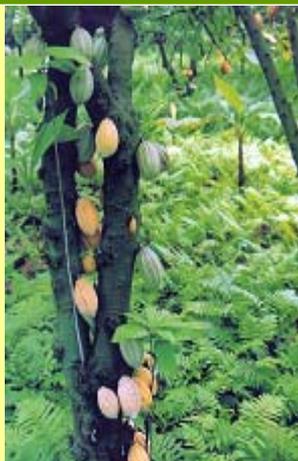


**PLAN OPERATIVO
DEL CACAO
REGIÓN AMAZONAS**



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

Ficha Producto del Cacao de Amazonas

2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO

- 2.1 Situación de la producción
- 2.2 Situación del mercado
- 2.3 Evolución de la exportaciones
- 2.4 Situación de la gestión empresarial en Amazonas.
- 2.5 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves de la cadena de cacao en Amazonas.
- 2.6 La cadena de valor actual del cacao en Amazonas

3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DE CACAO

Diamante de competitividad, FODA y Cadena de valor futura

4. PLAN OPERATIVO DE CACAO

Matriz de Planificación del Plan Operativo

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	Dinámica del mercado de cacao en sus diferentes presentaciones. 2000 - 2004
Cuadro N° 3	Principales países en el Mercado del Cacao. 2000-2004
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 2000-2004
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
APPCACAO	Asociación Peruana de Productores de Cacao
CEPICAFE	Central Piurana de Cafetaleros
CERX	Comité Ejecutivo Regional Exportador
CICDA	Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agropecuario
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
INIA	Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria
Mesa de Trabajo	Mesa de Trabajo de Cacao de Amazonas
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
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 Amazonas. 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 Amazonas, 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 Amazonas (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 Amazonas. En este proceso ha sido fundamental la participación de los productores e instituciones de promoción en los talleres realizados en Bagua y Bagua Grande en los 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 Agencia Agraria de Utcubamba, cuyos profesionales han contribuido con la convocatoria a los productores, con proporcionar información y con propuestas.

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 Amazonas 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 AMAZONAS	
Nombre Comercial	Cacao
Nombre Científico	<i>Theobroma cacao</i>
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 Amazonas	Nivel IV : con oferta exportable y demanda internacional
Principales zonas de Producción en Amazonas	Bagua, Uctubamba y Condorcanqui, todas ellas a menos de 1,000 metros sobre el nivel del mar y con las mejores condiciones ecológicas para el cultivo.
Producción y rendimiento agrícola en Amazonas	En el 2005, la superficie cultivada fue de 3,615 Ha, el rendimiento promedio está entre 790 y 900 kilos de cacao seco por hectárea, superior al promedio nacional (aproximadamente 500 kilos).
Productores	2,800 productores de cacao que cultivan 3,615 hectáreas (tamaño promedio de 1.3 hectáreas por productor), 20% de los productores pertenecen a asociaciones.
Formas de presentación del cacao en Amazonas	Oferta Actual: cacao en grano sin clasificar y secado sin los estándares de calidad 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 ácido oleico ≤ 1% 1804000012: Manteca de cacao c/índice de acidez expresado en ácido 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 esteroides, los cuales pueden bloquear la absorción de colesterol. Además posee cualidades antioxidantes y estimula la circulación sanguínea y cerebral.
Oferta Actual y Potencial de Amazonas	En los últimos cinco años el volumen de producción ha venido creciendo alcanzando en el 2005 las 2,532 TM de cacao.
Envases de exportación	Grano seco: en sacos de yute
Planta de Procesamiento	No existen plantas de procesamiento en la región por lo que se vende el cacao en grano sin escoger a los acopiadores para que sea transformado en manteca de cacao en otra región.
Principales mercados de exportaciones directas e indirectas	Aunque no hay registros oficiales, actualmente solo se exporta a Ecuador de manera informal mediante operaciones de comercio fronterizo. Se vende a acopiadores de empresas peruanas que procesan y exportan derivados de cacao. Considerando la posibilidad de Amazonas de ofertar cacao fino y de aroma, los mercados objetivos 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 Amazonas, (iii) Elaboración: Consorcio SASE-KIPU, Diciembre 2006	

2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO

2.1 Situación de la producción.

En esta sección se revisa la situación de la producción de cacao a nivel mundial, nacional y de la Región Amazonas.

La producción a nivel mundial.

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

	Producción promedio anual 2000 - 2004 (en TM)	% resp. al Total	Tasa crecimiento anual producción 2000 - 2004 (%)
Costa de Marfil	1,335	38.8	-0.8
Ghana	480	14.0	13.8
Indonesia	467	13.6	8.0
Nigeria	349	10.2	2.2
Brasil	185	5.4	-1.0
Camerún	133	3.9	7.0
Ecuador	95	2.8	5.8
Turquía	65	1.9	
Colombia	48	1.4	4.8
México	44	1.3	11.9
República Dominicana	46	1.3	6.1
Malasia	49	1.4	-17.7
Perú	25	0.7	2.6
Otros	116	3.4	
Total mundial	3,437	100.0	3.5

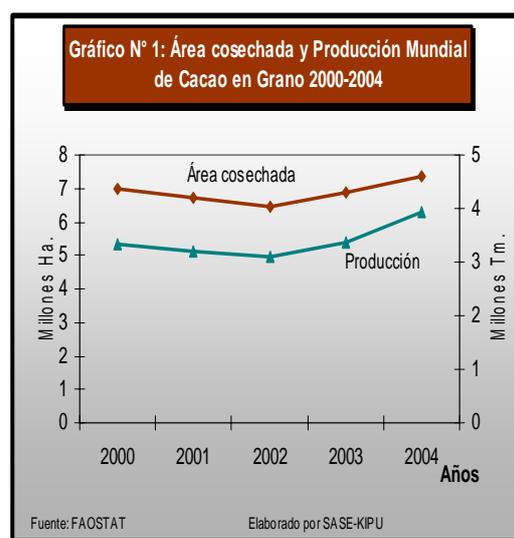
Fuente: FAO
Elaborado por SASE-KIPU

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

crecimiento en los últimos años.

El sector del cacao se caracteriza por un alto grado de concentración. Así, 4 países (Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria) concentran el 75% de la producción mundial de cacao, 5 empresas procesan el 70% del cacao, y 6 multinacionales cacaoteras (Hershey, Mars, Philip Morris, Nestlé, Cadbury-Schweppes y Ferrero) controlan 80% del mercado mundial.

En relación a la productividad de cacao, ésta varía según regiones: en los países asiáticos la productividad promedio es



¹ Inclusive, en el 2005 la producción mundial cayó en casi 10% debido principalmente a los problemas políticos y sociales que atraviesa el principal productor (Costa de Marfil), lo que ha redundado en una disminución de su oferta.

de 0.8 TM / ha, en los africanos 0.5 TM / ha, y en los de América apenas 0.3 TM / ha.

Existen dos clases de cacao: el cacao básico, el cacao fino y de aroma. Más del 90% del cacao producido cada año en el mundo es básico (o a granel) y procede en su mayoría de África, en especial de la variedad forastero. En cambio, el cacao fino y de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor, y representa poco más del 5% de la producción mundial de cacao. El mercado para este cacao fino es considerado como un mercado separado y altamente especializado, con sus propias características oferta y demanda.

Los estándares internacionales para la comercialización de cacao exigen que éste sea fermentado, completamente seco, libre de granos con olor a humo u otros olores anormales, de insectos vivos, de granos partidos y/o fragmentados, y en general de cualquier evidencia de adulteración. Usualmente, el estándar contra el cual se mide la calidad de un grano es el cacao de Ghana, y la clasificación se hace sobre la base de la cuenta de los granos defectuosos en la prueba de corte.

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 producido², 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.

Los productores más importantes de cacao orgánico son República Dominicana (51% de la 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 entre ellos Perú y otros países de América como Cuba, Brasil, Ecuador, Haití, Honduras, y Panamá. Es importante reconocer que los productores de cacao africanos parecen tener mayores oportunidades porque el cacao africano convencional es valorado como de mejor calidad, lo cual puede limitar el precio que se estaría dispuesto a pagar por el cacao orgánico de los países de América Latina.

La producción orgánica debe ser certificada por una agencia autorizada en otorgar certificaciones internacionalmente³, como por ejemplo SKAL (con sede central ubicada en Holanda, y cuyo sello es requerido para el cacao orgánico y

² 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.

³ A nivel mundial, las primeras certificaciones se registraron en 1988, aunque en el Perú recién en el 2001.

sus derivados que se venden en Europa y Japón), OCIA (con sede central en Estados Unidos, y cuyo sello es requerido para el café orgánico que se vende en Estados Unidos y Canadá) u otras como BIOLATINA, IMO/CONTROL, NATURLAND, BIOSUISSE, UTZ KAPEH.

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 según la cotización de las Bolsas de Londres y Nueva Cork (durante el 2005 el precio osciló alrededor de US\$1,500 por TM), el cacao orgánico se vende a precio de Bolsa + US\$200, y el cacao orgánico y certificado FLO (Comercio Justo) se vende a US\$1,600 + US\$ 350.

En relación a este mercado de Comercio Justo, se estima que en los últimos años las transacciones en él vienen aumentando a un tasa promedio de 20% anual y que la tendencia es creciente. Con dicho mercado, el cacao se compra a un precio mayor y directamente a cooperativas de pequeños productores que cultivan sus tierras de manera ecológica. Los mayores beneficios son invertidos en proyectos comunitarios ligados a la salud, la educación o al medio ambiente.

La producción de cacao en el Perú.

En el Perú la producción (que se concentra entre los meses de Abril y Agosto) en el 2004 alcanzó casi 25,000 TM, lo que representa el 0.7% de la producción mundial. Dicha producción se obtiene de 46,790 hectáreas cosechadas, es decir, un rendimiento de 0.51 TM / ha, que ubica al país décimo en el ranking mundial. Durante el periodo 2000 - 2004 el área cosechada creció a una tasa de casi el % mientras que la producción lo hizo a una de 3%, lo que significa un deterioro en los niveles de rendimiento.

Al desagregar la producción según regiones, se tiene que en el 2005 Cuzco concentró el 25% de la oferta, Ayacucho el 22%, Amazonas el 14% y Junín el 13%. Se debe relevar además que el cacao producido en el Nor-Oriente peruano se caracteriza por poseer un gran aroma y granos finos, lo que significa que en dicha zona existe un mercado nicho que el cacao peruano podría ganar: el mercado de cacao de gran calidad.

La producción de cacao en la Región Amazonas.

La Región Amazonas reúne muchas de las condiciones naturales que favorecen el cultivo de cacao: precipitación entre 1,600 a 2,500 mm distribuidos todo el año, temperatura entre 23 y 32 grados, altura entre 200 y 600 metros, etc. En tal sentido, las principales zonas de producción de cacao son Bagua, Uctubamba y Condorcanqui, todas ellas a menos de 1,000 metros sobre el nivel del mar.

Existen en la Región unos 2,800 productores de cacao que cultivan 3,615 hectáreas (es decir, tamaño promedio de 1.3 hectáreas por productor), oscilando el rendimiento promedio entre 790 y 900 kilos de cacao seco por hectárea, superior al promedio nacional (aproximadamente 500 kilos) pero inferior al de Tumbes que supera los 1,000 kilos.

Estos productores de cacao también suelen cultivar otros productos (café, arroz, yuca, plátano, papaya, limón), entre otras razones porque la plantación

de cacao se suele dar como parte de un sistema agroforestal diversificado, que asocia árboles de cacao con árboles de sombra como el plátano (sombra temporal) y/o el naranjo (sombra permanente), cedro, laurel, etc.

Asimismo coexisten en Amazonas las plantaciones antiguas de cacao con las nuevas. En el caso de las antiguas, tienen un promedio de distanciamiento de 4 metros entre plantas y 4 metros entre líneas (4x4) lo que permite tener aproximadamente 800 árboles de cacao por hectárea; mientras que para el caso de plantaciones jóvenes, se les puede dar un distanciamiento de 3x3, lo que permite tener aproximadamente 1,100 árboles de cacao por hectárea.

