



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
DE HUÁNUCO
ESCUELA DE POST GRADO



MAESTRÍA: GESTIÓN Y NEGOCIOS
MENCIÓN: GESTIÓN DE PROYECTOS

TESIS

“IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE FACTORES QUE ENFRENTAN LOS PRODUCTORES DEL VALLE DEL MONZÓN, PARA ARTICULARSE EFICIENTEMENTE EN LA CADENA PRODUCTIVA DEL CAFÉ Y CACAO. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE ARTICULACIÓN COMERCIAL”

TESISTA: MICHAEL NEILL RUBIO GABRIEL
ASESOR: DR. ITALO W. ALEJOS PATIÑO

HUÁNUCO – PERÚ
(2016)

Dedicatoria

Primeramente a Dios por haberme permitido avanzar, dándome lo necesario para seguir adelante día a día para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis hijos, Valentino y Guadalupe, quienes saben que los quiero mucho y tengan un gran sentido de responsabilidad para que en un futuro sean personas de éxito, que valoren las cosas de la vida y sigan siempre adelante, porque el tiempo perdido jamás se recupera.

A mi esposa Teresa J. Escajadillo Espinoza, por sus desvelos, su apoyo, sus atenciones y sobre todo su amor y comprensión.

Para mis padres y hermanos, a quienes nunca les podré agradecer todos sus consejos, su apoyo, sus lágrimas y sobre todo su amor y cariño.

A mis compañeros y amigos, que siempre me han brindado su apoyo incondicional y que me han hecho cada día mejor persona.

Agradecimientos

Al finalizar esta tesis quisiera agradecer muy sinceramente la colaboración de todas aquellas personas que han contribuido en su realización. En primer lugar, a mi asesor por la confianza depositada, las orientaciones y el estímulo brindados.

A mis compañeros de la Escuela Académica Profesional de Ingeniería Agroindustrial, algunos de los cuales han sido mis profesores, por acompañar y alentar mi carrera desde mi incorporación. Las palabras y las sonrisas tienen un incalculable valor, especialmente en los comienzos.

En general, a todas las personas e instituciones cuyo asesoramiento ha contribuido en la realización de esta investigación. En especial, a los expertos académicos y profesionales que colaboraron en las entrevistas en profundidad para el diseño del cuestionario. A todos ellos, muchas gracias.

RESUMEN

Las comunidades más representativas del valle del Monzón son 23, éstas enfrentan limitantes para articularse eficientemente en la cadena productiva de sus principales cultivos: café y cacao. A través de la investigación se planteó elementos para establecer un breve diagnóstico a nivel de las comunidades del valle del Monzón que nos permita caracterizar las condiciones socio económicas y demográficas de la población, identificar los principales factores que se deben superar para una articulación comercial eficiente entre los productores de estas comunidades y los demandantes, la potencialidad y oportunidad de mercado del café y cacao para los productores, así como la elaboración de una propuesta de estrategia de articulación comercial de los productores de las comunidades al mercado. Los resultados de la investigación dan cuenta de los principales factores que dificultan la inserción efectiva en el mercado de café y cacao son: es la existencia de una incipiente y débil asociatividad, que conlleva a pérdida de poder de negociación, la migración periódica, lo cual se ha constituido en un factor limitante para realizar actividades productivas económica, social y ecológicamente sostenibles, la presencia de intermediarios en el proceso de negociación, escasa tecnificación, no se cuenta con semillas certificadas para la producción, mínimos conocimientos sobre el manejo agronómico y orgánico del cultivo, entre otras. La investigación concluye con una propuesta de modelo de articulación basada en: fortalecimiento organizacional de los productores, establecimiento de alianzas y contactos con los demandantes, fortalecimiento técnico productivo. La propuesta de estrategia comercial permitirá generar un escenario que ayude a mejorar las condiciones de vida en las comunidades nativas al mejorar su capacidad de insertarse en los mercados de forma eficiente y sostenible, articulando productores a mercados que sean justos en términos de distribución de los beneficios.

SUMMARY

The most representative Monzón Valley communities are 23, they face constraints to articulate efficiently in the production chain of its main crops: coffee and cocoa. Through research elements raised to establish a brief analysis at the level of communities Monzón valley that allows us to characterize the partners economic and demographic conditions of the population, identify the main factors that must be overcome for efficient commercial links between the producers of these communities and the plaintiffs, the potential market opportunity and coffee and cocoa producers, as well as the development of a proposal for joint commercial strategy of the producers of the communities to market. The research results realize the main factors hindering the effective entry into the market of coffee and cocoa are: the existence of an incipient and weak associativity, leading to loss of bargaining power, regular migration, which has become a limiting factor for economic, social and environmentally sustainable productive activities factor, the presence of intermediaries in the negotiation process, little modernization, you do not have certified to produce seeds, minimum knowledge of the agricultural and organic management cultivation, among others. The research concludes with a proposed joint model based on organizational strengthening of producers, partnerships and contacts with applicants, productive technical strengthening. The proposed business strategy will generate a scenario to help improve living conditions in native communities to improve their ability to integrate into markets in an efficient and sustainable, linking producers to markets that are fair in terms of distribution of benefits.

INTRODUCCIÓN

La actividad relacionada a la producción de café y cacao, representa, para las comunidades del valle del Monzón, una de las principales actividades productivas. Sin embargo, los productores de estas comunidades enfrentan diferentes barreras que limitan su inserción efectiva dentro de la cadena productiva del cacao. En términos generales, nuestro país posee una amplia biodiversidad especialmente a nivel de ecosistemas de amazonia; sin embargo, de acuerdo a cifras del INEI, el 35.2% de la población de la región selva vive en condiciones de pobreza, asociada con un deficiente nivel nutricional en los niños, carencias de infraestructura adecuada, entre otros.

La investigación tuvo como objetivos Identificar los factores que limitan la articulación comercial de los productores de las comunidades del valle del Monzón, y proponer alternativas de solución para su articulación efectiva en la cadena productiva del café y del cacao. Para ello se caracterizaron social, económica y geográficamente las comunidades del valle del Monzón, se identificaron los factores que limitan el proceso de comercialización a los productores de café y cacao de las comunidades, se analizó la potencialidad y la oportunidad de mercado para los productores de café y cacao y se terminó proponiendo una estrategia para la articulación comercial efectiva de los productores de café y cacao del valle del Monzón.

Al finalizar la propuesta planteada como resultado de la investigación permitirá generar un escenario que ayude a mejorar las condiciones de vida en las 23 comunidades del valle del Monzón; al mejorar su capacidad de insertarse en los mercados de forma eficiente y sostenible, articulando productores a mercados que sean justos en términos de distribución de los beneficios. Los resultados del presente estudio servirán asimismo para la identificación y orientación de políticas que faciliten la inserción efectiva de los productores en la cadena productiva, cuyo impacto esté relacionado con el mejoramiento de la calidad de vida de los comuneros.

| ÍNDICE | PAG. |
|--|-------------|
| Dedicatoria | 2 |
| Agradecimientos | 3 |
| RESUMEN | 4 |
| SUMMARY | 5 |
| INTRODUCCIÓN | 6 |
| CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 9 |
| 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA | 9 |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 10 |
| 1.2.1. PROBLEMA GENERAL | 10 |
| 1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS | 10 |
| 1.3. OBJETIVOS | 10 |
| 1.3.1. OBJETIVOS GENERALES | 10 |
| 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 10 |
| 1.4. HIPÓTESIS | 11 |
| 1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL | 11 |
| 1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | 11 |
| 1.5. VARIABLES | 12 |
| 1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA | 12 |
| 1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN | 14 |
| 1.8. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN | 14 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO. | 15 |
| 2.1. ANTECEDENTES | 15 |
| 2.2. BASES TEÓRICAS | 18 |
| 2.2.1. El cultivo del cacao | 18 |
| 2.2.2. El cultivo del café | 22 |
| 2.2.3. Biocomercio y cadenas de valor | 25 |
| 2.4.4. Ecosistemas y bienestar humano: reducción de la pobreza | 29 |
| 2.2.5. La comercialización | 30 |
| 2.2.6. La formación de precios | 31 |
| 2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES | 32 |
| 2.4. BASES EPISTÉMICAS | 34 |
| III. METODOLOGÍA. | 36 |
| 3.1. NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN | 36 |
| 3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 36 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 3.3. | POBLACIÓN Y MUESTRA | 36 |
| 3.4. | DEFINICIÓN OPERATIVA DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS | 38 |
| 3.4.1. | Diseño metodológico de la investigación | 38 |
| | CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 41 |
| 4.1. | CARACTERIZACIÓN DE LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL MONZÓN | 41 |
| 4.2. | IDENTIFICACIÓN DE FACTORES QUE LIMITAN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN | 53 |
| 4.2.1. | Factor productivo | 54 |
| 4.2.2. | Factor de transformación y/o industrialización | 56 |
| 4.2.3. | Factor de comercialización | 56 |
| 4.2.4. | Factor consumidor | 59 |
| 4.3. | IDENTIFICACIÓN DEL POTENCIAL DE LAS COMUNIDADES Y OPORTUNIDADES DE MERCADO | 59 |
| 4.3.1. | Análisis de la oferta | 61 |
| 4.3.2. | Análisis de la demanda | 72 |
| 4.3.3. | Análisis del precio | 82 |
| 4.4. | PROPUESTA DE MECANISMO DE ARTICULACIÓN COMERCIAL | 86 |
| 4.4.1. | Sensibilización de los productores | 90 |
| 4.4.2. | Fortalecimiento de la asistencia y capacitación técnica productiva | 91 |
| 4.4.3. | Contacto con el mercado: | 94 |
| 4.4.4. | Fortalecimiento organizacional: | 96 |
| 4.5. | PARTICIPACIÓN DE ACTORES EN EL PROCESO DE ARTICULACIÓN | 98 |
| 4.5.1. | Sector público | 98 |
| 4.5.2. | Sector privado y cooperativo | 101 |
| 4.6. | PROPUESTAS PARA FOMENTAR RELACIONES MÁS EXITOSAS ENTRE PRODUCTORES Y MERCADO | 101 |
| | CONCLUSIONES | 105 |
| | SUGERENCIAS | 108 |
| | BIBLIOGRAFÍA. | 110 |
| | ANEXOS | 114 |

