional y prospectivo como las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena.

Los dos primeros instrumentos, el Diamante de Competitividad y el FODA se complementaron con el diseño de la Cadena Futura[4] del cacao, cuya proyección a diez años refleja tanto las aspiraciones de los actores regionales como los retos que deben de superar para alcanzar sus objetivos.

De la comparación de la cadena actual y la cadena futura también se infieren estrategias que permitan pasar de la situación productiva, tecnológica, organizacional y comercial actual a la que se propone lograr en el año 2016.

Los instrumentos de análisis se aplicaron con la participación de actores involucrados en el esfuerzo exportador del cacao: agricultores, empresarios, funcionarios públicos y representantes de instituciones privadas de promoción y desarrollo. En reuniones de trabajo con los actores locales, se analizaron y valoraron los atributos que inciden positiva o negativamente en la competitividad de la cadena: El resultado de este análisis se presenta en el Diamante de Competitividad del Cacao. También se realizó el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas-FODA y se bosquejó la Cadena Futura. Estos avances fueron completados por el Equipo Consultor tomando como referencia otras experiencias exportadoras de pequeños productores de cacao en el Perú y el comportamiento del mercado internacional. Para efectos del análisis, se considera que el ámbito de los factores internos es la cadena productiva del cacao en la región Tumbes

La cadena de valor deseable y que se estima posible de lograr en el largo plazo, visualiza a todos los agricultores organizados para producir granos de cacao de calidad. Su organización asociativa, en base a un modelo de integración hacia delante, y en alianza con socios con experiencia en el negocio internacional, viene operando una planta procesadora que permite obtener diversos derivados de cacao y orientarlos a abastecer el mercado tanto nacional como internacional. Asimismo, se articulan a diversos canales de comercialización al ofertar tanto cacao orgánico como convencional y lograr el reconocimiento en el mercado del Comercio Justo.

La clave de este desarrollo es la calidad el cacao pues se ha logrado que el mercado reconozca y valore el cacao fino y de aroma proveniente de Tumbes. La articulación eficiente de los diferentes actores, les permite llegar de manera competitiva al mercado internacional, aprovechando los diferentes segmentos y nichos de mercado.

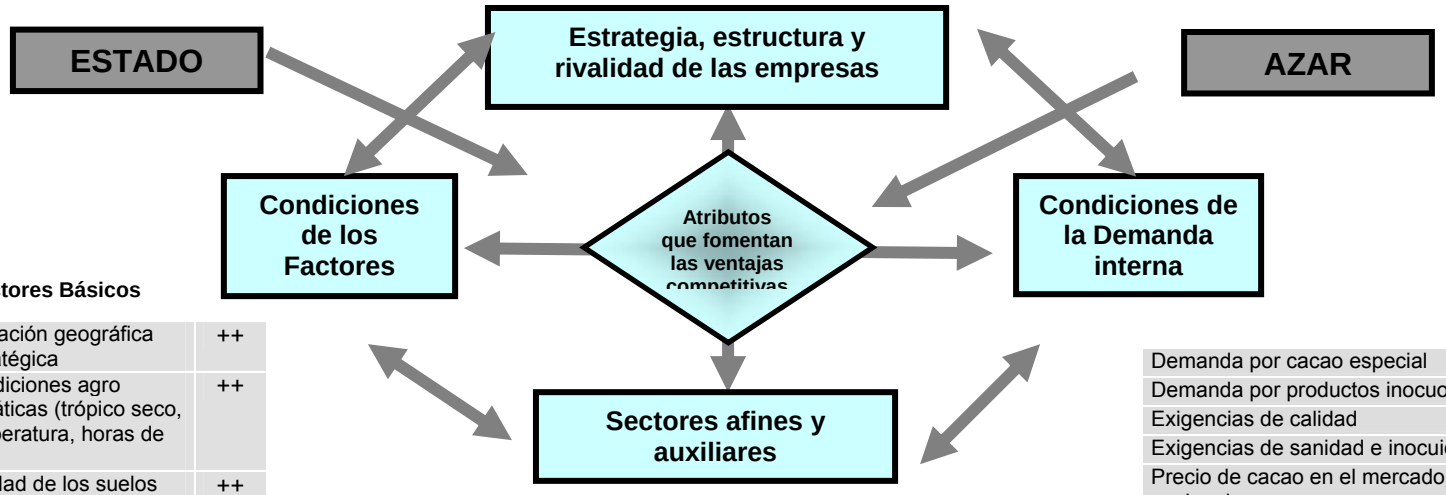
[4] Instrumento adaptado por Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo de Consultores.

POP – CACAO, TUMBES
DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD

Participación como colaboradoras en proyectos de investigación implementados	+
Nivel de prioridad de la política agraria hacia los productos de exportación	+
Plan Binacional Perú – Ecuador	+
Proyecto MINCETUR – Unión Europea	+
ALTO	

Decisión, entre los productores, de atender la demanda internacional	+
Prácticas de asociatividad entre productores	+-
Nivel de comercialización a través de la organización asociativa	-
Alianza estratégica con ONG e instituciones para la transferencia de tecnología y comercialización	+
Identificación de los productores con su organización	-
Desarrollo de "cultura exportadora"	-
Fraccionamiento de la propiedad (minifundios)	-
Manejo de plagas y enfermedades	-
Manejo de cosecha y beneficio	-
Aplicación de buenas prácticas agrícolas	-
Implementación de buenas prácticas agroecológicas con proyección a certificación como orgánico	+
MEDIO - BAJO	

Sequías, precipitaciones, inundaciones	-
Plagas y enfermedades provenientes de la frontera	-
Volatilidad en los precios internacionales	-
Restricciones y barreras en el comecio internacional	-
BAJO	



Factores Avanzados

Infraestructura eléctrica	+
Infraestructura de telecomunicaciones	+
Infraestructura de riego y drenaje	-
Infraestructura vial	-
Infraestructura portuaria y aeroportuaria	-
Corredores viales económicos	+-
Existencia de clones promisorios	+
Existencia de viveros certificados	-
Capital humano especializado en procesos de producción y comercialización	+-
Capital humano especializado en técnicas de exportación y negocios	-
Tecnología, investigación e innovación	-
MEDIO – BAJO	

Factores Básicos

Ubicación geográfica estratégica	++
Condiciones agro climáticas (trópico seco, temperatura, horas de luz)	++
Calidad de los suelos	++
Recursos hídricos	+-
Cantidad de tierras para la actividad agrícola	+
Resistencia de variedades a condiciones adversas	+
Rendimientos por hectárea	+
Capital humano no especializado	+
ALTO – MUY ALTO	