Además del tratamiento de cultivo que el productor de cacao realiza durante la siembra y cosecha, es fundamental para lograr una buena calidad del producto final llevar a cabo un adecuado tratamiento post-cosecha (incluyen los procesos de fermentación y secado), que permite eliminar sabor amargo, obtener un mejor aroma y extraer el exceso de humedad de los granos.

En la Región, existen algunas deficiencias al respecto ya que, en muchos casos, no se lleva a cabo ningún proceso, solamente se cosecha y se pone a secar, sin tener en cuenta los parámetros de calidad. Una de las principales razones que explica ello es que los acopiadores de la Región (a quienes les venden el cacao los productores) no exigen calidad porque el grano de cacao que acopian en la mayoría de ocasiones se transforma en manteca de baja calidad.

Un mercado que recién en los últimos años se viene desarrollando en la Región es el del cacao orgánico. En este tipo de cacao, a diferencia del convencional, se abona con productos naturales (guano de isla, compost, biol, roca fosfórica) y se hace un control de parásitos sin productos químicos. Ello significa que la producción de cacao orgánico no solamente aumenta los rendimientos y se vende a mejores precios, sino que también permite una producción más sostenible.

2.2. Situación del mercado.

Tanto en el mercado convencional como en el orgánico, los principales consumidores del cacao son los países desarrollados (Estados Unidos, Alemania, Francia y Reino Unido). 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 el orgánico y el de 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 presentaciones.

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.

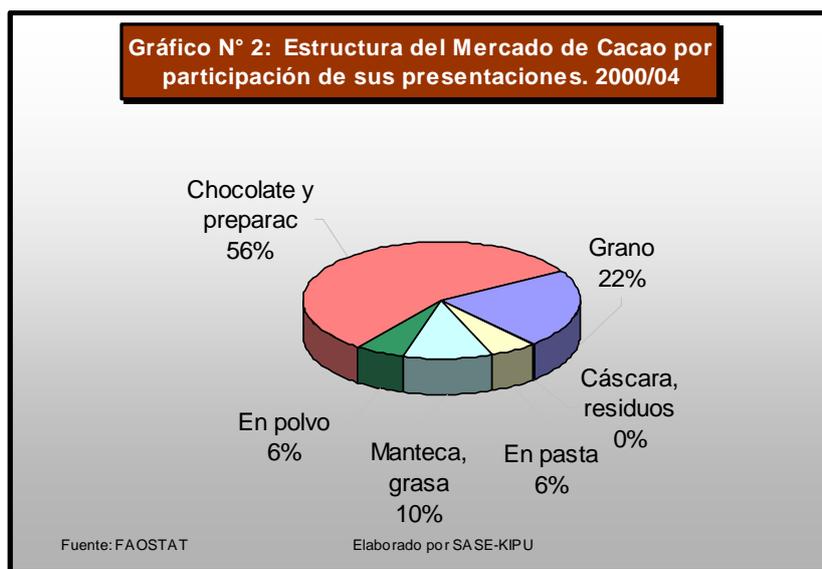
- 1804. Manteca, grasa y aceite de cacao.
- 1805. Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.
- 1806. Chocolate y demás preparaciones con cacao.

Para el periodo 2000-2004 (ver Cuadro 2), el promedio anual de valor del comercio (exportaciones + importaciones) de cacao a nivel mundial fue US\$ 30,500 millones, y con un crecimiento promedio anual de 18% en dicho período. Como lo muestra el Gráfico 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%).

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 previenen los trastornos cardiovasculares y estimulan las defensas del organismo).

Cuadro N° 2. Dinámica del mercado de cacao en sus diferentes presentaciones. 2000 - 2004				
Descripción		Valor promedio anual comercio mundial 2000 - 2004 (en millones US\$)	% resp. al Total	Tasa crecimiento anual comercio mundial 2000 - 2004 (%)
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	6,593	22.0	21.6
1802	Cáscara, películas y demás residuos de cacao.	107	0.4	49.5
1803	Pasta de cacao, incluso desgrasada.	1,710	5.7	26.3
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao.	3,066	10.1	18.7
1805	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.	1,811	6.1	35.4
1806	Chocolate y demás preparaciones alimentos con cacao.	17,202	55.8	13.8
Total Mundial		30,489	100.0	17.7

Fuente: COMTRADE
Elaborado por SASE-KIPU



Países que participan en el comercio internacional del cacao y sus presentaciones.

En el comercio internacional del cacao y sus presentaciones, la participación de los 7 primeros países, como lo muestra el Cuadro 3, 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° 3: Principales países en el Mercado del Cacao. 2000-2004

País	Export promedio anual 2000 – 2004 mills US\$	Import Promedio anual 2000 – 2004 mills US\$	Total Promedio anual 2000 – 2004 mills US\$	% resp. al Total
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 Mundial	15,142	15,348	30,489	100.0

Fuente: COMTRADE
Elaborado por SASE-KIPU



El valor de las importaciones del cacao y sus presentaciones en el mundo bordean los US\$ 15,000 millones anuales durante el periodo 2000 – 2004. Más de la mitad (el 54%) de la demanda de cacao y sus presentaciones es absorbido por 6 países, siendo Estados Unidos quien ocupa el primer lugar con US\$ 2,000 millones (13% del total) y una tasa promedio de crecimiento de 17% en los últimos cuatro años, 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.

Del Cuadro 4, que presenta los tres principales países importadores por cada presentación del cacao, se puede destacar lo siguiente:

- La demanda de chocolate y demás preparados de cacao es la más alta, con casi US\$ 8,400 millones de valor de importación, lo que representa el 54% del total de la demanda de cacao y sus preparaciones. Es más del doble que el valor de cacao en grano, seis veces el valor de la manteca de cacao, y nueve veces en relación a la pasta de cacao o cacao en polvo.
- Si bien en todas las partidas las importaciones han crecido a una tasa promedio anual positiva, las más altas se registran en las presentaciones “cacao en polvo”, “cáscara de cacao” y “pasta de cacao”.
- Estados Unidos aparece en casi todos los rubros de cacao, como primer importador de cacao en polvo, y segundo importador de cacao en grano, pasta de cacao, y chocolate. Alemania aparece en cuatro rubros: manteca de cacao (primer comprador), cacao en polvo (segundo), chocolates y cacao en grano (tercero en ambos casos). Finalmente, Holanda y Francia tienen presencia en tres rubros cada uno.

Cuadro N° 4. Principales países importadores de cacao y sus preparaciones. 2000 – 2004				
Producto	País	Valor promedio anual importaciones 2000 – 2004 (millones US\$)	% resp. al Total	Tasa crecimiento anual importaciones 2000 – 2004 (%)
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				

2.3. Evolución de las exportaciones.

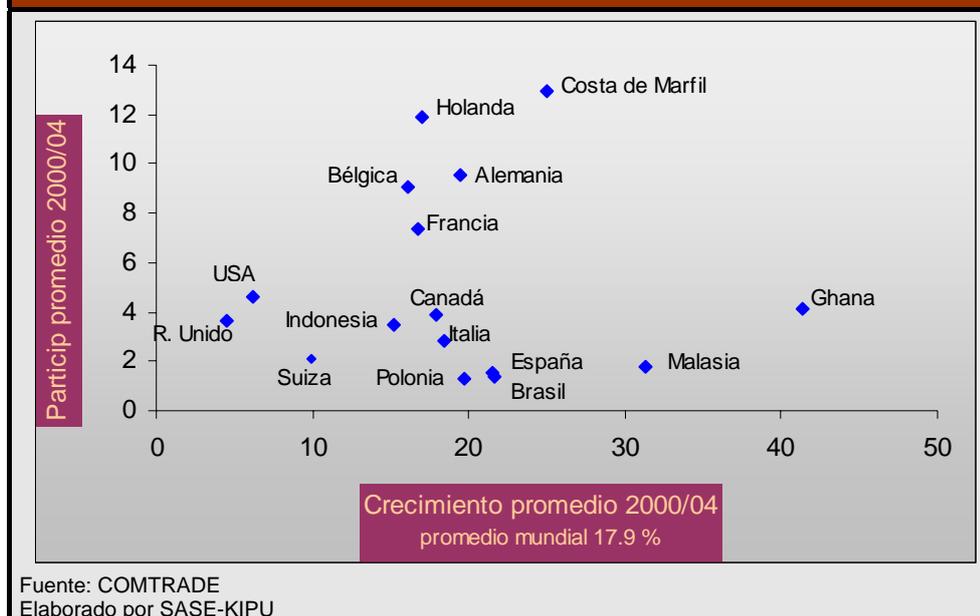
El volumen mundial de cacao exportado durante el período 2000 – 2004 alcanzó casi el 75% de la producción en dicho período. El valor de las exportaciones del cacao y sus presentaciones en el mundo bordean los US\$ 15,000 millones anuales durante el periodo 2000 – 2004.

Como se observó en el Cuadro 3, el 51% de dichas exportaciones corresponden a 5 países, siendo Costa de Marfil quien ocupa el primer lugar con el 13% y una tasa de crecimiento promedio anual de 25%, seguido muy de cerca por Holanda, Alemania, Bélgica y Francia que participaron sobretodo con la exportación de chocolates, y que muestran también tasas de crecimiento promedio anual positivas.

En el siguiente gráfico se ilustra la dinámica de las exportaciones del cacao según países, y se observa que países como Ghana, Malasia, Brasil y España

tienen una participación relativamente baja sobre el total exportado a nivel mundial, pero que vienen creciendo a tasas muy significativas.

Gráfico N° 4. Dinámica de las exportaciones del cacao y sus preparaciones



En términos generales, al observar la dinámica del comercio internacional, se puede afirmar que los países importadores (desarrollados en su gran mayoría) demandan sobretodo chocolates, y en menor medida cacao en grano y manteca de cacao. Mientras que 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).

En el Cuadro 5 se presentan los tres principales países exportadores por cada presentación del cacao y se puede destacar lo siguiente:

- El rubro que tiene mayor valor en las exportaciones es el de chocolates con casi US\$ 9 mil millones, lo que representa casi el 60% 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 o cacao en polvo.
- Si bien en todas las partidas las importaciones han crecido a una tasa promedio anual positiva, las más altas se registran en las presentaciones “cáscara de cacao”, “cacao en polvo” y “pasta de cacao”.
- Costa de Marfil aparece en casi todos los rubros de cacao, como primer importador de cacao en grano, cáscara y pasta, y tercer importador de cacao en polvo y manteca. Francia aparece en cuatro rubros: manteca y cacao en polvo (segundo comprador), pasta de cacao y chocolate (tercer comprador). Finalmente, Holanda tiene presencia en tres rubros: cacao y manteca como primer comprador, y pasta como segundo.

Cuadro N° 5. Principales países exportadores y sus preparaciones. 2000 – 2004			
País	Valor promedio anual exportaciones 2000 – 2004 (millones US\$)	% resp. al Total	Tasa crecimiento anual exportaciones 2000 – 2004 (%)
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 alimentos 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			

Se debe destacar que países como 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.

Asimismo, los estándares de calidad que se observan al momento de efectuar una exportación / importación son además del peso y tamaño, los porcentajes de acidez, humedad, fermentación, impurezas, taninos de los granos, etc. La exportación de granos de cacao se hace generalmente en contenedores de 17 TM máximo, a granel o en sacos de yute de 80 kilos; en cambio, la manteca y

el licor se exportan en cartones de 25 a 30 kilos, y el polvo se envasa en sacos de 25 kilos.

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.

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 del 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, vía la contratación de inspectores locales. Se estima que el costo de una certificación oscila entre US\$1,000 y US\$10,000⁴.

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. Asimismo, en algunos países, la menor oferta y el costo adicional de la distribución contribuyen a elevar el precio.

Se estima que 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. Pero inclusive al interior de la Unión Europea, las diferencias de los precios que se pagan son grandes, siendo Suecia el país que paga precios más bajos a los productos orgánicos, y Alemania el que paga 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

⁴ Los costos de conversión solamente son recuperados después de que las primeras cosechas se han vendido como orgánico. Para muchos productores, esto constituye una barrera para acceder al mercado internacional de productos orgánicos.

la calidad del producto desarrollando articulaciones con los productores de cacao orgánico de los países en vías de desarrollo. En tal sentido, algunas transnacionales están buscando proveerse de manera sostenida de cacao de calidad invirtiendo en proyectos con grupos de agricultores: 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 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 5)

Asimismo, como se observa en el Cuadro 6, 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 desaceleró su crecimiento en –1%.