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el Valle del Monzón, luego de décadas en las que la coca ilegal y el narcotráfico lo sometieron a la extrema pobreza y la exclusión, el Estado Peruano desde aproximadamente 20 años y en alianza con otras instituciones como la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA), El Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas (CEDRO) y el Coordinador de Educación Técnica y Colocaciones (CETCO), entre otros, promueven una serie de iniciativas para reemplazar a los cultivos ilegales de coca, por otros cultivos lícitos como el cacao y café, porque sus propuestas al ser rentables y sostenibles constituyen las mejores alternativas para generar sustento y riqueza a las familias en un clima de paz social y libre del narcotráfico. Estas iniciativas imprimen una dinámica que coadyuva al desarrollo integral y sostenible en el valle de Monzón. De esta manera, 23 comunidades firmaron actas de entendimiento, y ahora instalan cacao y café favorecidos por las condiciones agroecológicas del valle que son propicias para estos cultivos.

Por lo considerado líneas arriba, la actividad relacionada a la producción tanto de café y de cacao representa para las comunidades, en la actualidad, una de las principales actividades económicas dentro de su dinámica económica productiva. Sin embargo, los productores de estas comunidades enfrentan diferentes barreras que limitan su inserción efectiva dentro de las cadenas productivas del café y del cacao. Es por ello, que con la presente investigación se buscó identificar y analizar los factores que enfrentan los productores de las comunidades del Valle del Monzón, para articularse eficientemente en la cadena productiva del café y cacao. La investigación se centró en identificar y analizar las barreras, así como en la elaboración de una propuesta de estrategia de articulación comercial de las comunidades al mercado.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son los factores que limitan la articulación comercial de las comunidades nativas ubicadas en el valle del Monzón, en un contexto de articulación en la cadena productiva del café y del cacao?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿Qué características socio demográficas presenta las comunidades del valle del Monzón?
2. ¿Cuáles son los factores que limitan el proceso de comercialización a los productores de café y cacao de las comunidades del valle del Monzón?
3. ¿Qué potencial y oportunidad de mercado en cuanto al café y cacao presentan las comunidades del valle del Monzón?
4. ¿Qué lineamientos se deberán proponer para superar los factores limitantes y mejorar las capacidades en gestión comercial de los productores de las comunidades del valle del Monzón?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivos generales

Identificar los factores que limitan la articulación comercial de los productores de las comunidades del valle del Monzón, y proponer alternativas de solución para su articulación efectiva en la cadena productiva del café y del cacao.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Caracterizar social, económica y demográficamente las comunidades del valle del Monzón
2. Identificar los factores que limitan el proceso de comercialización a los productores de café y cacao de las comunidades del valle del Monzón
3. Analizar la potencialidad y la oportunidad de mercado para los productores de café y cacao del valle del Monzón.
4. Proponer una estrategia para la articulación comercial efectiva de los productores de café y cacao del valle del Monzón.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis general

“Identificando y analizando los factores que limitan la articulación comercial de los productores de las comunidades del valle del Monzón, entonces se propondrá alternativas de solución para su articulación efectiva en la cadena productiva del café y del cacao”.

1.4.2. Hipótesis específicas

1. “A través de la caracterización social, económica y demográficas se identificarán variables sociales, culturales, comerciales, de infraestructura, entre otros, que están relacionados con la articulación comercial efectiva en la cadena productiva del café y del cacao de los productores de las comunidades del valle de Monzón”.
2. “La identificación de los factores que limitan el proceso de articulación a los mercados por parte de los productores de las comunidades del valle del Monzón, permitirá establecer alternativas de solución para su articulación efectiva en la cadena productiva del café y del cacao”.
3. El análisis de la oferta y demanda del café y cacao a nivel local, nacional e internacional permitirá determinar la potencialidad y la oportunidad de mercado para los productores de café y cacao del valle del Monzón
4. “La identificación de los factores que limitan la articulación comercial permitirá proponer lineamientos y una estrategia para mejorar las capacidades en gestión comercial de los productores de las comunidades”.

1.5. VARIABLES

Dependiente

Articulación comercial efectiva de los productores de café y cacao de las comunidades del valle del Monzón.

Independiente

Factores sociales, culturales, comerciales, de infraestructura, que imposibilitan la articulación comercial efectiva.

- Aspectos técnicos productivos
- Aspectos financieros
- Aspectos comerciales
- Aspectos socio culturales.

1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La actividad relacionada a la producción de café y cacao, representa, para las comunidades del valle del Monzón, una de las principales actividades productivas. Sin embargo, los productores de estas comunidades enfrentan diferentes barreras que limitan su inserción efectiva dentro de la cadena productiva del cacao. En términos generales, nuestro país posee una amplia biodiversidad especialmente a nivel de ecosistemas de amazonia; sin embargo, de acuerdo a cifras del INEI, el 35.2% de la población de la región selva vive en condiciones de pobreza, asociada con un deficiente nivel nutricional en los niños, carencias de infraestructura adecuada, entre otros.

La propuesta partirá de conocer las características y condiciones actuales de la forma como se articulan los productores de las comunidades bajo estudio a los mercados. Las propuestas que se plantean permitirán generar un escenario que ayude a mejorar las condiciones de vida en las comunidades del valle; siendo capaces de insertarse en los mercados de forma eficiente y sostenible, articulando productores a mercados que sean justos en términos de distribución de los beneficios.

La importancia de la investigación radica en que nos permite determinar elementos para establecer un breve diagnóstico a nivel de comunidades del valle del Monzón sobre la forma como estas se articulan al mercado para vender sus productos. De otro lado la investigación identificara los cuellos de botella que se deben superar para una articulación comercial entre los productores de estas comunidades y los demandantes.

Las propuestas que se planteen permitirán generar un escenario que ayude a mejorar las condiciones de vida en las comunidades del valle del Monzón; al mejorar su capacidad de insertarse en los mercados de forma eficiente y sostenible, articulando productores a mercados que sean justos en términos de distribución de los beneficios. Los resultados del presente estudio servirán

asimismo para la identificación y orientación de políticas que faciliten la inserción efectiva de los productores en la cadena productiva, cuyo impacto esté relacionado con el mejoramiento de la calidad de vida de los comuneros.

Los resultados del presente estudio servirán para la identificación y orientación de políticas que beneficie la inserción efectiva de los productores en la cadena productiva, cuyo impacto esté relacionado con el mejoramiento de la calidad de vida de los comuneros.

Teórica

La investigación busca descubrir los factores que limitan la articulación comercial de los productores de las comunidades del valle del Monzón, y proponer alternativas de solución para su articulación efectiva en la cadena productiva del café y del cacao, información que será de utilidad para instituciones públicas y privadas en la toma de decisiones para la aplicación de políticas adecuadas en programas de inversión del cultivo materia del trabajo de investigación.

Metodológica

El análisis y los resultados de la investigación se tomarán como referencia para otros cultivos y zonas geográficas similares a la del valle del Monzón. Asimismo los instrumentos a utilizar serán validados y sistematizados por las instituciones correspondientes.

Práctica

El análisis y explicación del problema sobre los factores que limitan la articulación comercial de los productores de las comunidades del valle del Monzón, y proponer alternativas de solución para su articulación efectiva en la cadena productiva del café y del cacao, servirá de base para la formulación de propuestas en el mejoramiento del sistema de producción de tal manera que llegue a superar la baja rentabilidad del cultivo y así mejorar la situación económica de los productores involucrados.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Una de las actividades principales del valle del Monzón es la agricultura, cultivando una gran diversidad de productos agrícolas como: frutas, raíces, leguminosas, orientándose alrededor del 90% para su auto consumo, del mismo modo son productores importantes del café y cacao, para los mercados regionales y nacionales. Estos dos últimos cultivos son de gran importancia económica y de comercialización para los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, que involucra a productores localizados en el valle de Monzón; y por lo tanto el presente proyecto de investigación es viable por la gran importancia económica que representa para la Región Huánuco y el País en su conjunto.

1.8. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación se limita a estudiar los principales factores que limitan la articulación comercial de los productores de las comunidades del valle del Monzón, a realizar un análisis básico de potencialidad y oportunidad de mercado y proponer una estrategia de articulación comercial para el café y cacao de los productores de café y cacao del valle del Monzón.