Servicios de asistencia técnica y capacitación	+
Cobertura de los servicios de asistencia técnica	-
Servicios de información sobre las ventajas de agricultura orgánica	-
Cobertura de servicios de información a nivel de poblaciones rurales	-
Cobertura de servicios de telecomunicaciones a nivel de poblaciones rurales	-
Servicios para tramitación de exportación (SUNAT, Agencia de Aduanas)	+
Servicios de transportes de carga y logísticos	+
Facilidad de acceso a los servicios de financiamiento	-
MEDIO BAJO	

Demanda por cacao especial	+
Demanda por productos inocuos	+
Exigencias de calidad	+-
Exigencias de sanidad e inocuidad	+-
Precio de cacao en el mercado nacional	-
MEDIO - BAJO	

FODA CACAO - TUMBES

FORTALEZAS

F1 Condiciones agro climáticas de trópico seco muy favorables para calidad y estacionalidad (óptima temperatura, mayor horas de luz, producción todo el año).
F2 Favorables condiciones de suelo (blanco arcillosos permite que la raíz se profundice y da mayor fortaleza a la planta y un mejor fruto)
F3 Variedades de cacao resistente a condiciones adversas. Cacao con mejor calidad que es el requerido por el mercado especial (color, aroma, sabor, acidez -Ph < 1 %, fermentación ≥ 80%, violeta ≤ 15%, pizarrosos ≤ 5%).
F4 Rendimientos promedios superiores al de nivel nacional. (1000 – 1200 Kg./Ha/año)
F5 Bajo uso de agroquímicos para la implementación de prácticas agrológicas con proyección a su certificación como orgánico.
F6 Existencia de clones promisorios.(Blanco "porcelana", criollo9.
F7 Productores organizados asociativamente
F8 Decisión de atender el mercado internacional de productos orgánicos y comercio justo
F9 Capacidad de agricultores para incrementar la producción en el corto plazo. Tierras suficiente para la actividad agrícola
F10 Excelente ubicación geográfica permite integración al mercado internacional.
F11 Disponibilidad de energía eléctrica. y comunicaciones
F12 Disponibilidad de mano de obra.
F13 Asistencia técnica y capacitación brindada por PIDECADAE y CICDA.
F14 Participación de entidades del estado como colaboradoras en proyectos de investigación implementados.

DEBILIDADES

D1 Limitado conocimiento del productor en los procesos de producción, comercialización y las oportunidades y exigencias de los mercados especiales.
D2 Carencia de viveros certificados.
D3 Ausencia de un estudio de caracterización de clones del cultivo del cacao.
D4 Deficiente manejo de plagas y enfermedades.
D5 Limitado conocimiento de la agricultura orgánica.
D6 Deficiente manejo de cosecha y beneficio del cacao.
D7 Limitado acceso al financiamiento.
D8 Asistencia técnica con cobertura limitada.
D9 Débil organización de los productores.
D10 Escasa comercialización a través de la organización asociativa
D11 Falta de identidad de productores con su organización.
D12 Idiosincrasias arraigadas y falta de cultura exportadora.
D13 No se cuenta con infraestructura de post cosecha.
D14 Predominio del fraccionamiento de la propiedad debido al derecho sucesorio l incrementa el minifundio.
D15 Deficiente aplicación de las buenas prácticas agrícolas.
D16 Insuficiente infraestructura de riego y drenaje.
D17 Deficiente sistema vial interno e intransitable en épocas de lluvias.
D18 Limitado acceso a la información y limitado servicio de telecomunicaciones .a nivel de las poblaciones rurales.