Existen rubros que se muestran muy dinámicos a pesar de su poca importancia relativa en el total de exportaciones, como es el caso del cacao en grano que representan solamente el 4% de las exportaciones totales, aunque crecieron a una tasa de 177%.

También se puede observar en el Cuadro que Estados Unidos es el principal mercado de destino de las exportaciones de cacao del Perú ya que el 29% de las exportaciones peruanas se dirigen a este mercado. En segundo lugar, aparecen Holanda y Francia que concentran el 15% y 14% respectivamente. Sin embargo, los destinos principales del cacao varían según presentaciones. Así, la manteca, grasa y aceite de cacao se exporta principalmente a Estados Unidos; el chocolate y el cacao en polvo tienen como principal destino los países sudamericanos (en el caso del chocolate, a Venezuela, Bolivia y Ecuador; mientras que las exportaciones de cacao en polvo se dirigen principalmente a Bolivia y Chile); mientras que la pasta de cacao y el cacao en

grano se orientan a países europeos (España y Alemania en caso de la pasta de cacao, e Italia y Bélgica para el cacao en grano).

Cuadro N° 6: Exportaciones peruanas de cacao y sus preparaciones. Principales lugares de destino, 2000 – 2004							
Producto		Exportaciones anuales promedio 2000/2004			Países de Destino (%)		
		Miles US\$	% resp. Total	Tasa crecimiento anual (%)	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 preparaciones 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

En relación a las empresas exportadoras, Negusa S.A., Procacao S.A., Machu Picchu Coffee Trading y Goods Foods son las principales en lo que respecta a manteca de cacao; mientras que las que exportan granos enteros son principalmente organizaciones de productores tales como Cacao VRAE, CAC VRA y CAC Acopagro. Se observa también un constante ingreso y salida de empresas que exportan: de las 41 que exportaron durante el período 2001 – 2005, solamente 5 lo hicieron en cada uno de los años.

Finalmente, se debe mencionar que 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 Huánuco) que en el año 2005 exportó manteca y pasta de cacao orgánico por un valor de US\$ 2.2 millones.

Presencia de otros países exportadores de cacao en los principales mercados de destino del cacao peruano.

En lo que respecta a manteca de cacao (partida 1804), como se observó en el Cuadro 6, los principales mercados destino de las exportaciones peruanas son Estados Unidos, Francia y Holanda.

En el caso de Estados Unidos las importaciones durante el período 2000 – 2004 tuvieron un valor promedio de US\$ 217 millones, siendo Malasia,

Indonesia y Brasil su principales proveedores (entre los tres cubrieron casi el 65% de la demanda). Perú, en cambio, 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.

En Francia y Holanda, el principal proveedor es Costa de Marfil (en ambos casos cubre casi el 40% de la demanda de estos países europeos), y también tienen una participación importante Indonesia, Holanda, Malasia y Brasil. Perú cubrió el 3% de la demanda en el caso de Francia y el 2% en Holanda, aunque, a diferencia de lo que ocurre con Estados Unidos, en ambos países las importaciones provenientes del Perú han crecido a una tasa promedio anual muy alta (92% en Francia y 157% en Holanda).

Cuadro 7. Dinámica de las importaciones de manteca de cacao 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
% resp. Total	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
% resp. Total	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
% resp. Total	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 relación al rubro de chocolates (partida 1806) los principales mercados destino de las exportaciones peruanas son Venezuela, Bolivia y Ecuador.

En Venezuela, las importaciones anuales son alrededor de US\$ 20.5 millones y sus principales proveedores son Colombia, Estados Unidos y Chile (entre los tres países cubrieron más del 50% de la demanda). Las importaciones procedentes del Perú representan el 12% y se han incrementado a una tasa promedio anual de 2%.

En el caso de Bolivia, se trata de un mercado en retroceso y las importaciones procedentes del Perú también han decrecido (-9%). En cambio, Ecuador es un mercado pequeño pero muy dinámico, cuyos principales abastecedores son Colombia, Chile y Argentina 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° 8: Dinámica de las importaciones de chocolate 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
% resp. Total	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
% resp. Total	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
% resp. Total	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 9). En cacao en polvo, es el principal abastecedor del mercado de Bolivia y tiene como competidores a España y Ecuador. Mientras que 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.

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° 9. Dinámica de las importaciones 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
% resp. Total	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
% resp. Total	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
% resp. Total	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
% resp. Total	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
% resp. Total	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						

2.4 Situación de la gestión empresarial en Amazonas.

A nivel nacional, aproximadamente el 20% del total de productores de cacao pertenecen a organizaciones. Asimismo, son pocas las experiencias de organizaciones de productores de cacao que comercializan el producto, algunas de las cuales son: Cooperativa Agraria Cafetalera VRA & CAC Quinacho, Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo, Triple A, Cooperativa Agraria Cafetalera Acopagro, Norcacao, APROCAM.

De todas las organizaciones de productores, solamente algunas disponen de cacao orgánico y 2 tienen la certificación Comercio Justo y exportan directamente a Bélgica (cacao orgánico), Holanda, Italia, España (cacao convencional), y Suiza (cacao convencional, orgánico, comercio justo).

En la Región Amazonas existen algunas organizaciones (cooperativas, asociaciones, comités) pero ninguna orientada exclusivamente a los productores de cacao (en buena medida, porque no es usual que los productores se dediquen a un solo cultivo):

- Cooperativa Agraria Cafetalera Bagua Grande. 500 productores de café, de los cuales aproximadamente 80 cultivan cacao.
- Cooperativa Agraria Cafetalera La Palma de Copallín de Bagua. 120 asociados, que cultivan café y cacao.
- Asociación de Productores Agropecuarios Luis Solivarría Ureta. 300 asociados entre productores de arroz, menestras, café y cacao.
- Asociación de Productores Agropecuarios Niño Dios. 150 asociados entre productores de arroz y cacao.
- Asociación de productores cacaoteros y cafetaleros de Amazonas (APROCAM). 30 asociados.
- Central de Productores Agropecuarios de Amazonas (CEPROA). 800 asociados que cultivan arroz, café y cacao.
- Comité de Productores de Arroz de Uctubamba. 520 productores de arroz, algunos de los cuales también cultivan cacao.

Uno de los problemas principales es la limitada presencia de las organizaciones en la comercialización del cacao⁵, lo cual se explica, en parte, por la ausencia de capital de trabajo para infraestructura, almacenes y equipos propios de un eficiente sistema de acopio. Pero además, las mayores exigencias de calidad sobre el cacao que compran, en relación a lo que exigen los acopiadores, disuade a muchos productores de comercializar a través de estas organizaciones.

Estas organizaciones tienen una estrategia de compra muy dispersa porque compran también a no socios. Además, en el Perú no existe una instancia de coordinación entre las organizaciones para formular y negociar propuestas políticas a favor de los productores organizados.

2.5 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves de la cadena de cacao en Amazonas.

Uno de los insumos más importantes en la producción de cacao son las semillas, en las que se puede distinguir dos variedades: las criollas y las mejoradas. En Amazonas, aproximadamente el 75% de las variedades son

⁵ Se estima que, a nivel nacional, apenas el 10% de la comercialización de cacao se da a través de organizaciones.

criollas y el 25% restante mejoradas (CCN 51, Pao, Huallaga, Marañón, ICS 6, ICS 1). La poca utilización de clones mejorados se explica porque los productores no conocen la técnica para hacer los injertos y/o por su falta de recursos para comprar las semillas y pagar la mano de obra necesaria para hacer dichos injertos.

Las variedades criollas son de mayor sabor y calidad (aroma, aceites, manteca), pero no resiste mucho a las plagas; en cambio, las variedades mejoradas son más precoces en la fructificación (demoran 2 años contra 4 de las criollas), generan un mayor rendimiento (la variedad CCN 51, que es un cacao clónico, puede alcanzar las 2,500 TM/Ha), tienen una mayor tolerancia a la moniliasis y un mayor tamaño de granos, aunque son menos aromáticas e implica mayores costos (aproximadamente US\$1,500 / Ha. por instalación contra 1,200 en el caso de las criollas) y mayor trabajo en la cosecha.

No existe un mercado organizado para la provisión de semillas y/o fertilizantes, y cada productor las consigue por cuenta propia.

En cuanto a la comercialización, el cacao peruano es destinado a la agroindustria nacional, constituida principalmente por las empresas Negusa Corp. SA, Corporación del Bosque (entre ambas concentran el 80%) Machu Picchu Coffee Trading y Goods Foods (ex Winter). Estas empresas procesan el cacao y lo venden tanto a nivel nacional como internacional (en el caso de Negusa por ejemplo, el 70% del cacao comprado se destina a la exportación).

Las empresas agroindustriales se proveen del cacao a través de una red de acopiadores locales y regionales. Este sistema de acopio no exige una producción de calidad, porque la mayor parte del cacao es destinado a la exportación de manteca de cacao de baja calidad o al mercado nacional como chocolate. A su vez, esta reducida exigencia de calidad influye negativamente en la imagen internacional que tiene el cacao peruano.

Respecto al procesamiento, a partir de las semillas del cacao, se puede obtener cacao en grano, licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao, cacao en polvo y chocolate. En el Perú, hay algunas empresas que preparan chocolate y derivados de cacao tanto para el mercado nacional como para la exportación, y se estima en unas 35,000 TM de granos anuales la capacidad de procesamiento a nivel nacional.

Algunas de estas empresas son Conalisa (Chiclayo), IACSA (Cuzco), Mayo (Tarapoto), Tingo María (Naranjillo), Peruvian Cocoa (Lima), Negusa (Pisco) y Goods Foods (Pisco). De estas, solo Naranjillo (produce licor, manteca y polvo, y tiene una capacidad de 2,500 TM/año) y Mayo (produce licor de cacao y cuenta con una capacidad de 240 TM/año) se ubican en zonas cacaoteras.

En relación al crédito, los productores tienen dificultades para acceder a él puesto que las instituciones financieras (Cajas Municipales, Cajas Rurales, Cooperativas) prefieren como sujetos de crédito a productores de otros cultivos como el arroz. Además, por el lado de los productores, a veces no están interesados en solicitar crédito debido a las elevadas tasas de interés (4% mensual en promedio).

Finalmente, existen en Amazonas un importante número de instituciones y/o proyectos que apoyan al desarrollo del sector cacaoero de la Región, entre las cuales destacan:

- Proyecto Especial Jaén – San Ignacio – Bagua. Con financiamiento de INADE – GTZ – KFW (convenio con Alemania) se apoya a los productores de cacao y café. Existe un Banco de Germoplasma.
- PROCACAO - Proyecto de Fomento a la Competitividad del Sector Cacaoero en el Perú, financiado por la Unión Europea.
- CARITAS. Provee de asistencia técnica a los productores en los campos de cultivo. Maneja viveros de cacao.
- PRA. Asesora en los mecanismos que existen para articularse al mercado.
- ONG Cooperación Internacional para el Desarrollo Agrícola (CICDA). A través de sus programas de cooperación, brinda asesoría técnica y apoyo financiero a cooperativas cafetaleras.
- ONG PideCafé. Brinda asistencia y equipamiento.
- Comité de Productores de Arroz. En convenio con la Municipalidad de Utcubamba, manejan plantones de cacao, vía la Comisión de Regantes.
- SENASA – INIA, en las provincias de Utcubamba y Bagua. Tienen escuelas de campo que enseñan prácticas eficientes de cultivo como manejo de plagas, poda, etc.
- Ministerio de Agricultura. Trabaja temas de cadenas productivas, articulación al mercado y financiamiento. Maneja plantones de cacao.
- PRONAMACHS. Manejo de viveros en Comités Conservacionistas en Utcubamba.
- FONCODES, vía núcleos ejecutores.

2.6 La cadena de valor actual del cacao en Amazonas.

El esquema de la cadena exportadora actual del cacao de Amazonas identifica los actores directos de ésta y sus eslabonamientos con actores nacionales e internacionales. Es importante definir este esquema de la cadena al inicio de un Plan Operativo ya que, al compararlo con el esquema de la cadena futura, facilita la definición de las estrategias y actividades que forman parte de dicho Plan (¿qué hacer para “pasar” de la cadena actual a la futura?). Además, sirve como línea de base de carácter cualitativo para posteriores evaluaciones.