Así mismo se limita a realizar un análisis de las comunidades del valle del Monzón y de los cultivos café y cacao hasta el año 2015.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1. ANTECEDENTES

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA (2013) en el estudio “Diagnóstico socio económico y ambiental de la cuenca baja del valle del río Monzón” analizar la situación actual de la población de las localidades asentadas en la cuenca baja del Monzón, donde se analizan variables socio demográficas, económicas, productivas, medio ambientales y variables de percepción respecto a la vida lícita y al bienestar social. Este estudio, fue realizado el año 2013, en donde se identificó necesidades y potencialidades a nivel comunal, información que permitirá incorporar acciones en el Plan de Post-erradicación de la coca, como inicio de un Programa de Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible.

DEVIDA (2013) en el estudio “Desempeño Comercial de las Empresas Promovidas por el Desarrollo Alternativo Perú, 2012” muestra los resultados de las ventas de productos para el mercado exterior y local de 14 empresas de pequeños productores que mantuvieron o aún mantienen vínculos con las iniciativas impulsadas por UNODC en torno al Desarrollo Alternativo en coordinación con el Estado Peruano representado por DEVIDA y por otras agencias de cooperación internacional. En síntesis, el 2012 reportó ingresos por más de US\$ 131 millones por ventas de café, cacao, derivados industriales del cacao, palmito de pijuayo, aceite de palma, palmiste y aceite de palmiste, mediante la labor destacada de las 14 empresas que agrupan a 26,957 socios, que voluntariamente se alejaron de la coca, dentro de los cuales, se incluyen a los del valle del Monzón. Concluye que es una prioridad consolidar y ampliar los proyectos de desarrollo alternativo, ya que contribuyen a la lucha contra el narcotráfico y, simultáneamente, permiten a estas familias salir de la pobreza y la exclusión social, al acercarlas a los mercados de manera legal y así mejorar su calidad de vida.

DEVIDA. 2015. En el estudio “Recuperando el Monzón” documenta el complejo proceso de cambio económico, social y político por el que ha atravesado el valle del Monzón en los últimos años y sistematiza la experiencia de implementación del «Plan de Poserradicación» en ese contexto: sus principales avances y logros a la fecha. Se concluye que la intervención en el Monzón ha

logrado vincular dos campos a menudo disociados: la seguridad en el mediano plazo y, de otro lado, el desarrollo alternativo integral y sostenible en el largo plazo, y bajo un enfoque integral y multisectorial.

Arana (2014), en su tesis de investigación "Identificación y análisis de limitantes que enfrentan las comunidades nativas de Anapate y Coriteni Tarso en la selva central, para articularse eficientemente en la cadena productiva de cacao", la investigación se centra en identificar y analizar las barreras, así como la elaboración de una propuesta de estrategia de articulación comercial de las comunidades al mercado. Concluye con una propuesta de modelo de articulación basada en: fortalecimiento organizacional de los productores, establecimiento de alianzas y contactos con los demandantes, fortalecimiento técnico productivo, que permitirá generar un escenario que ayude a mejorar las condiciones de vida en las comunidades nativas al mejorar su capacidad de insertarse en los mercados de forma eficiente y sostenible.

Matías (2012), El caso de la cooperativa agraria industrial Naranjillo (coopain): expresión de biocomercio en el Perú, El incipiente progreso de la oferta peruana de cacao en grano se caracteriza por satisfacer elevados estándares de calidad; de igual manera, la dimensión de la demanda global de cacao, permite para ese producto afirmar la viabilidad de un mercado externo sostenible a mediano plazo. Adicionalmente, las iniciativas y compromisos -tanto públicos como privados- por asegurar el abastecimiento sostenible de cacao a través de la producción certificada prometen mercados a largo plazo.

Trigozo (2014), La rentabilidad del cacao en la Provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín, en el trabajo el tesista concluye que los bajos precios y los bajos rendimientos por hectárea afectan los ingresos de los productores. Además los programas gubernamentales existentes a través de convenios para el campo son insuficientes para el productor.

Queirolo (2010), en la tesis denominada "Promoción del consumo Interno del café en el Perú: lineamientos de estrategia", se concluye La inversión en investigación de mercados es otro de los primeros pasos a tener en cuenta para cualquier iniciativa de promoción interna del café. Sin evidencias, hallazgos y recomendaciones de estrategias, cualquier esfuerzo comunicacional será inútil.

De los resultados de esta investigación se debe desprender los obstáculos y facilitadores para el acceso y consumo del producto.

Pereyra(2010), publico un artículo en el boletín informativo del ministerio de Agricultura; señala que la mayor rentabilidad del cultivo de cacao, café y palma aceitera en la provincia de Tocache, frente a cultivos ilegal de la hoja de coca; precisando que los factores que determinan una mayor rentabilidad del cacao, café y palma aceitera frente a la hoja de coca es por el mayor rendimiento por hectárea, así como los mejores precios en chacra y en mercados, de igual modo atribuye una mayor rentabilidad a la asociatividad en el campo entre agricultores.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. El cultivo del cacao

El árbol de cacao es un planta que crece de forma silvestre, cuyo origen se ubicaría hace más de cuatro mil años en la cuenca del río Amazonas. Las más antiguas referencias históricas indican que fue domesticado en América Central por la cultura Maya, que lo consumía como bebida amarga. Descubierta durante las primeras exploraciones de América, el cacao se extendió con éxito a través de Europa en el siglo XVII conforme se le fueron añadiendo edulcorantes y saborizantes (Canessa, 2014).

El fruto del cacao, también llamado mazorca, tiene forma ovalada de color rojo o verde y, dependiendo de la variedad, supera los 25 centímetros de largo. Su semilla es el grano de cacao y supera los 1.8 gramos de peso, pudiendo encontrarse hasta 40 granos por mazorca. Estos están cubiertos por una pulpa de color blanco y presentan distintos sabores, aromas y grado de acidez. Estos granos constituyen el insumo básico para las industrias chocolatera, farmacéutica y cosmética (García, 2000 y 2007).

Desde la época precolombina en América Central y luego de su difusión a América del Sur, Asia y África se han desarrollado distintas variedades. Lachenaud (1997) realizó estudios genéticos del *Theobroma Cacao L.* e identificó tres variedades principales, Criollo, Forastero y Trinitario:

- Criollo: variedad que crece bajo condiciones semisilvestres y se distribuye desde México hasta Colombia y Venezuela. Son árboles poco vigorosos, de lento crecimiento y más susceptibles a enfermedades y plagas que la variedad Forastero. Sin embargo, su fruto se caracteriza por ser dulce y por producir un chocolate de menor amargor. Es el cacao de mayor calidad.
- Forastero: originario de la Alta Amazonía, es el de mayor producción en los países de África. Por ser resistente y poco aromático es principalmente usado para mezclar y dar cuerpo al chocolate.
- Trinitario: híbrido entre el Criollo y el Forastero, originario de la isla Trinidad nunca se ha encontrado en estado silvestre. Posee características intermedias entre el Criollo y el Forastero. Se diseminó en América Latina y El Caribe y fue introducido en África alrededor de 1850. Es más aromático que el Forastero y más resistente que el Criollo. Representa del 10% al 15% de la producción mundial (Estela, 2012).

También se han creado múltiples variedades híbridas. Una variedad importante es el cacao CCN51, un cacao convencional obtenido en Naranjal, provincia de Guayas en Ecuador en el año 1965 por el agrónomo Homero Castro Zurita. Su denominación CCN alude a Colección Castro Naranjal y su numeración como 51 al número de cruces realizados para obtener la variedad deseada. Este cacao ha adquirido gran popularidad entre los agricultores por tener características de alta productividad por hectárea, autocompatible al no necesitar de polinización cruzada para su fructificación, de cultivo precoz al iniciar su producción a los dos años de edad, resistente a plagas y enfermedades, fácilmente adaptable a diversas zonas tropicales y poseer un alto porcentaje de grasa (54%) haciéndolo muy cotizado por la industria. Por el lado contrario, no cuenta con las características del CFdA al tener un sabor ácido y astringente (ICCO, 2014b).

Según la ICCO, el mercado mundial de cacao distingue dos variedades de granos: el cacao convencional y el CFdA. El convencional, típico de África, proviene de la variedad Forastero, es resistente al clima, posee un sabor ácido y astringente y es el de mayor producción mundial; a esta variedad pertenece el cacao CCN51. Por otro lado, el CFdA proviene de las variedades Criolla y Trinitaria y posee aromas y sabores frutales, florales, de nueces y de malta. Este

sabor es característico y lo diferencia de los demás cacaos en el mundo (ICCO, 2013).

El CFdA posee granos de muy buena apariencia, de color achocolatado cuando está bien fermentado y, con una selección de semillas y el arreglo clonal respectivo, se obtienen altos rendimientos similares o mayores a los cacaos convencionales. El CFdA requiere el mismo cuidado que el cacao convencional para evitar las plagas y las enfermedades más comunes. Esta variedad de cacao representa aproximadamente el 8% de la producción mundial con el 76% concentrada en Colombia, Ecuador, Venezuela y el Perú.

El cacao en el Perú

En el Perú existen distintas variedades de cacao que fueron introducidas desde El Caribe, América Central y Ecuador, además de los cruces con las variedades nativas. Por ello, se estima que posee el 60% de las variedades de cacao del mundo.