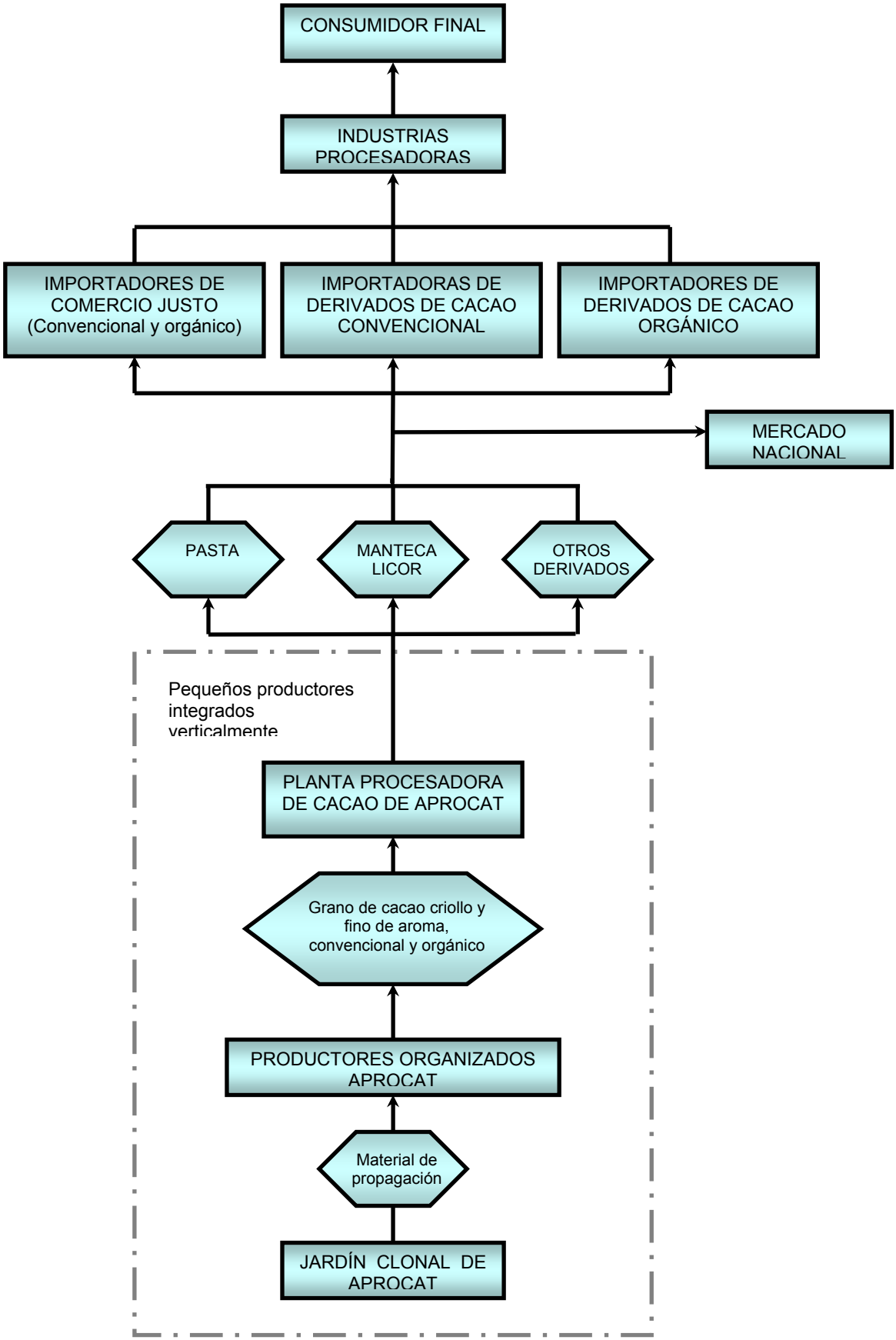
OPORTUNIDADES

O1 Disponibilidad de profesionales expertos para otorgar Asistencia técnica.
O2 Política agraria ha priorizado la reconversión del agro con ventajas para los productos de exportación, se orienta el Apoyo a las cadenas productivas con oferta exportable.
O3 Alianzas estratégicas con ONGS, PIDECAFE, CICDA. Apoyo de PIDECAFE, que tiene experiencias exitosas, en la transferencia de tecnología y comercialización.
O4 Desarrollo del comercio justo en mercado europeo favorece exportaciones directas de organizaciones de Pequeños productores.
O5 Demanda de producto orgánico es creciente en el Mercado internacional.
O6 Existencia de nichos de mercado demandantes para cacao Especial.
O7 Creciente demanda por productos inocuos.
O8 Existencia de ventana de mercado por menor producción de otros ofertantes, puede ser cubierta con cacao de Tumbes.
O9 Proyecto MINCETUR-Unión Europea para apoyar a APPACACAO.
O10 Plan binacional Perú – Ecuador.

AMENAZAS

A1 Presencia de fenómenos naturales (sequía prolongada, precipitaciones e inundaciones).
A2 Localización fronteriza es propicia para la introducción de plagas y enfermedades cuarentenarias
A3 Manipulación de precios por parte de intermediarios.
A4 Desplazamiento y/o reducción del área cacaotera por otros cultivos más rentables.
A5 Cambio de hábitos de consumo
A6 Volatilidad de los precios internacionales.
A7 Restricciones y barreras en el comercio internacional.
A8 Introducción de variedades de cacao transgenicos.
A9 Incremento de oferta exportable de otros países

CADENA FUTURA (2016) DEL CACAO TUMBES



4. PLAN OPERATIVO DEL CACAO

El Plan Operativo por Producto que se presenta a continuación concuerda con el Plan Estratégico Nacional Exportador –PENX- y con el Plan Estratégico Regional Exportador –PERX- de Tumbes. Los Objetivos Estratégicos en los tres planes son:

- Objetivo estratégico 1: Desarrollo de la oferta exportable
- Objetivo estratégico 2: Desarrollo de los mercados de destino
- Objetivo Estratégico 3 Facilitación del Comercio
- Objetivo Estratégico 4: Cultura exportadora

En base al diagnóstico de la cadena de valor, al análisis de los factores de competitividad y la comparación de la cadena actual y futura del cacao se han definido las estrategias y actividades específicas.

El horizonte de tiempo del Plan Operativo es de 10 años expresado por la cadena futura como visión y por los objetivos estratégicos. Las estrategias y acciones específicas son de mediano plazo. Al ejecutarse las acciones propuestas, las características de la actividad productiva y comercial se modificarán, los que aunados a cambios en los mercados internacionales, configurarán nuevos escenarios con diferentes condiciones de competitividad. En consecuencia, el Plan Operativo deberá actualizarse periódicamente para que se mantenga como un instrumento efectivo de gestión del cambio hacia la competitividad de la cadena de valor del cacao de Tumbes y comportarse como la fuerza vectora de la construcción de un conglomerado y posterior cluster frutícola en la región.

La implementación de las actividades consideradas, cuyo alcance es ambicioso, sólo podrá lograrse en base al compromiso del trabajo conjunto del sector público y privado y de la complementación de los organismos nacionales, regionales y locales.

La ejecución del Plan Operativo comprende diversas opciones, algunas actividades podrán ejecutarse con las capacidades humanas y económicas con que cuentan actualmente las instancias involucradas, incluso varias actividades sólo requieren acciones de coordinación. En los casos en los que se requiera de un presupuesto específico, se considera que este debe de ser gestionado a través de la inclusión de las actividades en los Planes Operativos Anuales de las instituciones involucradas o formularse proyectos específicos para su correspondiente presentación al Presupuesto Participativo de la Región y a fuentes cooperantes.

Es también recomendable para la ejecutabilidad del Plan, que se constituya una Mesa de Trabajo Regional del Cacao en el marco del Comité Ejecutivo Regional Exportador –CERX. Dicha mesa, de carácter público-privado debe formular un Plan Operativo Anual en base al presente Plan de mediano término.

PLAN OPERATIVO DEL CACAO - TUMBES

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	16 ESTRATEGIAS Y 66 ACTIVIDADES			
OBJETIVO ESTRATÉGICO 1: DESARROLLO DE OFERTA EXPORTABLE. Lograr una oferta estratégicamente diversificada del cacao, con significativo valor agregado, de calidad y volumen que permita tener una presencia competitiva en los mercados internacionales. **21 ACTIVIDADES**	ESTRATEGIA N° 1.1: Disponer y difundir información actualizada sobre producción y aspectos tecnológicos de la cadena del cacao	ESTRATEGIA N° 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad	ESTRATEGIA N° 1.5: Promover la transformación del cacao en grano para darle mayor valor agregado en la Región.	
	ESTRATEGIA N° 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad de validez internacional.	ESTRATEGIA N° 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de investigación, sanidad y tecnología de la región y orientarla a la atención de las necesidades de los productores y procesadores de cacao		
OBJETIVO ESTRATÉGICO 2: DESARROLLO DE MERCADO DE DESTINO Diversificar y consolidar la presencia de los derivados de cacao de Tumbes en los mercados de destino priorizados **16 ACTIVIDADES**	ESTRATEGIA N° 2.1 Impulsar un sistema de información del cacao en grano y sus derivados, que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada	ESTRATEGIA N° 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores de la cadena del cacao en Tumbes respecto al mercado y ampliar su capacidad de gestión comercial internacional	ESTRATEGIA N° 2.3: Promover los derivados de cacao de Tumbes en los mercados internacionales proyectando una imagen de diferenciación	
OBJETIVO ESTRATÉGICO 3: FACILITACIÓN DEL COMERCIO - Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación de cacao en grano y sus derivados, permitiendo el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejo-res condiciones de calidad y precio **15 ACTIVIDADES**	ESTRATEGIA N° 3.1: Implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado y generar insumos para adecuar el marco legal a las características de los agrone-gocios de Tumbes e implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado para propiciar el desarrollo articulado de la cadena del cacao de Tumbes.	ESTRATEGIA N° 3.2: Mejorar las condiciones de comunicación vial e infraestructura para la producción agraria.	ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena del cacao de Tumbes.	ESTRATEGIA N° 3.4: Facilitar el acceso de productores y procesadores a registros, certificaciones y autorizaciones.
OBJETIVO ESTRATÉGICO 4: CULTURA EXPORTADORA **De**sarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores **14 ACTIVIDADES**	ESTRATEGIA N° 4.1: Impulsar políticas y mecanismos institucionales que aseguren la ejecución del Plan, su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la Cadena del cacao de Tumbes.	ESTRATEGIA N° 4.2: Fortalecer la Asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio agrícola y agroindustrial de una cadena exportadora formando una cultura organizacional de coordinación y cooperación con visión empresarial.	ESTRATEGIA N° 4.3: Promover una actitud favorable de la sociedad civil de la Región hacia la actividad exportadora del cacao.	ESTRATEGIA N° 4.4: Orientar la formación de los recursos humanos de la región para que satisfagan los requerimientos de la Cadena del cacao.