Como se aprecia en la figura de la cadena actual, los productores de cacao se pueden clasificar en aquéllos que trabajan de manera individual, quienes pertenecen a las asociaciones, a las cooperativas y finalmente el Comité de productores. Si bien en todos los casos venden grano seco y grano seco fermentado, y aún no existe producción de cacao orgánico, la diferencia está en los canales de comercialización que utilizan.

En el caso de los agricultores individuales y los que pertenecen a asociaciones, la cadena contiene más eslabones: primero les venden a los acopiadores o a los centros de acopio de APROCAM; luego estos centros entregan la producción a procesadores locales y/o agroindustriales nacionales; finalmente, luego del procesamiento respectivo, estas empresas venden a empresas nacionales o extranjeras los derivados del cacao (licor, manteca, pasta).

Mientras que en el caso de los productores que pertenecen a cooperativas (Las Palmas) la cadena es más simple, ya que han formado una integración vertical con CEPICAFE y venden directamente al importador. Finalmente, el Comité de Productores vende a los centros de acopio de CARITAS y de aquí a su vez a la alianza Las Palmas – CEPICAFE.

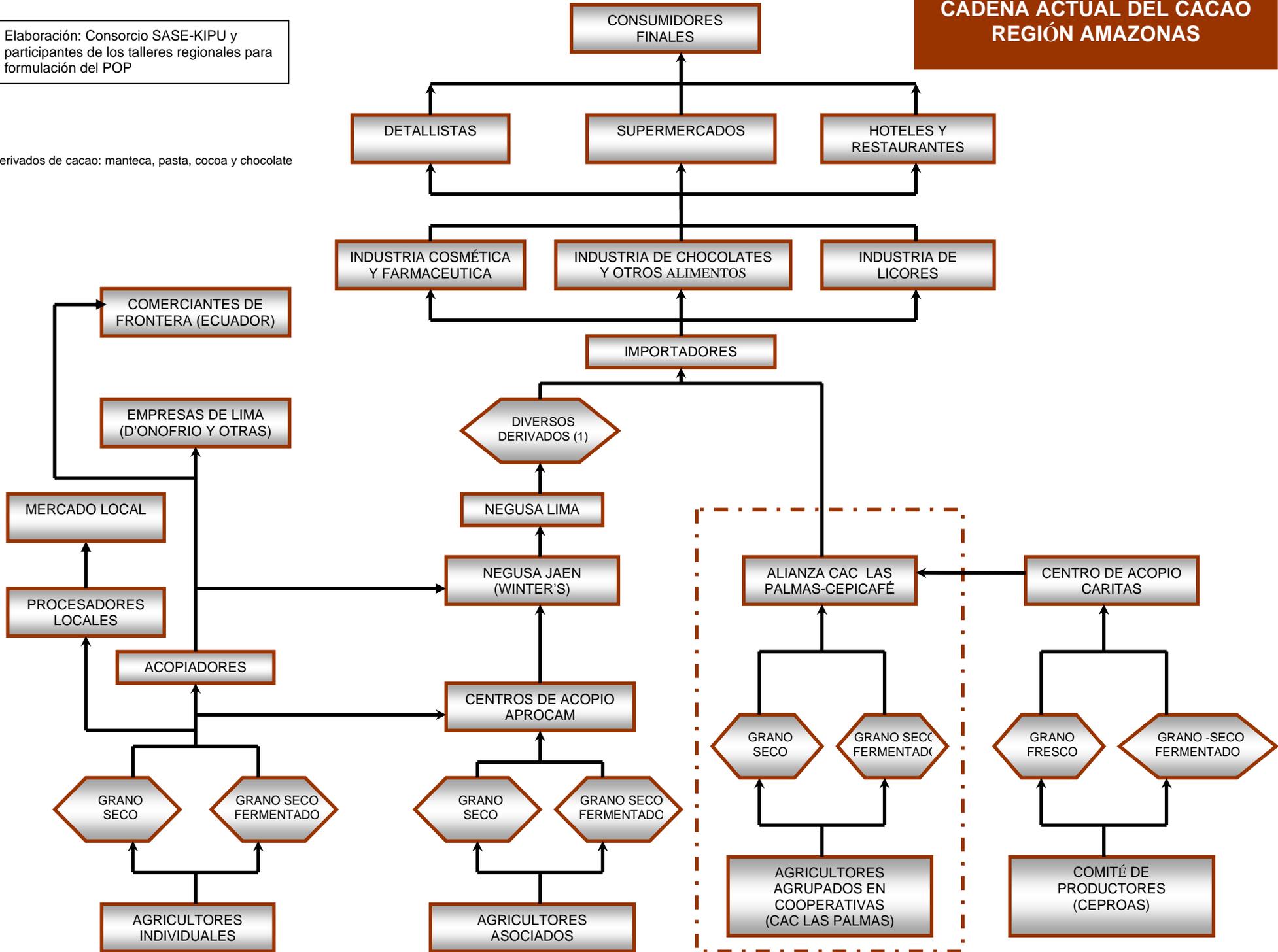
En síntesis, en términos generales, en la cadena actual del cacao en Amazonas se distinguen tres niveles de intermediación entre el productor y el consumidor final: acopiadores locales y/o centros de acopio; agroindustrias encargadas del procesamiento; y los importadores que finalmente venden el producto al consumidor final.

Respecto a la asociatividad, en el caso de los eslabones primarios se presenta de alguna manera aunque involucra a un porcentaje reducido de productores (los que pertenecen a asociaciones o cooperativas). Asimismo, se observa una experiencia de integración vertical, anteriormente ya comentada

Elaboración: Consorcio SASE-KIPU y participantes de los talleres regionales para formulación del POP

CADENA ACTUAL DEL CACAO REGIÓN AMAZONAS

(1) Derivados de cacao: manteca, pasta, cocoa y chocolate



3. ANALISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DEL CACAO EN AMAZONAS

El análisis de la capacidad competitiva de Amazonas como región exportadora de cacao permite definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo de este producto.

Con este fin, se aplicaron tres instrumentos para el diagnóstico situacional y prospectivo así como para la identificación de las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena de valor del cacao: (a) el Diamante de Competitividad, (b) el FODA⁶, y (c) el diseño de la Cadena Futura⁷ del cacao, cuya proyección a diez años refleja la visión de los actores regionales y los retos que se deben afrontar. De la comparación de la cadena futura con la actual, se infieren estrategias que permitirán pasar de la actual situación productiva, tecnológica, organizacional y comercial al escenario que se propone para el año 2016.

Los instrumentos de análisis mencionados se aplicaron con la participación de los actores involucrados en el esfuerzo exportador del cacao: productores, empresarios funcionarios públicos, representantes de las universidades e institutos tecnológicos y organizaciones sin fines de lucro. Dicha participación se efectuó en tres instancias: a) talleres interactivos, b) Mesa de Trabajo del Cacao, y c) entrevistas.

En los talleres se analizaron y valoraron los factores y los atributos que inciden positiva o negativamente en la competitividad de la cadena, cuyos resultados se presentan en el Diamante de Competitividad del Cacao, el FODA y el bosquejo de la Cadena Futura. La versión preliminar de dichos instrumentos fue complementada y validada con los aportes de la Mesa de Trabajo del Cacao y del Equipo Consultor.

Como se puede apreciar en las figuras que representan el Diamante de Competitividad y la Matriz FODA, los factores que influyen favorablemente en la competitividad exportadora de cacao en la Región (y que representan, por lo tanto, las fortalezas de la Región para la exportación de dicho producto) son principalmente: las condiciones climáticas y de altitud, la calidad de los suelos, el rendimiento por hectárea superior al promedio nacional, y la existencia de variedades tanto criollas como mejoradas (todos ellos factores “naturales”); la experiencia de los productores en el cultivo y el bajo uso de agroquímicos y fungicidas (factores “de oferta”); así como la existencia de proyectos e instituciones públicos y privados que apoyan el desarrollo del cacao.

Mientras que los factores que influyen negativamente en la competitividad exportadora de cacao en la Región (y que representan, por lo tanto, las debilidades de la Región para la exportación de dicho producto) son principalmente las deficiencias y/o ausencias en infraestructura general (riego, energía, vial, telecomunicaciones) y específica (post cosecha, fermentado y secado); en prácticas empresariales (tratamiento post cosecha, producción orgánica, análisis previo de suelos, manejo integrado de plagas, organización y asociatividad); y en factores asociados a la demanda como la poca exigencia

⁶ En el Plan Estratégico Regional Exportador de Abancay se explica las características de estos dos instrumentos.

⁷ Instrumento adaptado por Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo de Consultores.

de una producción de calidad por parte de los acopiadores y el escaso consumo de cacao dentro de la Región.

Las oportunidades para la exportación del cacao, además del incremento de consumo de dicho producto en el extranjero y de la presencia de instituciones que brinden asistencia técnica y otros servicios a los productores, vienen dadas principalmente por el desarrollo de nuevas variedades mejoradas (con mayores rendimientos y resistencia a las enfermedades que las criollas), por la ampliación de la frontera agrícola de la Región, por la creciente demanda internacional en mercados especiales (orgánico y comercio justo), por los problemas sociales y políticos que atraviesa Costa de Marfil (el principal productor y exportador de cacao a nivel mundial).

Y en cuanto a las amenazas para la exportación de dicho producto son principalmente la presencia de fenómenos naturales como la sequía, la mayor incidencia de plagas y enfermedades (moniliasis, escoba de bruja), la inestabilidad del precio internacional del cacao, y el incremento en la oferta exportable y la calidad del cacao en países competidores como Ecuador y Colombia.

POP CACAO - AMAZONAS DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD

Fraccionamiento de propiedad (minifundios)	-
Manejo de cosecha	+
Manejo de plagas y enfermedades	+ -
Manejo de post cosecha (fermentación y secado)	-
Implementación de buenas prácticas agroecológicas con proyección a certificación orgánica	+ -
Capacidad de gestión empresarial	+ -
Nivel de formalización de los productores	-
Actitud emprendedora de los productores	+ -
Competencia entre los productores	+ -
Prácticas de asociatividad entre productores	+ -
Nivel de comercialización a través de las organizaciones de productores	-
Desarrollo de cultura exportadora	-
Casos exitosos de exportación	-

BAJO

Apoyo de Gobierno Regional	-
Apoyo de Gobiernos Locales	+ -
Participación en proyectos de investigación	-
Nivel de prioridad de la política agraria hacia los productos de exportación	+ -

BAJO

Plagas y enfermedades (moniliasis, escoba de bruja)	-
Fenómenos naturales (sequías)	-
Volatilidad en precios internacionales	+ -
Restricciones y barreras en el comercio internacional	+ -



Factores avanzados

Infraestructura eléctrica	-
Infraestructura de telecomunicaciones	+ -
Infraestructura vial	-
Infraestructura portuaria y aeroportuaria	+ -
Infraestructura de riego y drenaje	-
Infraestructura meteorológica	+
Existencia de viveros certificados	-
Infraestructura de tratamiento post cosecha	-
Tecnología, investigación e innovación	-
Existencia de variedades de cacao mejoradas	+ -
Capital humano especializado en procesos de producción y comercialización	+ -
Capital humano especializado en técnicas de exportación y negocios	-

BAJO

Factores básicos

Condiciones climáticas	++
Calidad de los suelos	++
Extensión de los suelos para actividades agrícolas	+
Recursos hídricos	+
Rendimientos por hectárea del cacao	+
Capital humano no especializado	+

MUY ALTO

Servicios de asistencia técnica y capacitación	+
Cobertura de servicios de asistencia técnica	+ -
Cobertura de servicios de telecomunicaciones a nivel de poblaciones rurales	-
Servicios de información sobre las ventajas de agricultura orgánica y variedades mejoradas	+ -
Servicios de información de mercado	-
Servicios de información meteorológica	-
Facilidad de acceso a servicios financieros	-
Servicios de transporte de carga y logísticos	+ -
Servicios para trámites de exportación	+ -
Apoyo de ONG y proyectos de cooperación	+ -

BAJO

Consumo de cacao en la Región	-
Demanda interna por cacao orgánico	+ -
Exigencia de calidad del producto	-
Exigencia de presentación del producto	-
Grado de concentración de la demanda (acopiadores, empresas agroindustriales)	-
Precio de cacao en el mercado nacional	-

MUY BAJO

FODA CACAO - AMAZONAS

FORTALEZAS

- F1 Favorables condiciones climáticas para el cultivo.
- F2 Favorables condiciones de altitud para el cultivo.
- F3 Favorables condiciones de los suelos (buen drenaje, textura franco arcilloso) para el cultivo.
- F4 Es un cultivo perenne y bajo árboles de sombra, por lo que en las zonas donde se siembra y cosecha cacao se registra menos pérdida de suelo.
- F5 Disponibilidad de agua para riego, lo que asegura un régimen de producción anual.
- F6 Rendimiento por hectárea superior al promedio nacional.
- F7 Bajo uso de agroquímicos y fungicidas.
- F8 Existencia de cacao del tipo criollo que tiene demanda en mercados especiales (orgánico y comercio justo).
- F9 Existencia de clones mejorados.
- F10 Experiencia de productores en el manejo de cultivo y cosecha.
- F11 Experiencia en el manejo del beneficio del producto.
- F12 Fácil transporte del producto.
- F13 Existencia de instituciones y proyectos públicos y privados que apoyan el desarrollo del cultivo de cacao.