Las principales zonas productoras son los valles de La Convención (Cusco), del río Apurímac-Ene, o VRAE (Ayacucho, Cusco y Junín), del Huallaga (Huánuco y San Martín), de Tambo (Junín) y del Marañón (Cajamarca y Amazonas).

Las variedades Forastera y Trinitaria fueron introducidas en paralelo con el café durante la colonización de la Amazonía peruana en 1930. En la década de 1970 el cultivo del cacao creció y se orientó a cubrir la demanda del mercado internacional. A partir de la década de 1980 el cultivo del cacao fue reemplazado por el cultivo ilegal de la coca, mucho más rentable para el productor, sumándose a ello la presencia del terrorismo en la zona. Además, el limitado o nulo manejo técnico de las plantaciones, el tratamiento deficiente de los granos en la etapa poscosecha, el material genético de baja calidad, el ser poco resistente a enfermedades y plagas, la ausencia y el debilitamiento de las organizaciones productoras de cacao y la escasa inversión público-privada, estancaron y redujeron las zonas de cultivo de cacao.

En la década de 1990 se inició una política de pacificación social y se pusieron en marcha campañas de erradicación de los cultivos ilegales de coca.

Paralelamente, de la mano de la cooperación internacional, se ejecutaron programas de desarrollo alternativo. A partir del 2000, se comenzó a incentivar la producción de cacao CCN51 con el apoyo técnico-financiero de entidades como la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNOCD, por su sigla en inglés), la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (Devida), el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) y la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID). Se ha obtenido así mejoras en calidad y rendimiento del cacao producido.

En su catálogo de cultivares del Perú, García (2012) señala la siguiente distribución para los departamentos de Huánuco y San Martín:

- En Huánuco, para un total de 4201 hectáreas tiene un 45% de Criollo y Nativo, un 50% de CCN51 y un 5% de Trinitario más Forastero.
- En San Martín, para un total de 28,984 hectáreas, tiene un 8% de Criollo y Nativo, un 90% de CCN51 y un 2% de Trinitario más Forastero.

Según información de la Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo, una de las mayores productoras nacionales de cacao, Huánuco tiene la ventaja frente a San Martín de tener variedades más atípicas. Los socios de esta cooperativa tienen mezcladas distintas variedades de cacao en sus parcelas, lo cual origina que su producción de grano de cacao sea variada: el 50% corresponde a Trinitario, el 40% a CCN51 y el restante 10% a Nativo. Se observa una relación directa entre los tipos de grano de cacao producidos por los socios de la cooperativa y las estadísticas elaboradas por el MINAGRI y DEVIDA, en las cuales se registran volúmenes de producción aproximadamente equiparables entre el CFdA y el CCN51. Diferente situación ocurre en San Martín donde se evidencia una preferencia del productor por el cultivo del CCN51 sobre el CFdA.

Además, en el Perú se producen otros tipos de cacao criollo como el cacao de grano blanco, también llamado cacao Porcelana, cultivado en las provincias de Morropón y Huancabamba, departamento de Piura, y el cacao Chunchu, producido en la provincia de La Convención, departamento de Cusco.

Ante estas realidades disimiles, existe interés de diversas entidades y el apoyo del gobierno para aumentar la producción del CFdA en otras zonas. Así

surge el proyecto de la ACP como una iniciativa público-privada para promover el cultivo del CFdA, un cacao diferenciado que logre posicionar al Perú en el mapa mundial de los cacaos finos.

Principales usos del cacao y sus derivados

Estela (2012) indica que a partir de las semillas del cacao se obtiene el cacao en grano, los cuatros productos intermedios (licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo) y el chocolate. A pesar de que el mercado de chocolate es el mayor consumidor de cacao en términos de equivalente en grano, productos intermedios tales como el cacao en polvo y la manteca de cacao son utilizados en diversas áreas. Los principales productos y usos son:

- **Manteca de cacao**, para la elaboración de chocolate y confitería, y también puede ser usado en la industria cosmética (cremas humectantes y jabones), y la industria farmacéutica
- **Pulpa de cacao**, para la producción de bebidas alcohólicas y no alcohólicas
- **Cáscara**, puede ser utilizado como comida para animales
- **Cenizas de cáscara de cacao**, puede ser usado para elaborar jabón y como fertilizante de cacao, vegetales y otros cultivos
- **Jugo de cacao**, para la elaboración de jaleas y mermeladas
- **Polvo de cacao**, puede ser usado como ingrediente en casi cualquier alimento: bebidas chocolatadas, postres de chocolate como helados y mousse, salsas, tortas y galletas
- **Pasta o licor de cacao**, se utiliza para elaborar chocolate

2.2.2. El cultivo del café

De acuerdo al MINAGRI (2014) el cafeto pertenece a la familia de las Rubiáceas, al género Coffea, que comprende alrededor de 60 especies, de las cuales 2 especies son las más cultivadas: Arábigas (Coffea arábica) Originario de Etiopia, y Robustas (Coffea Canephora) presumiblemente originaria del África o Indonesia.

Nombre científico: *Coffea arabica* L.

Nombre comercial: *Coffea arabica* L., café, coffee.

Formas de presentación: Grano verde, tostado, tostado molido, descafeinado

Zonas de Producción: Junín, Cajamarca, San Martín, Cusco, Amazonas, Puno, Ayacucho y Huánuco.

Variedades

En el mundo existen dos especies comerciales de café: Arábica y *Canephora*. La primera es la más apreciada y representa las tres cuartas partes de la producción mundial de café.

Arábica: La especie arábica (*C. arabica* L; syn.: *C. vulgaris* Moench, *C. laurijolia* Salisb.) tiene un contenido en cafeína menor que en la variedad robusta. Se cultiva principalmente en Perú, Colombia, Centroamérica y Brasil. Es la especie más cultivada. Variedades importantes Típica, Caturra, Catimores y Borbón

Variedad Robusta: La variedad robusta (*Coffea canephora*) tiene mayor contenido en cafeína. Es más resistente a las plagas y necesita menos cuidados, por lo tanto es más económica. Se cultiva principalmente en África e Indonesia. Es la segunda especie más cultivada.

Entre otras variedades con mayor adaptación en la selva peruana son las siguientes:

| | |
|----------------|--|
| Típica: | Originario de Etiopía |
| Bourbon: | Mutación del Bourbon rojo |
| Mundo novó: | Cruzamiento entre Sumatra y Bourbon amarillo |
| Caturra: | Mutación del Bourbon |
| Catuai: | Cruzamiento entre Mundo novó y Caturra |
| CR 95: | Cruce entre Híbrido timor y Caturra |
| Gran Colombia: | Cruce entre Híbrido timor y Caturra |
| Pache: | Mutación del Tipica |

Otras especies: Existen otras especies menos importantes y difundidas, como son: *Coffea liberica*, *Coffea dewevrei*, *Coffea stenophylla*, *Coffea congensis*, *Coffea abeokutae*, *Coffea klainii*, *Coffea zanguebariae* y *Coffea racemosa*

Clima y suelos

La variedad Arábica crece en altitudes superiores a los 900 metros: cuanto mayor es la altitud, mejor serán las cualidades organolépticas del grano de café. El café se cultiva en lugares con una precipitación que varía desde los 750 mm anuales (7.500 m³/ha) hasta 3000 mm (30.000 m³/ha), si bien el mejor café se produce en aquellas áreas que se encuentran en altitudes de 1200 a 1700 metros, donde la precipitación pluvial anual es de 2000 a 3000 mm y la temperatura media anual es de 16° a 22°. Pero aún más importante es la distribución de esta precipitación en función del ciclo de la planta. Podemos decir que el cultivo requiere una lluvia (o riego) abundante y uniformemente distribuida desde comienzos de la floración hasta finales del verano (Noviembre – Septiembre) para favorecer el desarrollo del fruto y de la madera. En otoño sin embargo es conveniente un período de sequía que induzca la floración del año siguiente.

Categorías de café

Tudela (2006) manifiesta que en el escenario internacional cada vez va adquiriendo mayor importancia el consumo de café que cumple con dos criterios básicos de sustentabilidad: protección del medio ambiente y justicia social. Son cada vez más los productores de café que orientan su producción hacia prácticas más respetuosas con el medio ambiente, procurando tener mayores beneficios económicos y sociales. Existen cuatro categorías de café que cumplen con estos criterios: el café orgánico, el café de sombra, el café de comercio justo y el café Gourmet. Generalmente a estos cuatro tipos de cafés se les denominan “cafés especiales”. Cada uno de ellos tiene las siguientes características:

- Café orgánico es el que se produce con métodos que conservan el suelo y prohíbe el uso de sustancias químicas sintéticas.
- Café de comercio justo es el que se compra directamente a las cooperativas de pequeños agricultores, garantizándoles un precio mínimo.

- Café de sombra es el que se cultiva bajo árboles forestales, en entornos de selva, y es benéfico para la biodiversidad y las aves.
- Café Gourmet es aquel café que proviene de condiciones especiales y que posee alta calidad. Algunos criterios para su identificación son: la región o zona donde proviene, la altura, la variedad, madurez, tipo de procesamiento, tamaño de grano y características en taza (olor, sabor, textura, etc.).

Aunque cada una de estas categorías de cafés tiene sus propios canales y criterios de comercialización, en la práctica suelen combinarse cada característica en una unidad productiva. Por ejemplo, el café de comercio justo es con frecuencia, pero no necesariamente, orgánico, el café orgánico es a veces, pero no siempre, cultivado bajo sombra y el café gourmet producido en zonas altas, es generalmente, pero no necesariamente orgánico.