PLAN OPERATIVO DEL CACAO REGIÓN TUMBES MATRIZ DE PLANIFICACIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1		**Lograr una oferta estratégicamente diversificada del cacao, con significativo valor agregado, de calidad y volumen que permita tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.**			
ESTRATEGIA N° 1.1: Disponer y difundir información actualizada sobre producción y aspectos tecnológicos de la cadena del cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.1.1	Elaborar una base de datos de zonas de producción, productores y organizaciones de productores del cacao de Tumbes.	2007 y después actualizaciones periódicas	Al 2007 se ha realizado un empadronamiento de los productores de cacao en Tumbes y sistematizado la información en una base de datos. Actualizaciones anuales.	- Base de datos - Número de productores y procesadores registrados	Mesa de Trabajo DR Agraria DR PRODUCE
1.1.2	Elaborar una base de datos y un archivo documentario sobre aspectos técnico productivos del cacao que incluya investigaciones y tesis.		Al 2007 se ha diseñado la base de datos. Al 2008 se implementa la base de datos e iniciado divulgación.	- Documento de diseño - Registro electrónico de documentos del archivo documentario	DR Agricultura DR PRODUCE Universidades ONGs
1.1.3	Elaborar un módulo de proveedores de bienes y servicio a la cadena de valor.		Al 2007 se ha diseñado la base de datos. Al 2008 se implementa la base de datos e iniciado divulgación.	- Base de datos - Número de proveedores registrados	Mesa de Trabajo DR Agraria DR PRODUCE
ESTRATEGIA N° 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.2.1	Realizar misiones tecnológicas nacionales e internacionales.	2007 - 2008	Al 2008 se han realizado una misión nacional y 1 internacional a zonas productoras y países exitosos en producción de cacao.	- Número de participantes - Número de sitios visitados	Gobierno Regional Mesa de Trabajo APROCAT APPCACAO Universidades
1.2.2	Realizar un estudio de caracterización de los clones existentes de cacao.	2007	Al 2007 se ha realizado el estudio.	- Documento del estudio	APROCAT DR Agraria INIEA Universidades
1.2.3	Establecer un jardín clonal.	2007- 2008	Al 2008 se ha establecido el jardín clonal.	- Documento del Proyecto - Presupuesto Participativo u otro financiamiento aprobado - Infraestructura y área del jardín clonal	APROCAT DR Agraria INIEA SENASA PIDECAFÉ
1.2.4	Brindar capacitación y asistencia técnica a los agricultores en: manejo del cultivo, fertilización, densidad, riego control integrado de plagas y enfermedades, cosecha y postcosecha.	2007 - 2011	Al 2008 el 50% de los agricultores recibe capacitación y asistencia técnica. Al 2009 el 60%. Al 2011 el 80%.	- Documentos de materiales de capacitación y extensión - Número de eventos realizados - Número de asociaciones y agricultores atendidos.	PIDECAFÉ Y APROCAT DR Agraria INIEA CICDA
1.2.5	Brindar capacitación y asistencia técnica a los	2007 - 2011	Al 2007 se ha incrementado en un 20 % la pro-	- Documentos de materiales de	PIDECAFE

	agricultores y procesadores en producción orgánica.		ducción orgánica. En los años sucesivos se incrementa en función a requerimientos de mercado.	capacitación y extensión - Número de agricultores atendidos.	CONAPO DR Agraria APROCAT INIEA
1.2.6	Difundir la elaboración y aplicación de insumos orgánicos (bioinsecticidas y biofertilizantes), para la producción orgánica de cacao.	2007 - 2011	Al 2008 se ha elaborado un manual de acuerdo a características de la zona y el cultivo y se ha capacitado a promotores agrarios de las asociaciones de productores.	- Manual - Número de promotores formados	PIDECAFE CONAPO DR Agraria
ESTRATEGIA Nº 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad de validez internacional.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.3.1	Aplicar estándares de calidad en el cultivo y procesamiento del cacao para la obtención de calidades homogéneas.	2007 - 2011	Al 2007 se han definido los parámetros de calidad a aplicar. Al 2011 el 80% de los productores aplican los parámetros establecidos.	- Normas Técnicas de Aplicación - Número de productores que cumplen y aplican las normas.	Mesa de Trabajo PIDECAFE APROCAT DR Agraria
1.3.2	Creación de Centros de acopio a lo largo de los corredores regionales del cacao.	2007 - 2011	Al 2007 se ha formulado y aprobado presupuesto participativo u otro financiamiento para Proyecto de Centros de Acopio. Al 2011 se ha implementado el 80 % de los Centros de Acopio previstos.	- Número de Centros de Acopio	Gobierno Regional APROCAT DR Agraria
1.3.3	Realizar cursos y asistencia técnica sobre Buenas Prácticas Agrícolas – BPA.	2007 -2009	Al 2007 se ha diseñado el programa de capacitación y Asistencia Técnica, se ha preparado el material de capacitación de BPA para el cacao e iniciado la ejecución. Al 2008 se ha ejecutado el 50 % del programa previsto y al 2009 se ha ejecutado el 80 %.	- Documentos del material de capacitación y asistencia técnica - Número de participantes a cursos - Número de participantes en asistencia técnica	MINAG DR Agraria APROCAT PIDECAFE CICDA
1.3.4	Realizar cursos y asistencia técnica sobre Buenas Prácticas de Manufactura – BPM.	2007 - 2008	Al 2008 se aplican BPM en la planta piloto de PIDECAFE. Al 2011 se aplican BPM en la planta procesadora de APROCAT.	- Documentos del material de capacitación y asistencia técnica - Número de participantes a cursos - Número de participantes en asistencia técnica	PRODUCE DR PRODUCE DR Agraria APROCAT PIDECAFE
ESTRATEGIA Nº 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de investigación, sanidad y tecnología de la región y orientarla a la atención de las necesidades de los productores y procesadores de cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODOS DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.4.1	Efectuar acciones de prospección y vigilancia a fin de evaluar la presencia de plagas y enfermedades, bajo un sistema de manejo integrado de plagas.	2007 - 2011	Al 2011 se ha incrementado cada año el 30 % de las áreas intervenidas.	- Número de hectáreas intervenidas	SENASA DR Agraria APROCAT
1.4.2	Establecer alianzas estratégicas entre la organización de productores de cacao con las Universidades, Institutos técnicos y centros de investigación regional, nacionales e internacionales.	2007 - 2011	Al 2007 se ha establecido dos Convenios y al 2008 dos más. Al 2011 se han ejecutado cinco investigaciones sobre el cultivo y procesamiento del cacao.	- Número de Convenios - Número de investigaciones	Mesa de Trabajo Universidades Institutos técnicos APROCAT APPCACAO
1.4.3	Realizar investigaciones sobre el material genético	2007 - 2011	Al 2007 se han establecido convenios para	- Número de Convenios	Universidades