DEBILIDADES

- D1 Deficiente infraestructura local vial.
- D2 Deficiente infraestructura y servicio de telecomunicaciones a nivel de las poblaciones rurales.
- D3 Deficiente infraestructura de energía eléctrica.
- D4 Alta dispersión y fragmentación de la tierras y de la oferta productiva (producción atomizada).
- D5 Informalidad de las unidades productivas.
- D6 Deficiente infraestructura de riego y drenaje.
- D7 Carencia de viveros certificados en las zonas donde se cultiva cacao.
- D8 Limitada aplicación de análisis previo de suelos y otras prácticas agrícolas.
- D9 Escasa difusión del manejo integrado de plagas (podas, sombras correctas, selección de mazorcas) entre los productores.
- D10 Inadecuado tratamiento post cosecha (fermentado y secado).
- D11 Ausencia de infraestructura de procesamiento.
- D12 El sistema de acopio manejado por las grandes empresas no exige una producción de calidad, lo cual repercute negativamente en la imagen del cacao de la Región.
- D13 Escasa comercialización a través de las organizaciones de productores.
- D14 Limitado conocimiento sobre manejo del cultivo bajo un enfoque de producción orgánica.
- D15 Calidad del producto final (granos de cacao) inferior al de otros países.
- D16 Limitado acceso al financiamiento por parte de los productores.
- D17 Asistencia técnica a los productores con cobertura limitada.
- D18 Incipiente cultura empresarial exportadora.
- D19 Escaso hábito de consumo de cacao en la Región.
- D20 Deforestación y destrucción de los bosques.
- D21 Débil conciencia de la población acerca de la importancia de la conservación del medio ambiente.



OPORTUNIDADES

- O1 Creciente demanda de cacao en mercados nacionales e internacionales.
- O2 Creciente demanda de cacao en mercados especiales (orgánicos y comercio justo).
- O3 Tratado de Libre Comercio con EEUU.
- O4 Desarrollo de nuevas variedades mejoradas, a través de la ingeniería genética.
- O5 Ampliación de la frontera agrícola del cacao
- O6 Desarrollo de las cooperativas o asociaciones de cacao y alianzas estratégicas entre ellas.
- O7 Creciente importancia de las organizaciones como canal de comercialización.
- O8 Apoyo de ONG y cooperación internacional para el desarrollo del cacao
- O9 Mejora de la infraestructura vial que facilitarían la comercialización de cacao.
- O10. Mayor difusión del cultivo y consumo de cacao en la Región.
- O11 Costa de Marfil, principal productor de cacao a nivel mundial, atraviesa problemas de índole social político que redundan en una reducción de su oferta.
- O12. Estacionalidad de la producción de cacao en países competidores.

AMENAZAS

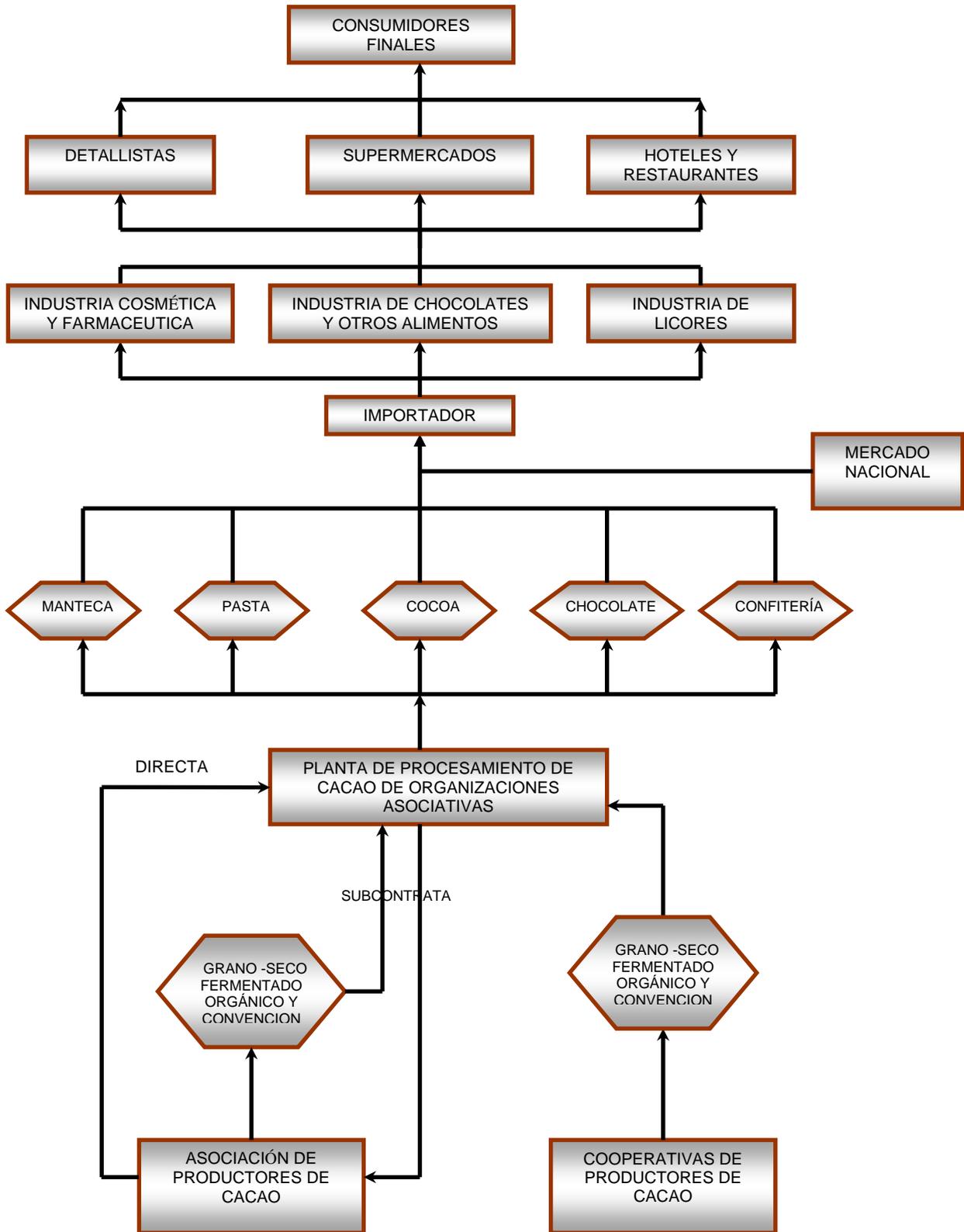
- A1 Mayor incidencia de plagas y enfermedades que afecten el cultivo.
- A2 Presencia de fenómenos naturales adversos (sequías).
- A3 Cambios climáticos no previsibles y la presencia del fenómeno del Niño
- A4 Depredación de los bosques y de la flora.
- A5 Manipulación de precios por parte de intermediarios
- A6 Inestabilidad de los precios internacionales del cacao.
- A7 Incremento de la oferta exportable en otros países.
- A8 Incremento en la calidad de los productos de Ecuador y Colombia.
- A9 Políticas arancelarias desfavorables para las cooperativas que pretendan transformar el grano de cacao.
- A10. Tratado de Libre Comercio con EEUU (para la industria chocolatera).



En relación al tercer instrumento de análisis, la cadena de valor futura de la carne de cuy, se pueden visualizar los siguientes cambios en relación a la cadena actual:

- (a) Todos los productores están organizados (en asociaciones o en cooperativas), y ya no existen productores individuales.
- (b) En el 100% de los casos, lo que ofrece el productor es cacao seco y fermentado, y no solamente seco.
- (c) Existe una planta de procesamiento de cacao, que pertenece a las organizaciones asociativas, y, por lo tanto, ya no aparecen las empresas agroindustriales que se encargaban de transformar el cacao seco en algunos de sus productos derivados
- (d) Si bien se mantiene la variedad de los productos derivados que se orientan al mercado nacional e internacional (manteca, pasta, cocoa, chocolate, confitería), no solamente se produce cacao convencional sino también orgánico.

CADENA FUTURA (2016) DEL CACAO REGIÓN AMAZONAS



Elaboración: Consorcio SASE-KIPU y participantes de los talleres regionales para formulación del POP

4. PLAN OPERATIVO DE CACAO

A fin de que exista una concordancia con el Plan Estratégico Nacional Exportador –PENX- y con el Plan Estratégico Regional Exportador –PERX- de Amazonas, los Objetivos Estratégicos del Plan Operativo del Cacao son los mismos, esto es:

- 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 para la Visión de Futuro (expresada por la cadena futura) y los objetivos estratégicos, y de 4 años para las estrategias y acciones específicas.

Se entiende que al ejecutarse las acciones propuestas, podrá haber cambios en las características de la actividad productiva y comercial, en la competencia y mercados objetivo internacionales, lo cual configurará nuevos escenarios con diferentes condiciones de competitividad. En consecuencia, el Plan Operativo debe actualizarse periódicamente a fin que se mantenga como un instrumento efectivo de gestión del cambio hacia la competitividad sostenible de la cadena de valor del cacao en Amazonas.

La cantidad y alcance de las actividades consideradas es ambicioso, y solamente se podrá lograr mediante un trabajo conjunto del sector público y privado, y con la complementación de los organismos nacionales, regionales y locales. Para cada actividad se indican las instituciones que deberían estar involucradas en la ejecución, estando subrayada aquella que funcionalmente debería asumir la responsabilidad principal.

En cuanto a los recursos presupuestales que requiere la ejecución del Plan, algunas actividades podrán ejecutarse con las capacidades humanas y económicas con que cuentan actualmente las instancias involucradas. En los casos en los que se requiera de un presupuesto específico, éste debería ser gestionado a través de la inclusión de las actividades en los Planes Operativos Anuales de las instituciones involucradas o de la formulación de proyectos específicos para su correspondiente presentación al Presupuesto Participativo de la Región y a fuentes cooperantes.

A continuación se presenta el Plan Operativo del Cacao, el cual incluye 4 objetivos estratégicos, 16 estrategias, y 68 actividades.

El primer objetivo estratégico está relacionado al desarrollo de la oferta exportable y para alcanzarlo se incluyen actividades asociadas a la generación y difusión de información relevante (sobre productores, organizaciones, proveedores de bienes y servicios); el desarrollo tecnológico (misiones, viveros, jardín clonal, Banco de Germoplasma); el aseguramiento de calidad e inocuidad (estandarización de crianza y procesamiento para obtener calidades

homogéneas, creación de Centros de Acopio y Fermentación, monitoreo de la incidencia de plagas y enfermedades); y el desarrollo de líneas de productos derivados del cacao (planta procesadora). Si bien son muchas las instituciones responsables de la ejecución de las 23 actividades incluidas en este primer objetivo, destaca la participación del Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria, la Dirección Regional Agraria, el Gobierno Regional, la Mesa de Trabajo del Cacao y las ONG en la mayoría de ellas.