2.2.3. Biocomercio y cadenas de valor

Biocomercio: es definido como un conjunto de actividades de recolección o acopio, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, desarrolladas en conformidad con los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. El término Biocomercio fue adoptado durante la VI Conferencia de las Partes del Convenio de Diversidad Biológica en 1996, y su definición fue acordada en 2004 por los Programas Nacionales de Biocomercio, la Comunidad Andina de Naciones (CAN), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Corporación Andina de Fomento (CAF). El Biocomercio se basa en la aplicación de siete principios: Principio 1: Conservación de la Biodiversidad Este principio busca que las iniciativas de Biocomercio contribuyan con la subsistencia de la diversidad biológica. Principio 2: Uso sostenible de la Biodiversidad

Con este principio se busca que los productos del Biocomercio se obtengan bajo sistemas que aseguren la sostenibilidad del recurso utilizado y del ecosistema involucrado. El objetivo es que el aprovechamiento de una especie o ecosistema no supere la capacidad de regeneración y/o productividad del recurso o ecosistema utilizado. Principio 3: Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de uso de la biodiversidad Este principio apoya la distribución en el

marco de las actividades relacionadas con los recursos biológicos, las que hacen parte de las actividades del biocomercio, cubriendo la totalidad de los bienes servicios del biocomercio. Principio 4: Viabilidad económica (administrativa, financiera y de mercado) Se busca que la competitividad de los productos manejados sosteniblemente los posiciones en los mercados y puedan mantenerse en ellos para generar los beneficios esperados. Principio 5: Cumplimiento de la legislación nacional e internacional Este principio se ejecuta en el ámbito internacional y en el ámbito nacional. Principio 6: Respeto de los derechos de los actores involucrados en el Biocomercio Es fundamental para el biocomercio, la promoción de capital social, en ese sentido es igualmente clave el respeto de los derechos de los actores que interactúan con la organización y la generación de desarrollo local. Principio 7: Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos. La organización debe tener claridad sobre sus derechos de modo que pueda hacer las inversiones a largo plazo necesarias e implementar medidas de manejo necesarias para asegurar la sostenibilidad. A nivel nacional se ha impulsado el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNBP) con el auspicio de diferentes instituciones y organizaciones de cooperación. El PNBP en el Perú, se formuló con el objetivo de impulsar y apoyar la generación y consolidación de los bionegocios, basados en la biodiversidad nativa, como incentivo para su conservación, aplicando criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, en concordancia con los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) y la Estrategia Nacional sobre Diversidad Biológica (ENDB).

Es importante indicar que la aplicabilidad de los Principios y Criterios del biocomercio dependerá también de cómo los agentes económicos involucran dentro de sus actividades y de su propia gestión los enfoques del Biocomercio, es decir que mientras se logre que las empresas orienten su gestión al modelo de cadenas de valor, gestión adaptativa y gestión ecosistémica; les será más fácil su cumplimiento.

La iniciativa de biocomercio (Biotrade) y los programas nacionales implementan los principios y criterios de la cadena de valor a través de los siguientes enfoques: **Enfoque de cadena de valor:** En el contexto de la Iniciativa BioTrade y el Programa de Facilitación de Biocomercio, el fortalecimiento de

cadena de valor es utilizado como un mecanismo para facilitar la articulación entre actores de una cadena productiva; la implementación de buenas prácticas relacionadas con el uso sostenible, la conservación de la biodiversidad, la distribución equitativa de beneficios ambientales, sociales y económicos entre los participantes de la cadena. El término 'cadena de valor' se refiere a la alianza entre productores, procesadores, distribuidores, comercializadores e instituciones de apoyo y normatividad quienes partiendo de una demanda del mercado, establecen una visión común para reconocer necesidades comunes y trabajar conjuntamente en el cumplimiento de metas y que están dispuestos a compartir los beneficios y riesgos asociados, así como invertir tiempo, energía y recursos para lograr alcanzar la metas planteadas. **Enfoque de manejo adaptativo** (gestión adaptable): El manejo adaptativo es un enfoque que contribuye a la implementación de prácticas sostenibles, la identificación de impactos sobre especies y ecosistemas y el mejoramiento continuo de las practicas productivas y de manejo llevadas a cabo por las organizaciones de Biocomercio. **Enfoque ecosistémico:** La implementación de este enfoque requiere una visión integrada de aspectos sociales y ecológicos así como las interacciones y procesos que los sistemas productivos involucran. En la práctica, la planeación de los procesos productivos relacionados con las organizaciones de Biocomercio debería ser desarrollada siguiendo el enfoque ecosistémico con el objetivo de cumplir con las responsabilidades sociales y ambientales de acuerdo con el impacto generado sobre las especies, los hábitats, los ecosistemas y las comunidades locales. Debido al dinamismo de la actividad productiva bajo estudio, se ha identificado los siguientes criterios que guiarán la investigación:

i. **Temporalidad:** Los procesos productivos y comerciales no son estáticos, por ello se consideró también una dimensión de temporalidad que permita identificar la dinámica de los cultivos, así como el desarrollo del mercado del producto

ii. **Características productivas:** Las características productivas en zonas donde existen amenazas de deforestación son diversas en cuanto a las propias actividades, sus correspondientes escalas, los actores involucrados y las condiciones biofísicas y socioeconómicas en que se desarrollan (Börner et ál., 2009; Pagiola y Bosquet, 2010).

Cadenas de valor

Existe actualmente relativa confusión respecto de los términos cadena de valor y cadena productiva, siendo este segundo el más difundido desde su introducción al país hace unos 5 años o más. Si bien Michael Porter concibió el análisis de la cadena de valor al interior de las organizaciones empresariales, para identificar el aporte de cada eslabono de la cadena productiva al valor final del producto y el margen de las operaciones. Este análisis extrapolado a actividades económicas y sus encadenamientos, permite hacer visibles los aportes de cada eslabón y la necesidad de generar esquemas de cooperación entre ellos; este mismo es el origen del concepto “cadena productiva”² como instrumento de gestión. Por lo tanto, actualmente en Perú no hay mayor digresión en la práctica institucional entre cadena productiva y cadena de valor más allá del término utilizado. Sin embargo, “cadena de valor” resulta ser un término más amplio y a la vez preciso, ya que nos permite visualizar las cadenas sin hacer énfasis en la producción, que es sólo un eslabón más, reconociendo que en muchos casos se agregan al producto grandes cuotas de valor durante la transformación y comercialización. En consecuencia, en este texto utilizaremos el término cadena de valor. La cadena de valor está constituida por proveedores de insumos, productores, acopiadores, procesadores, distribuidores y consumidores. Algunos de estos actores se ubican en el ámbito de la producción y otros fuera de este sobre todo, la gran mayoría de los consumidores de productos procesados tanto nacionales como extranjeros. Estos actores, cumplen funciones diversas y están articulados bajo diversas modalidades.

La cadena también está constituida por diferentes instituciones de apoyo tanto para la prestación de servicios como para la promoción o capacitación (Larrea, 2008). La noción de cadena de valor describe el conjunto de actividades o pasos que requiere un producto o servicio desde la concepción a través de las diferentes fases de la producción, a su distribución entre consumidores y aun las formas de descarte o reciclaje, una vez consumidos. A ellos se añaden los flujos de valor entre los diversos eslabones de la cadena, la forma como se distribuye el excedente generado al interior de la cadena y la gobernanza de la misma, e s decir, una determinación clara de que eslabones de la cadena son los dominantes o establecen la dirección sobre el resto de los eslabones (DESCO, 2007).

2.4.4. Ecosistemas y bienestar humano: reducción de la pobreza

“El bienestar humano tiene múltiples componentes, entre los que se incluyen los bienes materiales básicos para una buena vida, la libertad y las opciones, la salud, las buenas relaciones sociales, y la seguridad. La pobreza también es multidimensional y se define como la privación ostensible del bienestar. La manera en que se experimenten y expresen el bienestar, las malas condiciones de vida o la pobreza dependen del contexto y la situación, y reflejan factores físicos, sociales y personales, como la geografía, el medio ambiente, la edad, el género y la cultura. En todos los contextos, sin embargo, los ecosistemas son esenciales para el bienestar humano gracias a sus servicios de suministro, regulación, culturales y de base” La intervención humana en los ecosistemas puede ampliar los beneficios para la sociedad. Sin embargo, las evidencias que se acumulan en las últimas décadas referidas a los progresivos impactos humanos en los sistemas ecológicos de todo el mundo, plantean inquietudes en torno a las consecuencias espaciales y temporales que producen los cambios en los ecosistemas, en detrimento del bienestar humano. El cambio en los ecosistemas afecta el bienestar humano en los siguientes aspectos:

La seguridad se ve afectada, en primer lugar, a raíz de los cambios que se producen en los servicios de suministro – que afectan los abastecimientos de alimentos y otros bienes, y que posibilitan los conflictos en torno a los recursos escasos – y, en segundo término, producto de los cambios en los servicios de regulación, que pueden influir en la frecuencia y magnitud de las inundaciones, las sequías, los desprendimientos de tierra y otras catástrofes. Puede, también, verse afectada por cambios en los servicios culturales, como en casos en que la pérdida de importantes rasgos ceremoniales o espirituales de los ecosistemas contribuye al debilitamiento de las relaciones sociales al interior de una comunidad. Estos cambios, a su vez, afectan el bienestar material, la salud, la libertad y las opciones, la seguridad y las buenas relaciones sociales. **El acceso a bienes materiales básicos para una buena vida** se relaciona estrechamente con los servicios de suministro, como la producción de alimentos y fibras, y los servicios de regulación, incluyendo la purificación del agua. **La salud** se relaciona estrechamente con los servicios de suministro, como la producción de alimentos, y los servicios de regulación, incluyendo aquellos que influyen en la distribución

de insectos transmisores de enfermedades y de sustancias irritantes y patógenas a través del agua y el aire. La salud también puede relacionarse con los servicios culturales a través de los beneficios recreacionales y espirituales. **Las relaciones sociales** se ven afectadas por los cambios en los servicios culturales, que afectan la calidad de la experiencia de vida de las personas. **La libertad y las opciones** se apoyan ampliamente en la existencia de los demás componentes del bienestar y, por ende, se ven influenciadas por los cambios en los servicios de suministro, de regulación y culturales que prestan los ecosistemas. El bienestar humano puede aumentar mediante interacciones humanas sostenibles con los ecosistemas, respaldadas con instrumentos, instituciones, organizaciones y tecnología que sea necesario aplicar, cuya creación mediante procesos participativos y transparentes puede contribuir a las libertades y las opciones de las personas, como asimismo, a una mayor seguridad económica, social y ecológica. Cuando hablamos de seguridad ecológica, nos referimos a un nivel mínimo de existencias ecológicas necesarias para garantizar un flujo sostenible de los servicios que prestan los ecosistemas. El bienestar humano puede afectarse por el agotamiento y degradación de los servicios que prestan los ecosistemas, sin embargo; esta degradación puede mitigarse con la sustitución de conocimiento y de capital manufacturado o humano. Por ejemplo, la utilización de fertilizantes en los sistemas agrícolas ha permitido compensar la disminución de la fertilidad del suelo en muchas regiones del mundo, donde las personas cuentan con suficientes recursos económicos para adquirir estos insumos; igualmente, las instalaciones de tratamiento de aguas en ocasiones pueden suplir la función que cumplen las cuencas hidrográficas y los humedales en la purificación del agua.

2.2.5. La comercialización

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales (Rivadeneira, 2012).

La estructura y características del proceso de comercialización de la producción de la región de la selva peruana varían según se trate de productos

forestales, entre los que cabe incluir, los productos de la caza y de la pesca fluvial, o se trate de productos agrícolas y pecuarios. En el comercio de los productos agropecuarios de la región de la selva muchos de los mecanismos del caso operan bajo el mismo modelo de los relacionados con el comercio de los productos extractivos, en razón de que la estructura del comercio en la región tiene una base institucional extractivista (Watson, 1964).

La comercialización como mercadeo tiene que ver con la acción deliberada que hacen las empresas para vender sus productos en el mercado a consumidores intermedios o finales. El concepto de comercialización se presenta cuando el productor, sea este individual, asociativo o empresarial, toma de decisiones sobre que sembrar, cuando lo va a hacer, con que insumos y en qué cantidad va utilizarlos, que cantidad de mano de obra empleara y de qué origen, cuando cosechara, cuando y a quien venderá. Asimismo, el intermediario o agroindustrial que compra, lo hace también en función del mercado: cuando decide que comprar, en que cantidades, de que calidad, a qué precio, como transportara el producto, como lo clasificara, empacará y lo presentara a, consumidor final (La Gra, 1993).

2.2.6. La formación de precios

En las siguientes líneas abordaremos aspectos conceptuales sobre las teorías de formación de precios. La teoría de los precios representa el núcleo de la teoría económica. La noción de precio es el concepto central de la ciencia de la sociedad de mercado: no existe ninguna proposición económica que no esté expresada en términos de precios. Por un lado la corriente económica neoclásica, con Walras como máximo exponente, conciben el problema económico como la utilización de recursos escasos para el logro de fines alternativos. En este marco, el intercambio a los precios de equilibrio sólo reasigna eficientemente los recursos disponibles. El mercado se presenta como un proceso neutro que permite el logro de la eficiencia. La asignación de equilibrio es eficiente en el siguiente sentido: ningún agente puede mejorar su posición sin que empeore la de algún otro. De esta forma, los precios de equilibrio están íntimamente relacionados con la idea de eficiencia, la cual no implica ningún criterio de justicia (Klimovsky, 2009). Los precios de los bienes y de los servicios de los factores se determinan

simultáneamente con las cantidades a partir de un principio único, y aseguran el equilibrio de los mercados y también de los individuos si, como se vio, se admite la existencia de un sistema centralizado de transacciones. Dicho principio es el de la oferta y la demanda que constituyen dos fuerzas simétricas. (Klimovsky, 2009). Los precios son un reflejo de las valoraciones subjetivas y de su escasez relativa en forma de un sistema de información. El sistema de precios no es otra cosa que un sistema de información que refleja la utilidad de un bien en términos de su capacidad de cubrir necesidades o de generar nuevos bienes.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Comercio justo

De acuerdo al Cuaderno de Comercio Justo (2012), el Comercio Justo establece un precio de compra que contempla los 'costes ocultos' implícitos y externalidades derivadas de la producción, remunera dignamente el trabajo e integra criterios de justicia social, equidad de género, sostenibilidad medioambiental y desarrollo comunitario (educación, sanidad, infraestructuras, etc.). En lugar de venir completamente impuesto desde fuera, este precio se negocia entre las distintas partes implicadas a partir de un análisis integrado de costes reales que tenga en cuenta el precio internacional de referencia.

Producción ecológica

De acuerdo al Cuaderno de Comercio Justo (2012), la producción ecológica es aquella que no utiliza ni productos químicos sintéticos ni transgénicos, respetando los ciclos de la tierra y la sostenibilidad de su entorno. Además de beneficioso para el medioambiente, una producción más ecológica y respetuosa con la naturaleza reduce enormemente los riesgos derivados del uso de productos químicos agresivos a los que suelen estar expuestas las personas que trabajan en las plantaciones: intoxicaciones, quemaduras, enfermedades pulmonares y de la piel, riesgos cancerígenos, etc.

Agricultura orgánica

Para el MINAGRI (2014), la agricultura orgánica es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar productos que puedan afectar la salud de las personas. Los productos agrícolas orgánicos son aquellos producidos en parcelas donde se evita el uso de fertilizantes y agroquímicos sintéticos, y donde se prepara la tierra con abonos durante un período de más de dos años antes de la siembra o plantación, y más de tres años antes de la primera cosecha, en el caso de los cultivos perennes.

Trazabilidad

El Parlamento Europeo, dentro del Reglamento (CE) 178/2002, define la trazabilidad como: ... la posibilidad de encontrar y seguir el rastro a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinada a ser incorporada en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo (Diario Oficial de las Comunidades Europeas, 2002).

Competitividad

El concepto de competitividad está basado en la definición de la ventaja competitiva: La ventaja competitiva resulta principalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores. Puede tomar la forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o la provisión de beneficios exclusivos que sobrepasan más de un costo extra (Porter, 1988: 15).

Vergara et al. (2012), define la asociatividad como un mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas o territorios (que mantienen su independencia jurídica y su autonomía) que permite la unión voluntaria de esfuerzos de un grupo para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes. Entre los rasgos específicos de la asociación entre sujetos se incluye

la satisfacción de objetivos comunes, cooperación (todos ganan o pierden), apertura, diálogo y confianza mutua.

Cadenas productivas

Según la Dirección General de Promoción Agraria del Minagri, la cadena productiva es un conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado, desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta llegar al consumidor final. Cuando estos agentes se articulan en términos de tecnología, financiamiento y/o capital se está frente a una cadena productiva competitiva, capaz de responder con rapidez a los cambios del mercado (Minagri, 2014).

Castro et al. (1996, citados por Hoeflich, 2000) definen una cadena productiva agrícola como el conjunto de operaciones de producción, procesamiento, almacenamiento, distribución y comercialización de insumos y productos agropecuarios y agroforestales que incluye servicios de apoyo (asistencia técnica, crédito, etc.).

2.4. BASES EPISTÉMICAS

Exploratorio

Permitirá la incursión de los hechos y fenómenos de mayor significancia dentro del campo de acción contrastando la realidad con la teoría, de tal forma permite obtener información de fuente primaria para converger con la fuente secundaria.

Descriptivo

Consiste en realizar un análisis minucioso de todas las variables que influyen en la rentabilidad del camu - camu en el sector de Yarinacocha de la Región Ucayali, determinando las causas y efectos que generan la rentabilidad de dicho cultivo.

Explicativo

Estará orientado a responder las causas de los eventos físicos o sociales y su interés se centra en explicar por qué y en qué condiciones ocurre un fenómeno o porque dos o más variables se relacionan.

Deductivo

Permitirá conocer la rentabilidad del cultivo de Camu - camu de los productores del sector de Yarinacocha, a partir de los conocimientos y teorías generales, en donde se busca obtener información y conclusiones particulares en base a la Teoría General.