	de cacao existente en Tumbes para orientar el Jardín Clonal (actividad 1.2.3).		realizar las investigaciones. Al 2011 por lo menos están ha concluido una investigación y están en curso dos más.	- Número de Investigaciones - % de avance de las investigaciones	CONCYTEC
1.4.4	Elaboración de la ficha técnica del cacao de Tumbes y sus derivados.	2007 - 2008	Al 2007 se caracterizado el cacao en grano de Tumbes y elaborado su correspondiente ficha técnica. Al 2008 se han caracterizado los derivados del cacao procesados en la planta piloto y elaborado sus fichas técnicas.	- Número de análisis de características técnicas - Número de Fichas Técnicas - Documento del estudio	Universidad Nacional de Tumbes APROCAT PIDECAFÉ
ESTRATEGIA N° 1.5: Promover la transformación del cacao en grano para darle mayor valor agregado en la Región.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.5.1	Instalar una planta piloto.	2007	Al 2007 la planta ha iniciado sus operaciones.	- Una planta Piloto	CEPICAFÉ PIDECAFÉ APROCAT
1.5.2	Elaborar un proyecto para la instalación de una planta procesadora de cacao.	2008	Al 2008 se ha formulado el proyecto de inversión que incluye un plan de negocios.	- Documentos del proyecto de inversión y plan de negocios	PIDEACAFE APROCAT Gobierno Regional
1.5.3	Instalación de una planta procesadora de derivados de cacao.	2009 - 2011	Al 2011 ha iniciado sus operaciones una planta procesadora de cacao.	- Una planta procesadora - Número de productos derivados - Toneladas de grano procesado por día	APROCAT PIDECAFE DR PRODUCE
1.5.4	Impulsar la elaboración artesanal de chocolates.	2007 - 2011	Al 2007 la organización de mujeres productoras de chocolates formula un plan de acción y reciben capacitación en procesamiento y empaques. Al 2011 se han posicionado en el mercado local con una marca diferenciable	- Documento del Plan - Número de asociadas - Volumen y valor de ventas	Organización de mujeres productoras de chocolate APROCAT PRODUCE
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2		**Diversificar y consolidar la presencia de los derivados del cacao de Tumbes en los mercados de destino priorizados.**			
ESTRATEGIA N° 2.1: Impulsar un sistema de información del cacao en grano y sus derivados que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.1.1	Diseñar y establecer un Sistema Regional Integrado de Información del cacao en grano y sus derivados.	2007 - 2008 Años posteriores se actualiza	El 2008 se ha diseñado he implementado el Sistema que incluye los siguientes módulos: (i) Base de datos de agricultores, procesadores, organizaciones asociativas y proveedores (ii) información técnica del cultivo y del procesa-miento (iii) mercados y (iv) aspectos normativos y procedimientos relacionados a la producción y la exportación.	- Documento de diseño - Número instituciones integrantes del sistema como generadores y sistematizadotes de información - Número de medios de difusión - Número de usuarios	Mesa de Trabajo PROCAT PIDECAFE CICDA DR Agraria DR PRODUCE DIRCETUR INIEA Universidades
2.1.2	Conformar un Comité Técnico sobre Mercados en	2007 - 2011	Al 2007 se ha constituido Comité Técnico y	- Un Comité Técnico constituido	Mesa de Trabajo

	la Mesa de Trabajo del cacao.		establecido Plan Operativo Anual. Al 2011 se ha cumplido el 80% de los Planes.	- Actividades coordinadas o ejecutadas	
2.1.3	Elaborar estudios de mercado prioritariamente de Holanda, Francia y Suiza, para los derivados de cacao convencional y orgánico, considerando el nicho de Comercio Justo.	2007	Para el 2007 se ha realizado el estudio de mercado y se definen estrategias de penetración.	-Número de mercados estudiados	PROMPEX DIRCETUR Comité de Mercado de la Mesa de Trabajo
2.1.4	Realizar el monitoreo de los mercados del cacao orgánico y del comercio justo.	2007 – 2011	Cada semestre se ha emitido reportes sobre la situación de los mercados.	- Número de reportes	Comité de Mercados de la Mesa de Trabajo PROMPEX DIRCETUR
2.1.5	Realizar el seguimiento de la producción de otras regiones del Perú, de Ecuador y otros países competidores.	2007 – 2011	Cada semestre se ha emitido reportes de inteligencia de mercados.	- Número de reportes	Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo PROMPEX DIRCETUR
ESTRATEGIA Nº 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores de la cadena del cacao en Tumbes respecto al mercado y ampliar su capacidad de gestión comercial internacional.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.2.1	Capacitar a los productores, procesadores y organizaciones que brindan asistencia técnica y asesoría en la búsqueda e interpretación de información de mercados.	2008	El 2008 se ha realizado un curso de capacitación a representantes de organizaciones de productores, procesadores e instituciones sobre el uso del sistema de información de la cadena.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	PROMPEX MINCETUR DIRCETUR
2.2.2	Intervenir emitiendo opinión en las Negociaciones Internacionales de acuerdos comerciales, Codex Alimentarius y otros temas relacionados al acceso a los mercados internacionales.	2007 - 2011	Al 2007 los organismos centrales responsables de las Negociaciones Internacionales han incluido a la Mesa de Trabajo en la relación de organizaciones de consulta. Al 2011 la Mesa de Trabajo ha informado a las autoridades sobre problemas de acceso a los mercados y emitido opinión o respondido el 90 % de las comunicaciones recibidas por escrito.	- Número de comunicaciones informando sobre problemas de acceso a los mercados internacionales - Número de opiniones o posiciones emitidas	Mesa de Trabajo DIRCETUR MINCETUR M RR.EE. PRODUCE MINAG DIGESA SENASA
2.2.3	Establecer relaciones de cooperación e integración con principales socios comerciales nacionales y del extranjero.	2007 - 2009	Al 2007 APROCAT ha ratificado su alianza con CEPICAFÉ para el procesamiento y exportación a través de la planta piloto. Al 2008 APROCAT ha establecido alianzas con potenciales socios para planta procesadora.	- Número de acuerdos, convenios o contratos	APROCAT CEPICAFÉ PIDECAFE
ESTRATEGIA Nº 2.3: Promover los derivados de cacao de Tumbes en los mercados internacionales proyectando una imagen de diferenciación.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.3.1	En función al resultado de la actividad 2.1.3 se diseña un plan de marketing que integrará el plan de negocios de la actividad 1.5.2.	2008	Al 2008 se ha elaborado el Plan de Marketing.	- Documento del Plan	Mesa de Trabajo DIRCETUR APROCAT PIDECAFE
2.3.2	Evaluar la aplicación de un signo distintivo para el	2008	Al 2008 se ha elaborado un informe técnico.	- Documento del Informe	DIRCETUR