El segundo objetivo estratégico tiene que ver con la promoción de la oferta exportable en los mercados de destino priorizados y se incluyen actividades asociadas a la investigación (estudios de mercados, de normas de calidad, monitoreo de la producción y exportación en otras Regiones y países, monitoreo de los mercados de cacao orgánico y comercio justo); la mejora de la gestión comercial internacional de los productores y procesadores (relaciones de cooperación, alianzas estratégicas, formación de consorcios con actores nacionales e internacionales); y la promoción y marketing propiamente dicho (página web, signos distintivos, catálogos, misiones comerciales, ruedas de negocios). Las instituciones que tienen responsabilidad en la ejecución de la mayoría de las 16 actividades propuestas en este segundo objetivo son PROMPEX y DIRCETUR.

El tercer objetivo estratégico apunta a la facilitación de la exportación e incluye actividades relacionadas a la mejora de la infraestructura vial y de riego; el acceso al financiamiento por parte de los actores económicos involucrados en la cadena exportadora del cacao; y el acceso de los productores y procesadores a registros sanitarios, certificaciones y autorizaciones que son requisitos indispensable para ingresar al mercado internacional. Entre las instituciones responsables de que se lleven a cabo las 14 actividades previstas en este tercer objetivo destacan el Gobierno Regional y el Ministerio de Agricultura.

El cuarto y último objetivo estratégico se vincula con la formación de una cultura exportadora e incluye actividades vinculadas al fortalecimiento de la asociatividad (capacitación a criadores y procesadores en gestión organizacional, mecanismos de articulación de cadenas de exportación, instrumentos de gestión); y a la formación de una actitud favorable de la sociedad hacia la exportación (difusión a través de notas de prensa, Congresos Anuales Regionales, incorporación de contenidos en las currículas de la educación secundaria y universitaria, y creación de la Facultad de Agronomía). Si bien son muchas las instituciones involucradas en la ejecución de las 15 actividades previstas en este cuarto objetivo, se debe relevar la importante participación de MINCETUR, DIRCETUR, los gobiernos locales y los centros de estudios.

PLAN OPERATIVO DEL CACAO - AMAZONAS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

16 ESTRATEGIAS Y 68 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.
23 ACTIVIDADES

ESTRATEGIA N° 1.1: Generar y difundir información actualizada sobre los actores que intervienen en la cadena de cacao en Amazonas, y sobre aspectos técnico productivos asociados a dicho producto.

ESTRATEGIA N° 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad de la cadena de valor del cacao.

ESTRATEGIA N° 1.5: Promover el mayor valor agregado en base a una mejor calidad y el desarrollo de los productos derivados del cacao: pasta, manteca, polvo, chocolate.

ESTRATEGIA N° 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad que respondan a los estándares internacionales.

ESTRATEGIA N° 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de investigación de la Región, y orientarla a la atención de las necesidades de los productores y procesadores.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 2:
DESARROLLO DE MERCADO
DE DESTINO**
Diversificar y consolidar la presencia del cacao de Amazonas y productos derivados en los mercados de destino priorizados.
16 ACTIVIDADES

ESTRATEGIA N° 2.1: Impulsar un sistema de información que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada sobre la oferta y demanda del cacao.

ESTRATEGIA N° 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores institucionales de la Región respecto al mercado y ampliar su capacidad de gestión comercial internacional.

ESTRATEGIA N° 2.3: Promover la oferta exportable del cacao de Amazonas en los mercados internacionales, proyectando una imagen de diferenciación de dicho producto y sus derivados.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 3:
FACILITACIÓN DEL COMERCIO**
Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación del cacao en grano, y permitan el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.
14 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 negocios agrarios de la Selva y al desarrollo articulado de la cadena del cacao.

ESTRATEGIA N° 3.2: Mejorar las condiciones de comunicación vial e infraestructura en las zonas de producción de cacao.

ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena exportadora del cacao de Amazonas.

ESTRATEGIA N° 3.4: Facilitar el acceso de productores y procesadores a registros, certificaciones y autorizaciones.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 4:
CULTURA EXPORTADORA**
Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.
15 ACTIVIDADES

ESTRATEGIA N° 4.1: Impulsar políticas y mecanismos institucionales que aseguren la ejecución del Plan Operativo (POP), su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la cadena del cacao en Amazonas.

ESTRATEGIA N° 4.2: Fortalecer la asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio de la cadena exportadora del cacao, 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 AMAZONAS					
MATRIZ DE PLANIFICACIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 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 Nº 1.1: Generar y difundir información actualizada sobre los actores que intervienen en la cadena de cacao de Amazonas, y sobre aspectos técnico productivos asociados a dicho producto.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.1.1	Elaborar un censo y una base de datos de las zonas de producción, organizaciones de productores y procesadores de Amazonas.	2007 y actualizaciones permanentes	- Al 2007 se ha completado la Base de Datos.	- Número de productores, organizaciones y procesadores registrados en la Base de Datos.	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria
1.1.2	Elaborar un archivo documentario (incluyendo investigaciones y tesis) sobre los aspectos técnico productivos del cacao.		- Al 2008 se cuenta con un archivo documentario (en físico y electrónico). - Años posteriores dicho archivo se va enriqueciendo.	- Número de documentos que incluye el archivo. - Número de temas y/o aspectos que se recogen en el archivo.	<u>Agencias Agrarias de Bagua y Utcubamba</u> DR Agraria Universidades ONGs
1.1.3	Elaborar una base de datos con los proveedores de bienes y servicios dentro de la cadena de valor del cacao.		- Al 2007 se ha completado la Base de Datos.	- Número de productores, organizaciones y procesadores registrados en la Base de Datos.	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria
ESTRATEGIA Nº 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad de la cadena de valor del cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.2.1	Realizar misiones tecnológicas nacionales (Tingo María y La Convención) e internacionales (Ecuador y Brasil) de la cadena productiva del cacao.	2008 - 2009	- A partir del 2008, cada año se lleva a cabo 1 misión nacional. - A partir del 2009, cada año se lleva a cabo 1 misión internacional.	- Número de participantes de Amazonas en dichas misiones. - Número de sitios visitados.	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo Gobiernos Locales APPCACAO Universidades
1.2.2	Ampliar y acreditar los viveros existentes e instalar nuevos viveros.	2008 - 2009	- Al 2008 se han ampliado y acreditado los viveros de Cumba y el de la Municipalidad de Utcubamba - Al 2009 se han establecido nuevos viveros en Bagua Grande y Cajaruro.	- Número de viveros ampliados. - Número de viveros certificados. - Número de viveros creados.	<u>INIA</u> SENASA Org. de productores Gobierno Local
1.2.3	Elaborar un proyecto para el desarrollo del cacao blanco (material de reproducción, manejo, mayor producción, un mayor paquete tecnológico).	2008 – 2009	- Al 2009 se ha elaborado el proyecto.	- Documento del Proyecto.	<u>Proyecto Especial Jaén San Ignacio</u> <u>Bagua</u> INIA Viveristas
1.2.4	Elaborar un proyecto para el establecimiento de un jardín clonal.	2008 - 2009	- Al 2008 se tiene definido el proyecto (que incluye localización, características técnicas, monto de inversión,	- Documento del Proyecto - Presupuesto Participativo u otro financiamiento aprobado.	<u>DR Agraria</u> INIEA SENASA

			financiamiento). - Al 2009 se ha establecido el jardín clonal.	- Infraestructura y área del jardín clonal.	PIDECAFÉ
1.2.5	Elaborar un proyecto para el desarrollo de nuevos Bancos de Germoplasma.	2009 – 2010	- Al 2009 se tiene definido el proyecto (que incluye localización, características técnicas, monto de inversión, financiamiento). - Al 2010 se encuentran operando los bancos de germoplasma.	- Documento del Proyecto - Presupuesto Participativo u otro financiamiento aprobado. - Número de bancos de germoplasma.	INIA DR Agraria Gobierno Regional ONG
1.2.6	Brindar capacitación y asistencia técnica a los agricultores en manejo de cultivo (poda de árboles viejos, manejo de sombras, fertilización orgánica, abono, deshierbo).	2008 – 2010	- Al 2008 el 50% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica. - Al 2010 el 80% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica.	- Contenidos de la capacitación y asistencia técnica. - Número de cursos y/o programas de capacitación y asistencia técnica. - Número de beneficiarios que reciben capacitación y asistencia técnica. - Número de provincias y distritos atendidos.	DR Agraria INIA SENASA CICDA Proyecto Especial Jaén San Ignacio Bagua Administración Técnica de Riego
1.2.7	Brindar capacitación y asistencia técnica a los agricultores en la aplicación de insumos orgánicos y en otras prácticas de cultivo orgánico.	2008 – 2010	- Al 2009 se ha incrementado en un 20 % la producción orgánica. - En los años sucesivos se incrementa en función a requerimientos de mercado.	- Documentos de materiales de capacitación y extensión - Número de agricultores atendidos.	DR Agraria INIA Mesa de Trabajo Gobierno Regional Gobiernos Locales Administración Técnica de Riego
ESTRATEGIA N° 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad que respondan a los estándares internacionales.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.3.1	Estandarizar el cultivo y procesamiento del cacao para la obtención de calidades homogéneas (actualmente siguen normas ecuatorianas de cacao: NTE 173 y 176).	2008 – 2009	- Al 2008 se ha constituido el Comité Técnico de Normalización (CTN) del Cacao. - Al 2009 se han elaborado y aprobado las Normas Técnicas.	- CTN del Cacao constituido. - Número de Normas Técnicas aprobadas.	Mesa de Trabajo DR Agraria PIDECAFE APPCACAO
1.3.2	Crear Centros de Acopio y Fermentación a lo largo de los corredores estratégicos para el cacao: Condorcanqui, Bagua, Utcubamba, Cumba.	2008 – 2010	- Al 2008 se ha formulado y aprobado el presupuesto participativo u otro financiamiento para Proyecto de Centros de Acopio y Fermentación. - Al 2009 se inicia la implementación de Centros de Acopio. - Al 2010 se han implementado todos los Centros de Acopio previstos.	- Número de Centros de Acopio. - Número de provincias y distritos que cuentan con Centros de Acopio.	Gobierno Regional Gobiernos Locales FONCODES DR Agraria
1.3.3	Desarrollar cursos sobre Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)	2008 – 2011	- Al 2007 se ha preparado el material de capacitación sobre BPA en la cadena del cacao. - Al 2008 se ha ejecutado el 30% de los programas previstos	- Documentos del material de capacitación. - Número de temas que se incluyen en los cursos. - Número de cursos brindados.	Comité Gestión de la Calidad (INIA) MINAG DR Agraria PIDECAFE

			- Al 2011 se ha ejecutado el 100%.	- Número de beneficiarios que reciben los cursos.	
1.3.4	Desarrollar cursos sobre Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).	2008 – 2011	- Al 2008 se ha preparado el material de capacitación sobre BPM en la cadena de cacao. - Al 2009 se ha ejecutado el 30% de los cursos previstos (previa puesta en marcha de planta de procesamiento). - Al 2011 se ha ejecutado el 100% de los cursos.	- Documentos del material de capacitación. - Número de temas que se incluyen en los cursos. - Número de cursos brindados. - Número de beneficiarios que reciben los cursos.	DIGESA DR Agraria PIDECAFE
1.3.5	Brindar capacitación y asistencia técnica para el control y manejo de plagas y enfermedades	2008 – 2010	- Al 2008 el 50% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica. - Al 2010 el 80% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica.	- Contenidos de la capacitación y asistencia técnica. - Número de cursos y/o programas de capacitación y asistencia técnica. - Número de beneficiarios que reciben capacitación y asistencia técnica. - Número de provincias y distritos atendidos. - Porcentaje de agricultores que aplica en el Manejo Integrado de Plagas (MIP).	DR Agraria SENASA CICDA Proyecto Especial Jaén San Ignacio Bagua ONG
1.3.6	Ampliar las acciones de monitoreo para evaluar la incidencia de plagas y enfermedades.	2007 – 2010	- A partir del 2008 se ha incrementado cada año el 30 % de las áreas intervenidas.	- Número de hectáreas intervenidas.	SENASA INIA
ESTRATEGIA N° 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de investigación de la Región, y orientarla a la atención de las necesidades de los productores y procesadores.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODOS DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.4.1	Elaborar un estudio para ampliación de frontera agrícola (distritos El Milagro, Bagua Grande, Cajaruro, Cumba).	2007 - 2008	- Al 2008 se ha elaborado el estudio de ampliación de la frontera agrícola.	- Documento del Estudio. - Número de provincias y distritos que incluye la ampliación. - Número de hectáreas que incluye la ampliación. - Número de nuevos productores que incluye la ampliación.	Proyecto Especial Jaén San Ignacio Bagua Gobierno Regional DR Agraria Junta de Regantes
1.4.2	Realizar investigaciones sobre el material genético de cacao existente en Amazonas (clones con mejores características de calidad, mejores zonas para la obtención de un producto) que permitan orientar los proyectos del jardín clonal y los bancos de germoplasma (actividad 1.2.4 y 1.2.5).	2007 - 2009	- Al 2007 se han establecido convenios para realizar las investigaciones. - Al 2009 se han concluido dos investigaciones.	- Número de Convenios - Número de Investigaciones - Temas incluidos en las investigaciones.	INIEA DR Agraria Universidades CONCYTEC PRONAMACHCS