Inductivo

Comprenderá el análisis de la problemática, la cual permitirá el estudio de las variables principales que influyen en la rentabilidad del cultivo de Camu – camu del sector de Yarinacocha de la Región Ucayali, identificando las variables determinantes mediante el cual busca la secuencialidad de los problemas con el fin de demostrar el porqué de dicho fenómeno.

Analítico

Permitirá descomponer el problema en las partes que la integran, con el fin de analizar cada uno de ellos y su relación entre ellos y con otros fenómenos, así como también su comportamiento en un tiempo y espacio determinado.

III. METODOLOGÍA.

3.1. NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se aplicó el método **descriptivo – explicativo**, por cuanto se trató de describir la articulación comercial de los productores de las comunidades del Valle del Monzón y de explicar los principales factores que limitan que esta articulación sea efectiva.

Según la finalidad que lleva la investigación se puede hablar de investigación **aplicada**. Por cuanto los resultados obtenidos servirán para implementar mejoras en la administración de costos y gastos de los productores para hacer más efectiva la articulación comercial de los productores de las comunidades del Valle del Monzón en relación a los cultivos de café y cacao, con la finalidad de incrementar sus niveles de rentabilidad.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Por su dimensión temporal, en los cuales se recolectan los datos, se recomienda un diseño de investigación no experimental, que consiste en verificar y comprobar una hipótesis a partir de las informaciones recopilados en campo de un conjunto de unidades en un punto determinado en el tiempo y examinando las variaciones en la información a través de las unidades. Esto acondiciona a que el diseño de la investigación sea de tipo transversal.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población en estudio estará conformado por los pobladores de las 23 principales comunidades del Valle del Monzón que están dedicados al cultivo del café y cacao.

3.3.2. Tamaño de muestra

La selección muestral se dio mediante la técnica de muestreo probabilístico estratificado, para lo cual los estratos están conformados por las 23 comunidades principales del Valle del Monzón productores de café y cacao, cuyos agricultores viven en la zona de influencia del proyecto dedicados al cultivo materia de la investigación.

La muestra para el trabajo de investigación por ser finita se estimará en función a la siguiente fórmula recomendada por Solís Vásquez (2007).

$$n = \frac{(Z)^2 (P) (q) (N)}{(N-1) (E)^2 + (Z)^2 (p) (q)}$$

Dónde:

n : Tamaño de muestra

N: Universo o población

Z: Nivel de significación (5%)

E: Precisión = 0.05

P: Probabilidad de existir = 0.50

q : Probabilidad de fracaso= 0.50

Estratificación de la muestra:

$$F_n = n/N$$

F_n: Fracción constante

n: Tamaño de muestra

N: Tamaño de población estimada de agricultores dedicados al cultivo de café y cacao.

3.4. DEFINICIÓN OPERATIVA DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de los datos se hizo mediante encuestas, dichas encuestas se realizaron siguiendo tres aspectos que permitieron recoger la información en campo. Cuyos detalles son los siguientes:

3.4.1. Diseño metodológico de la investigación

La investigación propuesta consideró aspectos explicativos y descriptivos, dado que se indagó, a nivel de los productores de las comunidades, sobre elementos relacionados a la forma de organización, producción, comercialización entre otros. Estos elementos identificados permitirán establecer un diagnóstico a nivel de comunidades del valle del Monzón sobre la forma como estas se articulan al mercado para vender sus productos, además de conocer elementos propios de las comunidades sobre la forma de producción que beneficia la conservación de los ecosistemas haciendo un uso sostenible de sus recursos.

Durante el trabajo de campo se puso énfasis en poder dialogar con los diversos factores, tanto a nivel de comuneros, líderes comunales, comercializadores, entre otros actores clave. En función a los objetivos de la investigación se consideran dos tipos de aproximaciones: una cualitativa y otra cuantitativa. El componente de análisis cualitativo relacionado con la identificación de características propias de las comunidades, sus formas de comercialización fueron recogidos mediante entrevistas a diferentes actores de las comunidades, así como a los demandantes de los productos, así como talleres con la participación de los productores de ambas comunidades. El componente cuantitativo está relacionado con la identificación de la capacidad y características de la oferta productiva a nivel de las comunidades. Dicha información se recogió mediante encuestas aplicadas en el ámbito de estudio y con información secundaria relacionada al estudio. Esta información fue complementada con los resultados del Diagnóstico socio económico y ambiental de la cuenca baja del valle del río Monzón realizada por DEVIDA (2013).

La investigación plantea tres momentos: i) Revisión de antecedentes y preparación de instrumentos metodológicos; ii) Recojo de información en campo y; iii) Análisis y procesamiento de la información recogida.

Las fases consideradas para la investigación son las siguientes:

Revisión de antecedentes y preparación de instrumentos metodológicos:

La primera etapa del estudio planteado parte de identificar información de fuentes secundarias como líneas de base de proyectos productivos impulsados por gobiernos locales o regionales del ámbito de estudio, informes sobre evaluación de los proyectos productivos, estadísticas de producción, productividad, nivel de precios, mapas cartográficos, entre otros. Las fuentes principales de la información recogida en esta etapa fueron los gobiernos locales de las comunidades del valle del Monzón.

Recojo de información en campo:

En esta etapa de la investigación se aplicaron los diferentes instrumentos preparados para el recojo de la información. Previamente al arribo a las comunidades se realizó las gestiones y solicitud del permiso respectivo a la autoridad comunal. El recojo de información se llevó a cabo en reuniones comunales previamente coordinadas y convocadas por la autoridad comunal. En estas reuniones se explicaron los objetivos y metodología de la investigación, se recogió aportes y sugerencias para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Desarrollo de entrevistas:

En el ámbito de estudio se aplicó entrevistas a diferentes actores de la comunidad con el objetivo de identificar y recoger elementos informativos que permitan cumplir con los objetivos planteados por el estudio. Esta etapa permitió conocer las principales características sobre prácticas de tecnologías productivas, formas de comercialización, conocimientos tradicionales, entre otros. Adicionalmente a las entrevistas a los comuneros, se realizaron diálogos con actores ligados a la demanda de los productos, lo que permitió conocer las características y requisitos para el proceso de compra de los productos. Entre los actores consultados tenemos a representantes de cooperativas acopiadoras, acopiadores independientes, entre otros. Las entrevistas se realizaron a productores de la comunidad. Además, se realizaron visitas a las chacras de los comuneros.

Análisis y procesamiento de la información recogida

Luego de realizado el trabajo de campo, la información recogida fue sistematizada, identificando las principales características de la comunidad y los demandantes relacionado al proceso productivo y de compra venta de los productos. Seguidamente se procedió al análisis de los principales indicadores, los cuales están organizados en cuadros y presentados mediante gráficos, que nos sirve de insumo para arribar a conclusiones sobre los objetivos planeados al inicio del estudio.

Se procesó la información La información de las entrevistas se seleccionan según las variables sociales, culturales, comerciales, de infraestructura, entre otros. Luego fueron analizadas las respuestas por separado. Después de esta organización de los datos, cada respuesta se ingresó a una base de datos en Excel y Word.

El análisis fue de acuerdo al objetivo general y los objetivos específicos planteados en la investigación. Finalmente, el análisis y procedimiento de la información recogida permitió conocer lo que obstaculizan y potencializan el desarrollo comunal en base al comercio del café y cacao, con el fin de plantear estrategias y acciones para aportar al desarrollo de la Comunidad de Selva Central.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL MONZÓN

La cuenca del río Monzón se ubica en el departamento de Huánuco. Involucra a la provincia de Huamalíes con parte de los distritos de Monzón, Arancay y Jircan; provincia de Leoncio Prado con parte de los distritos de Rupa Rupa, José Crespo y Castillo y Dámaso Beraún; provincia de Huacaybamba con una parte del distrito de Cochabamba; y la provincia de Dos de Mayo con una pequeña parte del distrito de Marías. Geográficamente la cuenca se ubica en el sector central del Perú.

Limita por el Norte con los distritos de Arancay y Cochabamba de las provincias de Huamalíes y Huacaybamba. Por el Sur con los distritos de Marías y Mariano Dámaso Beraun de las provincias Dos de Mayo y Leoncio Prado. Por el Este con los distritos de Rupa Rupa y José Crespo y Castillo de la provincia de Leoncio Prado, y. Por el Oeste con los distritos de Jircan, Tantamayo y Jacas Grande de la provincia de Huamalíes.

El río Monzón nace en las lagunas alto andinas ubicadas al Oeste del distrito Marías a 4400 msnm. Sus aguas descienden por relieves montañosos de la Cordillera Oriental y desemboca en la margen izquierda del río Huallaga a una altitud aproximada de 1200 msnm. Recorre el distrito de Monzón con dirección Oeste-Este. Es un río encajonado en su tramo inicial y muy torrentoso por la fuerte pendiente que presenta, es de aguas claras, con fondo rocoso pedregoso. En la figura 3, se muestra el valle del Monzón.



Figura 3. Mapa del valle del Monzón

De acuerdo al Mapa Ecológico del Perú, el valle corresponde a las zonas de vida, bosques muy húmedo-premontano tropical (bmt-PT); bosque muy húmedo-tropical (bmh-T); bosque pluvial-premontano tropical (bp-PT) y bosque pluvial-montano bajo tropical (bp-MBT).