	cacao de Tumbes (denominación de origen u otros).				INDECOPI APROCAT
2.3.3	Diseñar e implementar una página web para promover la oferta del cacao de Tumbes. Colocarla en el Portal Regional, en el SIICEX y otros canales de difusión.	2008	Al 2007 se difunde la oferta exportable del cacao de Tumbes a través de una página web.	- Una página web - Número de portales de alojamiento	DIRCETUR CERX Mesa de Trabajo SIICEX
2.3.4	Diseñar y editar un Catalogo virtual e impreso en varios idiomas (mínimo español, inglés, francés y alemán) de la oferta Regional de derivados del cacao.	2008	Al 2008 se cuenta con un Catálogo virtual. Al 2008 se cuenta con un Catálogo impreso.	- Un Catálogo virtual - Tiraje del Catálogo impreso	PIDECAFE Mesa de Trabajo DIRCETUR APROCAT
2.3.5	Participación en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales.	2008 - 2011	Al 2007 representantes de la planta piloto participan en un evento internacional. Al 2008 representantes de la planta procesadora participan en eventos internacionales de promoción comercial.	- Número de eventos de promoción comercial - Número de empresas participantes	DIRCETUR PROMPEX M. RR.EE APROCAT PIDECAFE
2.3.6	Difundir la oferta exportable del cacao de Tumbes coordinando con Misiones diplomáticas del Perú en los mercados objetivos.	2008 -2009	Al 2008 se informa a todas las delegaciones diplomáticas y Consejeros comerciales sobre el cacao	-Documentos de información - Número de delegaciones diplomáticas informadas	M. RR.EE. Mesa de Trabajo
2.3.7	Realizar la promoción comercial de los productos resultantes de las actividades 2.1.3 y 2.3.1.	2007 - 2011	Al 2007 se ha lanzado al mercado internacional la oferta de derivados de cacao de la planta piloto. Al 2009 se ha promovido la oferta de la nueva planta procesadora.	- Número de nuevos productos promovidos comercialmente. - Volumen y valor de ventas	PIDECAFE y APROCAT PROMPEX
2.3.8	Participar en concursos internacionales de calidad del cacao.	2008 - 2011	Al 2011 se ha participado por lo menos una vez al año en un concurso internacional.	- Número de concursos - Número de premios a la calidad	APROCAT APPCACAO
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3		**Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación de cacao en grano y sus derivados, permitiendo el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.**			
ESTRATEGIA Nº 3.1:	Implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado y generar insumos para adecuar el marco legal a las características de los agronegocios de Tumbes e implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado para propiciar el desarrollo articulado de la cadena del cacao de Tumbes.				
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.1.1	Elaborar un documento que analice las políticas, funciones y capacidades de las instituciones públicas nacionales, regionales y locales que den o puedan dar soporte al desarrollo de la cadena del cacao de Tumbes.	2007	Al 2007 se conocen las funciones y capacidades de las instituciones públicas que dan o pueden dar soporte a la cadena del cacao.	- Documento de análisis - Número de instituciones públicas que dan o pueden dar soporte a la cadena del cacao	Mesa de Trabajo Gobierno Regional DIRCETUR
3.1.2	Analizar la situación jurídica y tributaria de las Organizaciones Asociativas de los Productores, para proponer cambios al marco normativo y procedimientos en caso limite su fortalecimiento y articulación con el mercado.	2007	Al 2007 se ha elaborado un informe que incluye diagnóstico y propuestas de solución.	- Documento del Informe	Mesa de Trabajo
3.1.3	Establecer un Acuerdo de Competitividad de la	2007	Al 2007 se ha establecido un Acuerdo de	- Número de instituciones públicas	CNC