1.4.3	Elaborar la Ficha Técnica del cacao y sus derivados (pasta, manteca, cacao, chocolate).	2007 - 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha caracterizado el cacao en Amazonas y elaborado su correspondiente ficha técnica. - Al 2008 se ha caracterizado los derivados del cacao y elaborado sus correspondientes Fichas Técnicas. 	- Número de Fichas Técnicas.	Mesa de Trabajo Universidades PIDECAFE ONG
ESTRATEGIA N° 1.5: Promover un mayor valor agregado en base a mejor calidad y el desarrollo de los productos derivados del cacao: pasta, manteca, polvo, chocolate.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.5.1	Brindar capacitación y asistencia técnica a productores y procesadores en prácticas adecuadas de tratamiento post cosecha y acopio eficiente, así como en criterios precisos de control de la calidad.	2008 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 el 50% de los productores y procesadores han recibido capacitación y asistencia técnica. - Al 2010 el 80% de los productores y procesadores han recibido capacitación y asistencia técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos de la capacitación y asistencia técnica. - Número de cursos y/o programas de capacitación y asistencia técnica. - Número de beneficiarios que reciben capacitación y asistencia técnica. - Número de provincias y distritos atendidos. 	INIA DR Agraria ONG
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	- Documento del proyecto de inversión y plan de negocios.	Gobierno Regional PIDECAFE DR Agraria
1.5.3	Instalar una planta procesadora de derivados de cacao, con infraestructura adecuada para la fermentación, el secado, la limpieza y la selección del grano.	2009 -2010	- Al 2010 ha iniciado sus operaciones una planta procesadora de cacao	<ul style="list-style-type: none"> - Número de productos derivados - Toneladas de grano procesado por día 	
1.5.4	Brindar capacitación a los artesanos en la elaboración de derivados del cacao.	2008 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 el 50% de los artesanos recibido capacitación y asistencia técnica. - Al 2010 el 80% de los artesanos han recibido capacitación y asistencia técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos de la capacitación y asistencia técnica. - Número de cursos y/o programas de capacitación y asistencia técnica. - Número de beneficiarios que reciben capacitación y asistencia técnica. - Número de provincias y distritos atendidos. 	Gobierno Regional Universidades Comités de Productores de Cacao Cooperación Internacional
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2		Diversificar y consolidar la presencia del cacao de Amazonas y productos derivados en los mercados de destino priorizados.			
ESTRATEGIA N° 2.1: Impulsar un sistema de información que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada sobre la oferta y demanda del cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES

2.1.1	Diseñar y establecer un Sistema Regional Integrado de Información para el desarrollo exportador del cacao.	2008 y actualizaciones permanentes	- El 2008 se ha diseñado e implementado el Sistema que incluye los siguientes módulos: (i) Base de datos de criadores, procesadores y organizaciones asociativas; (ii) Nivel y tendencias de producción y exportación; (iii) Relación de proveedores de bienes y servicios de las cadenas de exportación; (iv) Información técnica sobre cultivo y procesamiento; (v) Oferta exportable de la Región; (vi) Mercados internacionales; (vii) Marco legal y administrativo relacionado al proceso de exportación,	- Documento de diseño del Sistema. - Número de instituciones integrantes del sistema (generación y sistematización de información). - Número de medios de difusión del Sistema. - Número de usuarios del Sistema.	<u>Mesa de Trabajo</u> MINCETUR SIICEX Organizaciones de productores CICDA DR Agraria PRODUCE DIRCETUR INIEA Universidades
2.1.2	Conformar un Comité Técnico sobre Mercados en la Mesa de Trabajo del Cacao.	2007 - 2011	- Al 2007 se ha constituido Comité Técnico sobre Mercados, y se ha establecido el Plan Operativo Anual para el siguiente año. - A partir del 2008 se ejecutan los Planes Operativos elaborados el año anterior y se preparan los Planes del año siguiente.	- Documento de reconocimiento del Comité - Número de integrantes del Comité - Número de actividades coordinadas o ejecutadas por el Comité, en el marco del Plan Operativo.	<u>Mesa de Trabajo</u>
2.1.3	Elaborar estudios de mercado para aquellos países (Estados Unidos, Holanda, Francia, Brasil, España, Japón) que puedan ser posibles destinos para la oferta exportable del cacao de Amazonas.	2008 - 2011	- A partir del 2008 se han realizado dos estudios de mercado por año y se han definido estrategias comerciales para abordar dichos mercados.	- Documentos de los Estudios de Mercado. - Documentos de Diseño de las Estrategias Comerciales por país.	<u>PROMPEX</u> <u>DIRCETUR</u> Comité Técnico de Mercado de la Mesa de Trabajo
2.1.4	Realizar el monitoreo de los mercados del cacao orgánico y del comercio justo.	2008 – 2011	- A partir del 2008 cada año se ha emitido por lo menos un reporte sobre la situación de dichos mercados.	- Número de reportes	<u>Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo</u> <u>PROMPEX</u> <u>DIRCETUR</u>
2.1.5	Realizar seguimiento y monitoreo a la producción y exportaciones de otras regiones del Perú (Tumbes, Huanuco, Cusco, Ayacucho) y de países competidores (Brasil, Colombia, Ecuador) con la oferta exportable de Amazonas.	2008 - 2011	- A partir del 2008 se emiten dos veces al año reportes de inteligencia de mercados.	- Número de reportes. - Número de regiones y/o países a los que se realiza monitoreo.	<u>Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo</u> <u>PROMPEX</u> <u>DIRCETUR</u>
ESTRATEGIA N° 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores institucionales de la Región 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 y procesadores de cacao en la búsqueda e interpretación de información de mercados.	2008	- Al 2008 se ha realizado un curso de capacitación a productores y procesadores, acerca de la búsqueda e interpretación de información de mercados.	- Documentos de contenidos del curso de capacitación. - Número de beneficiarios que recibieron el curso.	<u>PROMPEX</u> <u>MINCETUR</u> <u>DIRCETUR</u>

2.2.2	Emitir opinión sobre las Negociaciones Internacionales de acuerdos comerciales, Codex Alimentarius y otros temas relacionados al acceso a los mercados internacionales.	2008 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 los organismos centrales responsables de las Negociaciones Internacionales han incluido al CERX en la relación de organizaciones de consulta. - Al 2011 se ha informado a las autoridades sobre problemas de acceso a los mercados y se ha emitido opinión en el 100% de las comunicaciones recibidas por escrito. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de comunicaciones informando sobre problemas de acceso a los mercados internacionales. - Número de opiniones o posiciones emitidas. 	<u>Mesa de Trabajo</u> DIRCETUR MINCETUR M RR.EE. MINAG DIGESA SENASA
2.2.3	Establecer relaciones de cooperación y alianzas estratégicas con empresas importadoras y distribuidoras de los países que demandan cacao y sus derivados.	2008 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2011 el 50% de las empresas exportadoras de la Región han establecido alianzas estratégicas con algún comprador nacional y/o extranjero. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de acuerdos, convenios o contratos con socios comerciales nacionales e internacionales. - Número de empresas de la Región que han firmado dichos acuerdos. 	<u>Org. de productores</u> CEPICAFÉ PIDECAFE
2.2.4	Desarrollar un Programa de capacitación y asesoría, orientado a productores y procesadores, sobre técnicas de negociación y establecimiento de contratos con compradores nacionales e internacionales.	2008 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha diseñado el Programa de Capacitación y se ha puesto en marcha. - Al 2009 se han llevado a cabo talleres sobre técnicas de negociación y establecimiento de contratos a nivel internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del diseño del Programa de Capacitación. - Documentos de contenidos de los talleres. - Número de talleres. - Número de participantes en los talleres. 	PROMPEX MM.RR.EE MINCETUR
ESTRATEGIA N° 2.3: Promover la oferta exportable del cacao de Amazonas en los mercados internacionales, proyectando una imagen de diferenciación de dicho productos y sus derivados.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.3.1	Desarrollar una política de mercadeo ante los compradores internacionales, en base a diferentes tipos de productos: cacao de calidad, cacao orgánico en base a la producción certificada de un grupo de productores, cacao destinado al mercado del comercio justo.	2007 - 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha realizado un análisis de las principales formas de mercadeo de las principales empresa exitosas y se desarrollan estrategias - Al 2008 se desarrollan planes para implementar dichas estrategias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del estudio de las principales empresas. - Número de estrategias que se desarrollan en los planes. 	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo Empresas procesadoras exportadoras MINCETUR PROMPEX
2.3.2	Diseñar e implementar una página web para promover la oferta exportable de cacao de Amazonas, y difundirla a través del Portal Regional, el SIICEX y otros canales.	2008 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha iniciado la difusión de la oferta exportable del cacao de la Región a través de una página web. 	<ul style="list-style-type: none"> - Página web. - Número de visitas a la página. 	DIRCETUR CERX Mesa de Trabajo SIICEX
2.3.3	Realizar un informe técnico sobre signos distintivos (denominación de origen y otros) para el cacao de Amazonas.	2008 - 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se dispone de un informe que define cuales son los signos distintivos más convenientes para el cacao. - Al 2010 se ha implementado por lo menos un signo distintivo recomendado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del Informe técnico. - Documento de aprobación del signo distintivo. - Número de signos distintivos implementados. 	DIRCETUR CERX Mesa de Trabajo INDECOPI

2.3.4	Diseñar y editar un Catálogo virtual e impreso, en varios idiomas, de la oferta Regional del cacao.	2008 - 2009	- Al 2008 se cuenta con un Catálogo virtual - Al 2009 se cuenta con un Catálogo impreso	- Tiraje de la impresión del Catálogo impreso	PIDECAFE CERX Mesa de Trabajo DIRCETUR
2.3.5	Participar en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales, <i>show rooms</i> , y otras actividades de Promoción Comercial del cacao y sus productos derivados.	2008 - 2011	- Al 2008 por lo menos una empresa procesadora exportadora participa en un evento internacional. - Al 2010 el 80% de las empresas procesadoras exportadoras participan en un evento internacional.	- Número de eventos de promoción comercial en los que se ha participado. - Número de empresas participantes.	DIRCETUR PROMPEX MM. RR.EE PIDECAFE
2.3.6	Difundir en el exterior las ventajas del cacao y la oferta exportable de Amazonas coordinando con Misiones diplomáticas del Perú en el exterior.	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	Participar en concursos internacionales de calidad del cacao.	2008 - 2010	- Al 2010 se ha participado por lo menos una vez en un concurso internacional.	- Número de concursos - Número de reconocimientos a la calidad -	APPCACAO Gobierno Regional DIRCETUR
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3		Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación de cacao en grano y sus derivados, y permitan el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.			
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 negocios agrarios de la Selva y al desarrollo articulado de la cadena del cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.1.1	Elaborar un diagnóstico de las políticas, funciones y capacidades de las instituciones públicas nacionales, regionales y locales que puedan dar soporte al desarrollo de la cadena del cacao de Amazonas.	2008	- Al 2008 se conocen las funciones y capacidades de las instituciones públicas y privadas que pueden dar soporte a la cadena del cacao.	- Documento de Diagnóstico. - Número de instituciones públicas que pueden dar soporte a la cadena de cacao.	Mesa de Trabajo Gobierno Regional DIRCETUR
3.1.2	Establecer Acuerdos de Competitividad de la Cadena de Cacao de Amazonas, tomando como referencia el resultado de la actividad 3.1.1.	2008 – 2011	- Al 2008 se ha diseñado el mecanismo de Acuerdos de Competitividad, que establece los compromisos del Estado y de los agentes económicos para el desarrollo de las cadenas de exportación del cacao. - Al 2011 se han firmado por lo menos 5 Acuerdos de Competitividad.	- Documento de diseño del Mecanismo de Acuerdo de Competitividad. - Número de Acuerdos de Competitividad - Número de instituciones públicas y privadas participantes en dichos Acuerdos. - Número de organizaciones de productores y de empresas procesadoras participantes en dichos Acuerdos.	CNC Gobierno Regional MINCETUR MINAG PRODUCE Mesa de Trabajo PIDECAFE CEPICAFÉ