	Cadena del cacao de Tumbes, tomando como referencia para los compromisos los documentos generados en las actividades 3.1.1 y 3.1.2.		Competitividad que define mecanismos y acciones concretas por parte del Estado para facilitar el desarrollo de la cadena del cacao de Tumbes. Los agentes económicos se comprometen a logros de inversión, producción, productividad, calidad y exportaciones.	participantes - Número de organizaciones de productores - Número de compromisos del sector público - Número de compromisos del sector privado	Gobierno Regional MINCETUR MINAG PRODUCE Mesa de Trabajo APROCAT PIDECAFE CEPICAFÉ
ESTRATEGIA N° 3.2: Mejorar las condiciones de comunicación vial e infraestructura para la producción agraria.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.2.1	Elaborar un diagnóstico sobre la situación de la conexión vial de las zonas de producción del cacao a los centros de acopio y principales ejes viales y una propuesta para su mejora y mantenimiento.	2007	Al 2007 se ha elaborado el diagnóstico y propuesta de mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura vial de carácter regional y local. Entre los puntos críticos se ha incluido el badén Uña de Gato para construir un puente.	- Documento de diagnóstico	DR Transp. y Com. DR Agraria
3.2.2	Incorporar en el presupuesto participativo del Gobierno Regional y Gobiernos locales la mejora de los accesos viales priorizados según documento generado en la actividad 3.2.1.	2007	En el 2007 y 2008 se han formulado proyectos para Presupuesto Participativo de los años 2008 y 2009 respectivamente.	- Número de Proyectos - Número de caminos proyectados - Monto de presupuesto	Gobierno Regional Gobiernos locales
3.2.3	Ampliar, mejorar y mantener la infraestructura de riego. Construir sistemas de drenaje agrícola.	2007 - 2011	Al 2007 se ha priorizado los proyectos para mejorar sistemas de riego y drenaje en función a los cultivos de cacao y banano Al 2011 se han ejecutado los proyectos en un 50%.	- Número de proyectos. Monto de los proyectos - % de avance de los proyectos	Gobierno Regional MINAG DR Agraria Junta de Regantes
ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena del cacao de Tumbes.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.3.1	Elaborar y actualizar una base de datos de fuentes de financiamiento retornable y no retornable.	2007	Al 2007 se ha elaborado la base de datos que es parte del módulo de proveedores del Sistema de Regional Integrado de Información del cacao Los años siguientes se actualiza periódicamente	- Número de fuentes de financiamiento registradas	Mesa de Trabajo BCR Tumbes ONGs APCI
3.3.2	Coordinar con fuentes de financiamiento la canalización de recursos a los actores de la cadena del cacao.	2007 - 2011	Al 2007 se ha establecido mecanismo de coordinación con Agrobanco Al 2007 se ha presentado la Mesa de Trabajo a otras fuentes de financiamiento retornables y no retornables como interlocutor de la cadena	- Monto de créditos otorgados a los agricultores y procesadores	Mesa de Trabajo MINAG AGROBANCO
3.3.3	Gestionar l financiamiento para la inversión en la planta de procesamiento de cacao en base al estudio de la actividad 1.5.2.	2008 -2009	Al 2009 se logrado el financiamiento de la planta procesadora.	- Monto del financiamiento	APROCAT PIDECAFÉ Gobierno Regional
3.3.4	Difusión de una Guía Básica de información sobre los instrumentos financieros y requisitos de acceso para las diferentes fases de la cadena.	2007 - 2008	Al 2008 se ha difundido entre los productores de cacao y sus organizaciones una Guía Básica.	- Documento de la Guía - Tiraje de la impresión del documento	CERX Tumbes Gobierno Regional BCR Tumbes
ESTRATEGIA N° 3.4: Facilitar el acceso de productores y procesadores a registros, certificaciones y autorizaciones.					

ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODOS DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.4.1	Capacitar y asesorar en la formalización de las unidades productivas.	2007 - 2009	Al 2007 se han realizado cursos de capacitación sobre aspectos legales, administrativos y tributarios de las unidades productivas agrarias y agroindustriales. Al 2009 el 80 % de las unidades productivas están debidamente registradas.	- Contenido de los Cursos - Número de participantes - Número de unidades productivas formalizadas con título de propiedad	MINAG DR Agraria SUNAT
3.4.2	Facilitar acreditaciones del jardín clonal conducido por la organización de los agricultores.	2007 - 2008	Al 2007 autoridades del sector agrario brindan su apoyo en Proyecto del Jardín clonal Al 2008 se ha acreditado el jardín clonal a costos accesibles para organizaciones de pequeños productores.	- Número de días de aprobación - Costo de la acreditación	SENASA DR Agraria
3.4.3	Facilitar la aprobación de los Registros Sanitarios de las planta piloto y de la planta procesadora.	2007 - 2009	Al 2007 MINSA aprueba agilizar procedimientos para agroindustrias de las Regiones. Al 2008 la planta piloto cuenta con Registro Sanitario. Al 2011 la Planta procesadora de APROCAT cuenta con Registro Sanitario.	- Número de días de procedimiento de aprobación - Número de plantas con registro Sanitario	DIGESA MINSA
3.4.4	Facilitar el registro de variedades de cacao resultantes de los trabajos de investigación.	2007 - 2011	Al 2007 INDECOPI ha revisado el régimen actual de registro de variedades para garantizar la propiedad del conocimiento tradicional así como la investigación y el desarrollo de variedades.	- Porcentaje de reducción del costo de registro - Número de días de procedimiento de aprobación - Número de variedades registradas	INDECOPI PRODUCE
3.4.5	Facilitar certificación orgánica de áreas de cultivo.	2007 - 2011	Al 2007 se ha diseñado y aprobado un mecanismo que facilita financiamiento para cubrir la certificación. Al 2011 las áreas certificadas son acordes a las necesidades para satisfacer demanda internacional de cacao orgánico.	- Línea de Crédito puesta a disposición - Número de hectáreas certificadas	MINAG CONAPO AGROBANCO
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 4		**Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.**			
ESTRATEGIA N° 4.1:	Impulsar políticas y mecanismos institucionales que aseguren la ejecución del Plan, su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la Cadena del Cacao de Tumbes.				
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.1.1	Conformación y gestión de una Mesa de Trabajo del Cacao para que lidere ejecución del Plan Operativo.	2007 - 2011	Al 2007 se conforma y reconoce la Mesa de Trabajo como interlocutor de la cadena exportadora del cacao Al 2007 la Mesa de Trabajo elabora su primer Plan Operativo Anual e inicia su ejecución.	- Norma de reconocimiento - Documentos de Planes, Actas, Acuerdos de Convenios.	Gobierno Regional Mesa de Trabajo Integrantes de la Mesa MINCETUR CNC
4.1.2	Articular las políticas, proyectos y programas que	2007 - 2011	Al 2008 se han articulado las políticas y	- Número de Instituciones que coordinan	Mesa de Trabajo

	se ejecutan en Tumbes para el desarrollo de la cadena del cacao.		proyectos institucionales y privados.	actividades - Número de actividades coordinadas	DIRCETUR MINAG DR Agraria PRODUCE
4.1.3	Realizar el seguimiento y evaluación del desempeño de la cadena de la cacao de Tumbes.	2007 - 2011	Al 2007 se ha diseñado el sistema evaluación del desempeño de la cadena de cacao. Se implementa el 2008.	- Red electrónica para seguimiento de ejecución del POP y POAs	Mesa de Trabajo CERX MINCETUR MINAG PRODUCE
ESTRATEGIA Nº 4.2:	Fortalecer la Asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio agrícola y agroindustrial de una cadena exportadora formando una cultura organizacional de coordinación y cooperación con visión empresarial.				
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.2.1	Capacitar y asesorar en gestión de Organizaciones Asociativas.	2007 - 2011	El 2007 se ha capacitado al 20% de los productores y se ha brindado asesoría organizacional a APROCAT y las asociaciones de base. Al 2008 APROCAT cuenta con un Plan Operativo en ejecución. Al 2011 el 80 % de Asociaciones de base tienen Planes Operativos en ejecución.	- Programa de la capacitación - Número de participantes - Número de asociaciones asesoradas - Documentos de Planes Operativos	Mesa de Trabajo Gobierno Regional MINCETUR y MINAG
4.2.2	Capacitar y asesorar a los productores y procesadores sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación,	2007	El 2007 se ha capacitado y asesorado sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	CERX TUMBES MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo
4.2.3	Capacitar y asesorar en técnicas de negociación y establecimiento de contratos con compradores nacionales e internacionales.	2007 - 2008	El 2008 se ha capacitado en técnicas de negociación y establecimiento de contratos (Ambas actividades son parte de un Programa de capacitación para los actores de las cadenas exportadoras de Tumbes).	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	CERX TUMBES MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo APPCACAO
4.2.4	Capacitación en instrumentos de gestión de las unidades agrarias y las empresas procesadoras exportadoras.	2007 - 2008	Al 2007 los productores y procesadores han participado en una actividad de capacitación en Planes de Negocios. Al 2008 los productores agrarios han participado en un curso sobre gestión de negocios agrarios. Al 2008 los técnicos y funcionarios de la planta piloto y los promotores de la planta de procesamiento han participado en un curso sobre gestión de empresas agroindustriales. Al 2008 los productores y procesadores han participado en un curso sobre Buenas Prácticas Comerciales (La capacitación es organizada por el CERX para diferentes cadenas exportadoras de la Región).	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	CERX TUMBES MINCETUR DIRCETUR Mesa de Trabajo APPCACAO
4.2.5	Realizar un Concurso para incentivar entre los	2008 - 2011	El 2008 se diseña y realiza la primera versión	- Documento de Convocatoria y Bases	Gobierno Regional

	productores la aplicación de mejoras tecnológicas y la innovación productiva y comercial.		del Concurso. Los años siguientes se replica el Concurso.	- Número de propuestas recibidas - Número de iniciativas premiadas	DR Agraria DR Produce DIRCETUR
ESTRATEGIA N° 4.3: Promover una actitud favorable de la sociedad civil de la Región hacia la actividad exportadora de cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.3.1	Elaborar y difundir periódicamente artículos y notas de prensa sobre la producción, procesamiento y exportación del cacao de Tumbes y los avances de la ejecución del Plan Operativo	2007 - 2011	Al 2007 se ha definido la política de difusión de la Mesa de Trabajo y se ha iniciado la difusión de información por medios masivos de la Región.	- Documento de política de difusión. - Número de artículos y notas de prensa.	Mesa de Trabajo DIRCETUR
4.3.2	Organizar visitas de campo periódicamente de principales autoridades y representantes de la sociedad civil	2007 - 2011	Al 2011 se ha realizado anualmente visitas a los campos de cultivo. Jardín clonal y plantas de procesamiento.	- Número de visitantes.	Mesa de trabajo
4.3.3	Promover la formulación y ejecución de Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos – PIGARS y realizar campañas de concientización de la población urbana y rural en relación a la disposición de la basura para cuidar el medio ambiente necesario para garantizar una producción orgánica	2007 - 2008	Al 2007 se ha diseñado y dado inicio a la campaña para la población y se ha logrado el compromiso de algunos gobiernos locales. Al 2011 se ha mejorado la disposición final de la basura.	- Número de gobiernos locales con Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos – PIGARS. - % de avance de los planes.	Gobiernos locales CAR Tumbes CONAM
ESTRATEGIA N° 4.4: Orientar la formación de los recursos humanos de la región para que satisfagan los requerimientos de la Cadena del cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.4.1	Organizar un Congreso Anual Regional sobre el Cacao y producción orgánica.	2007 - 2011	El 2007 se realiza el Primer Congreso Regional del Cacao. Se replica cada año.	- Número de participantes - Número de Ponencias	Universidad Nacional APPCACAO APROCAT CONAPO
4.4.2	Elaboración e incorporación de contenidos sobre el cacao y producción orgánica en la currícula de los colegios de la región.	2007 - 2008	Al 2008 se ha incorporado en la currícula de primaria y secundaria de los colegios de Tumbes contenidos referidos a los aspectos históricos, biológicos, agronómicos , industriales y económicos del cacao.	- Documento de contenidos - Aprobación por las autoridades educativas de la Región	DR de Educación Gobierno Regional
4.4.3	Incorporación de temas referidos al cacao, la producción orgánica y los agronegocios de exportación en cátedras de las carreras de Agronomía, Ingeniería y Administración de las Universidades e Institutos Tecnológicos de Tumbes.	2007 - 2008	Al 2008 se ha incorporado en la Currícula de las Universidades temas relacionados al cacao, producción orgánica y agronegocios.	- Documento de sillabus - Aprobación por las autoridades universitarias	Universidades Regionales

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- Diagnostico Cadena Agro productiva del Cacao. Ministerio De Agricultura. (MINAG). Perú 2005
- Estadísticas de PROMPEX: PrompexStat. Varios Años. http://www.prompex.gob.pe/stat/
- Estadísticas de Comercio Exterior. UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade). 2000-2004. http://unstats.un.org/unsd/comtrade/
- FAOSTAT. FAO Dirección de Estadística 2006 http://faostat.fao.org/faostat/
- Mercado Europeo de Cacao Orgánico y Comercio Justo. ECOMERCADOS. FIBL-SECO-Inter Cooperation. Nicaragua. 2005.
- Perfil del Mercado y Competitividad Exportadora de Cacao. Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX). MINCETUR.
- TradeMap. Centro de Comercio Internacional (CCI). OMC/UN. Sección de Análisis de Mercados (MAS). www.trademap.net/peru/conexion.htm
- The Organic Cocoa Market in Europe. Summary of a market study. F. J. Koekoek. Export Promotion of Organic Products from Africa (EPOPA). 2003. www.epopa.info
- The Sustainable Cocoa Trade An Analysis of US Market and Latin American Trade Prospects. EcoMercados Project. El Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS). Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLACDS). 2005, Lora L. Menter
- EU Market Survey 2005. Organic food products. Compiled for CBI by: ProFound Adviser in Development In collaboration with Joost Pierrot July 2005

PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN OPERATIVO DEL CACAO

- Equipo Consultor del Consorcio SASE-KIPU
  - Fernando Villarán – Asesor Técnico, Presidente de SASE
  - Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo, Gerente de KIPU Internacional
  - Vilma Gómez Galarza
  - Jessica Agüero Rosales
  - Teodoro Sanz Gutiérrez
- Equipo Técnico de la Región
  - Ing. Bertha Georgina Domínguez Granda, Dirección Regional de Agricultura de Tumbes.
  - Ing. Rafael Sunción Sabalú, Dirección Regional de Agricultura de Tumbes

  Coordinación Regional:
  - Lic. Isabel Ramírez Núñez Directora Regional de Comercio Exterior y Turismo -Tumbes
  - Lic. Ricardo Iglesias Figueroa, Área de Comercio Exterior. Dirección Regional de Comercio exterior y Turismo -Tumbes