ESTRATEGIA N° 3.2: Mejorar las condiciones de comunicación vial e infraestructura en las zonas de producción de cacao.					
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES	
3.2.1	Elaborar un diagnóstico sobre la situación de la conexión vial entre las zonas de producción de cacao y los principales corredores viales y, en base a ello, elaborar propuestas para su mejora.	2007	- Al 2007 se ha elaborado el diagnóstico y la propuesta de mejoramiento de la infraestructura vial de las zonas de producción de cacao.	- Documento de Diagnóstico. - Documento de Propuesta de mejora.	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 según documento generado en la actividad 3.2.1.	2007 - 2011	- Al 2008 se ha incluido en el Plan Vial de la Región algunas de las propuestas de mejoramiento. - En los años siguientes se han incluido en los Planes Viales el resto de propuestas de mejora.	- Número de propuestas y/o proyectos ejecutados. - Monto de presupuesto destinado a implementar las mejoras propuestas.	<u>Gobierno Regional</u> <u>Gobiernos locales</u>
3.2.3	Ampliar, mejorar y mantener la infraestructura de riego, y construir sistemas de drenaje agrícola.	2008 - 2011	- Al 2008 se ha priorizado los proyectos para mejorar sistemas de riego y drenaje. - Al 2011 se han ejecutado los proyectos en un 50 %.	- Número de proyectos. - Recursos destinados a los proyectos - % de avance de los proyectos	<u>Gobierno Regional</u> MINAG DR Agraria Junta de Regantes Administración técnica de Riego
ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena exportadora del cacao de Amazonas.					
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 (actividad 2.1.1).	- Número de fuentes de financiamiento registradas.	<u>Mesa de Trabajo</u> ONGs APCI
3.3.2	Coordinar con dichas fuentes de financiamiento la canalización de recursos a los actores de las cadenas de exportación.	2007 - 2011	- Al 2007 se han establecido mecanismos de coordinación con las principales fuentes de financiamiento en la Región. - Al 2011 se han incrementado las fuentes de financiamiento presentes en la región, - Al 2011 se han incrementado el porcentaje de productores de cacao y procesadores que acceden a préstamos en un 50%.	- Número de productores de cacao y procesadores que acceden a préstamos en la Región. - Monto de créditos otorgados a los productores de cacao y a los procesadores.	<u>Mesa de Trabajo</u> MINAG AGROBANCO
3.3.3	Evaluar las garantías de los productores para acceder al crédito.	2007	- Al 2007 se ha realizado un estudio legal, y financiero para ampliar la capacidad crediticia de los productores.	- Documento del Estudio .	<u>MINAG</u> AGROBANCO
3.3.4	Elaborar y difundir entre los actores de las cadenas exportadoras, una Guía Básica de información sobre los instrumentos financieros y requisitos de acceso.	2007 - 2008	- Al 2008 se ha elaborado la Guía Básica y se ha difundido. - Al 2008 se han realizado 2 talleres de capacitación sobre instrumentos	- Documento de la Guía. - Tiraje de la impresión del documento. - Número de talleres	Cámara de Comercio CERX Gobierno Regional

			financieros y requisitos de acceso.	realizados. - Número de asistentes a dichos talleres.	
3.3.5	Gestionar el financiamiento para la inversión de la planta procesadora de cacao, en base a lo establecido en la actividad 1.5.2.	2008 -2009	- Al 2008 se ha obtenido el financiamiento para instalar las plantas procesadora.	- Monto del financiamiento.	<u>Gobierno Regional</u> Gobiernos Locales Org. de productores
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 para la formalización de las unidades productivas	2008	- Al 2008 se han realizado cursos de capacitación sobre aspectos legales, administrativos y tributarios de las unidades productivas.	- Documento de contenido de los Cursos. - Número de Cursos. - Número de personas/empresas asesoradas.	<u>PETT</u> MINAG DR Agraria SUNAT
3.4.2	Facilitar el registro de las variedades de cacao blanco resultantes del ejecución del proyecto de desarrollo para cacao blanco (actividad 1.2.3).	2009 - 2010	- Al 2008 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.	<u>INDECOPI</u> PRODUCE
3.4.3	Facilitar la certificación orgánica de áreas de cultivo, empezando por aquellos productores que respondan a los criterios de producción orgánica.	2007 - 2010	- Al 2007 se ha diseñado y aprobado un mecanismo que facilita financiamiento para cubrir la certificación. - Al 2010 las áreas certificadas son acordes a las necesidades que existen para satisfacer demanda internacional de cacao orgánico.	- Línea de Crédito puesta a disposición. - Número de hectáreas certificadas.	<u>MINAG</u> AGROBANCO
3.4.4	Reglamentar la producción orgánica del cacao.	2007 - 2008	- Al 2008 se ha realizado un estudio de las principales normas internacionales que se aplican para la producción orgánica mundial y se definen las que serán implementadas en la Normatividad del Cacao Orgánico.	- Número de Normas consultadas - Documento de estudio. - Documento de la Norma Nacional para el cultivo de cacao orgánico.	SENASA MINAG
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 Operativo (POP), su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la cadena del cacao en Amazonas.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.1.1	Conformar la Mesa de Trabajo para que lidere la ejecución del Plan Operativo del cacao.	2007	- Al 2007 se ha reconocido a la Mesa de Trabajo del cacao - Al 2007 se ha diseñado la metodología de evaluación del desempeño de la	- Número de Mesas de Trabajo. - Documento de diseño de la metodología de evaluación de desempeño de la Mesa de	<u>Gobierno Regional</u> CERX MINCETUR

			Mesa de Trabajo y a partir del 2008 se aplica la evaluación.	Trabajo. - Red electrónica para seguimiento del desempeño de la Mesa de Trabajo.	
4.1.2	Realizar la evaluación y monitoreo de la ejecución del Plan Operativo.	2007 - 2011	- Desde el 2007 se realiza la evaluación y el monitoreo de la ejecución del Plan Operativo.	- Informes de evaluación y monitoreo	<u>Mesa de Trabajo</u> CERX MINCETUR MINAG
ESTRATEGIA N° 4.2: Fortalecer la asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio de la cadena exportadora del cacao, 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 a los productores y procesadores sobre la constitución y gestión de organizaciones asociativas.	2008 - 2009	- Al 2008 se ha capacitado y asesorado en gestión de organizaciones asociativas. - Al 2011 el 70 % de asociaciones tienen Planes Operativos en ejecución.	- Documento de contenido de la capacitación. - Número de talleres de capacitación. - Número de beneficiarios que recibieron la capacitación. - Documentos de Planes Operativos.	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional Gobiernos Locales MINCETUR MINAG
4.2.2	Capacitar y asesorar a los productores y procesadores sobre los mecanismos de articulación de cadenas de exportación,	2008	- Al 2008 se ha capacitado sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación.	- Documento de contenido de la capacitación. - Número de talleres de capacitación. - Número de beneficiarios que recibieron la capacitación.	<u>CERX</u> Mesa de Trabajo MINCETUR DIRCETUR
4.2.3	Impulsar el establecimiento de un Pacto social entre productores, procesadores y empresas exportadoras de la Región.	2008	- Al 2008 se han definido las bases del Pacto Social.	- Número de organizaciones de productores, procesadores y empresas exportadoras participantes en el Pacto. - Número de acuerdos entre las instituciones que forman el Pacto.	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional Organizaciones de productores Empresas exportadoras
4.2.4	Capacitar a los productores, procesadores y empresas exportadoras en instrumentos de gestión.	2008 – 2009	- Al 2008 los productores y procesadores han recibido capacitación en Planes de Negocios. - Al 2008 los productores y procesadores han recibido capacitación en Gestión de Negocios de producción primaria. - Al 2009 las empresas exportadoras han recibido capacitación sobre gestión de empresas industriales. - Al 2009 los productores y empresas exportadoras han recibido capacitación sobre Buenas Prácticas Comerciales.	- Documento de contenido de la capacitación. - Número de talleres de capacitación. - Número de beneficiarios que recibieron la capacitación.	<u>CERX</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de Trabajo APPCACAO Universidades

4.2.5	Realizar un Concurso para incentivar entre los productores, procesadores y empresas exportadoras, las mejoras tecnológicas y la innovación productiva y comercial.	2007 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se diseña el concurso y se busca fuentes de financiamiento. - Al 2008 se realiza la primera versión del Concurso, y los años siguientes se replica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del diseño del Concurso. - Documento de Convocatoria . - N° de propuestas recibidas. - Número de iniciativas premiada 	Gobierno Regional DR Agraria 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 Amazonas y sobre los avances de la ejecución del Plan Operativo.	2007 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de política de difusión. - Número de artículos y notas de prensa. 	Mesa de Trabajo DIRCETUR
4.3.2	Organizar periódicamente visitas de campo de las principales autoridades y representantes de la sociedad civil, a los campos de cultivo, jardín clonal y plantas de procesamiento.	2009 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - A partir del 2009 se han realizado anualmente visitas a los campos de cultivo, jardín clonal y plantas de procesamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de visitas. - Número de visitantes. 	Mesa de Trabajo DIRCETUR
4.3.3	Promover la formulación y ejecución de Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos (PIGARS) y realizar campañas de concientización entre población sobre adecuada disposición de la basura para el cuidado del medio ambiente.	2008 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha diseñado y dado inicio a la campaña para la población y se ha logrado el compromiso de todos los Gobiernos Locales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de gobiernos locales con Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos (PIGARS). - % de avance de los planes. 	Mesa de trabajo Gobierno Regional Gobiernos Locales
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	Formar como promotores de exportación de cacao a profesionales y técnicos que pertenezcan a organizaciones de Promoción y Desarrollo productivo y empresarial de Amazonas.	2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se han formado 15 promotores de exportación de cacao. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de promotores formados. 	PROMPEX DIRCETUR CERX ONG
4.4.2	Organizar Congresos Anuales Nacionales y Regionales sobre el cacao.	2008 - 2010	<ul style="list-style-type: none"> - A partir del 2008 se realiza un Congreso Regional y/o Nacional cada año. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de Congresos. - Número de participantes. - Número de ponencias. 	Universidades Gobierno Regional ONG APPCACAO
4.4.3	Elaborar e incorporar contenidos sobre el cacao y la producción orgánica en la currícula de los colegios de la Región.	2008 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha incorporado en la currícula secundaria temas relacionados a los aspectos históricos, biológicos, agronómicos, industriales y económicos del cacao. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de contenidos. - Aprobación por las autoridades educativas de la Región. 	DR de Educación Gobierno Regional DIRCETUR
4.4.4	Incorporar cátedras especializadas en cacao, producción orgánica y agonegocios de exportación en las carreras de las Universidades e Institutos Tecnológicos de Amazonas.	2008 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2009 se ha incorporado en la currícula de las Universidades e Institutos las cátedras sobre el cacao. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de contenidos. - Aprobación por las autoridades universitarias. 	Universidades DIRCETUR MINCETUR Gobierno Regional
4.4.5	Crear una facultad de Agronomía en la Universidad con énfasis en cultivos de la Región, como el cacao.	2008 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2011 la Universidad cuenta con una facultad de Agronomía. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento oficial de creación de la Facultad. - Número de alumnos inscritos para dicha Facultad. 	Universidades DIRCETUR MINCETUR Gobierno Regional

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 DE AMAZONAS

- 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