Hasta el año 2011, la cuenca del Alto Huallaga –donde se halla ubicado el valle del Monzón– era el principal centro de producción cocalera en el Perú (UNODC y DEVIDA, 2014). Entre los años 2003 y 2009, aquella experimentó un crecimiento ininterrumpido del total de hectáreas de cultivo de coca. Durante ese intervalo de tiempo, aproximadamente, la extensión total de estos cultivos en el Alto Huallaga representó un tercio del total a nivel nacional. De esto deriva una premisa fundamental para el análisis: en términos económicos, los valles que conforman la cuenca del Alto Huallaga eran sistémicamente dependientes del cultivo de coca.

De acuerdo al Sistema de Información de Base Comunitaria SISMUNI (2014), el valle del Monzón cuenta con 23 comunidades representativas, las mismas que se muestran en el cuadro 7, en base a las cuales se realizaron el estudio de investigación.

Cuadro 7. Principales comunidades del valle del Monzón.

| Distrito | Comunidad |
|-----------------|----------------------------|
| Marías | Chipaquillo - Catalan |
| Marías | Chipaquillo- Milagros |
| Marías | Chipaquillo- sector 2 |
| Marías | Chipaquillo- sector 3 |
| Monzón | 15 de octubre |
| Monzón | Agua blanca |
| Monzón | Cachicoto- barrio claveles |
| Monzón | Camote |
| Monzón | Corvinilla alta |
| Monzón | Corvinilla baja |
| Monzón | Jorge Chávez |
| Monzón | La granja |
| Monzón | Manchuria- sector Manchu |
| Monzón | Matapalo |
| Monzón | Palo acero |
| Monzón | Palo acero- pueblo joven |
| Monzón | Palo de acero - Guillermo |
| Monzón | Palowimba |
| Monzón | Paujil |
| Monzón | Piedra ancha |
| Monzón | Puerto María Almendra |
| Monzón | Rio Espino |
| Monzón | Sachavaca- sector Leoncio |
| Monzón | Shianca |
| Monzón | Shitari |
| Monzón | Soledad |
| Monzón | Tazo grande |
| Rupa Rupa | Pozo rico |

En las comunidades del valle del Monzón no existen estaciones meteorológicas, pero por su similitud altimétrica y bioclimática con la estación más cercana en la ciudad de Tingo María es posible inferir que el patrón climático estaría definido por rangos de temperatura que varían entre los 19,3°C y 29,4°C y un régimen pluvial del orden de los 3,100 mm/anuales. Sobre los 800 m.s.n.m. en la medida que se asciende altitudinalmente los rangos de temperatura disminuyen y los volúmenes de precipitación pluvial se incrementan.

La información reportada de estos 23 ámbitos es de 4,342 pobladores distribuidos en 1,402 familias, existiendo 98 familias con menores de 2 años y un total de 423 niños menores de 5 años. La población total según sexo es de 46.5% de mujeres y 53.5% de varones (figura 4).

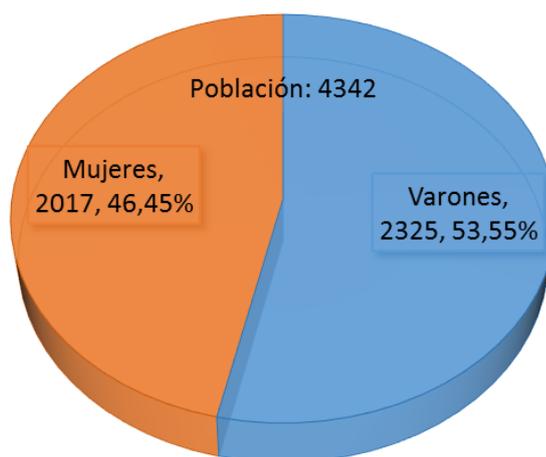


Figura 4. Población por sexo de las comunidades del valle del Monzón

En la distribución poblacional, se observa en la figura 5, una mayor proporción en el grupo de 25 a 49 años, con un 31.3% de varones y un 32.4% de mujeres, seguido del grupo de niños de 5 a 14 años, con 24.5% en varones y 24.8% en mujeres.

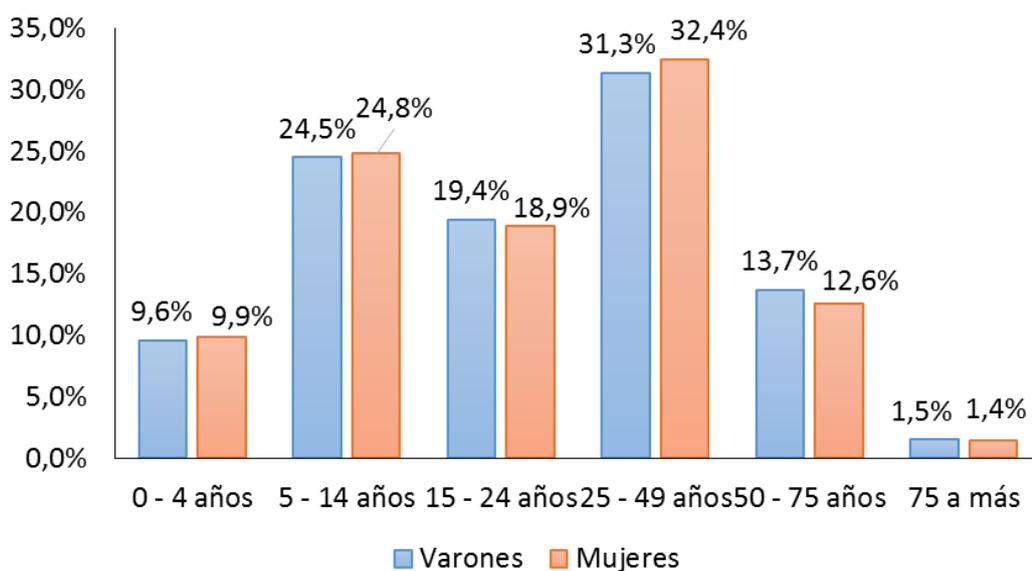


Figura 5. Distribución poblacional de las comunidades del valle del Monzón

En la figura 6, se observa que de la población mayor de 15 años se tiene que un 12% que no sabe leer ni escribir (analfabeto), de este grupo que no tuvo la oportunidad de acceder a educación, el mayor porcentaje son mujeres.

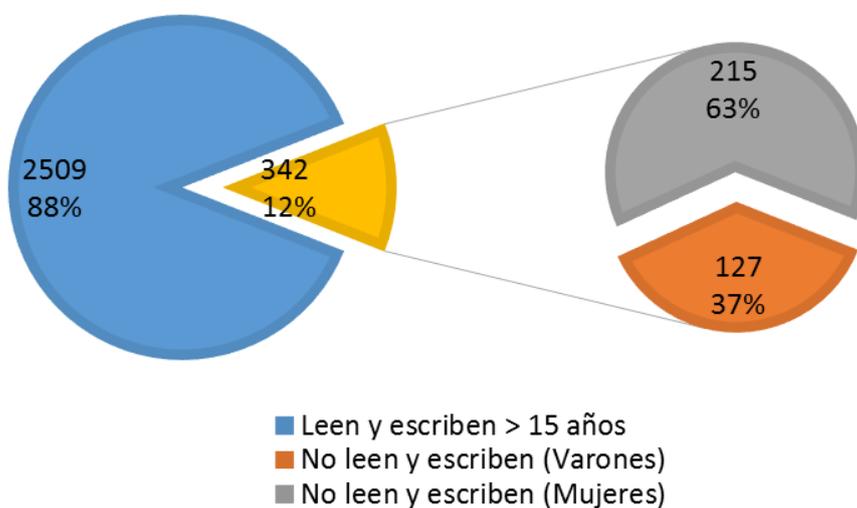


Figura 6. Distribución poblacional mayor de 15 años de las comunidades del valle del Monzón

Con respecto a los servicios básicos, en la figura 7, se observa que el promedio de las 23 comunidades del valle del Monzón, el 74% utilizan como fuente principal de agua al río, un 78% utilizan acequias y manantiales mientras que un 9% usan pozos como fuente principal de agua. Asimismo, el 82% de caseríos cuenta con servicio de alumbrado público.

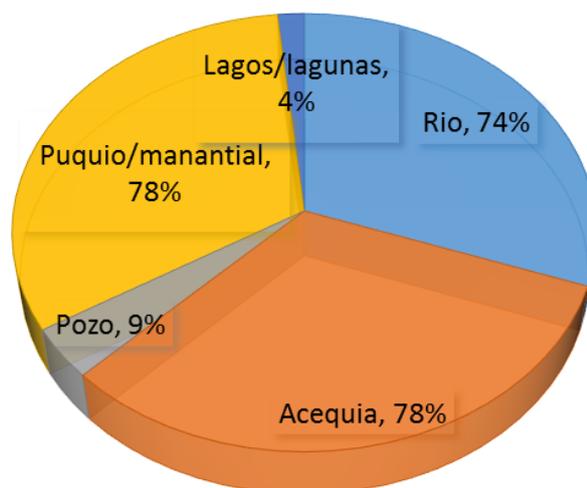


Figura 7. Fuente de agua utilizada por las comunidades del valle del Monzón

En cuanto a servicios de comunicación, el 74% de los caseríos cuenta con señal de radio y el 43% con señal de televisión, adicionalmente, el 70% dispone de servicio de telefonía celular y el 17% tiene acceso a medios escritos. Sólo el 9% tiene acceso a internet (ver figura 8).

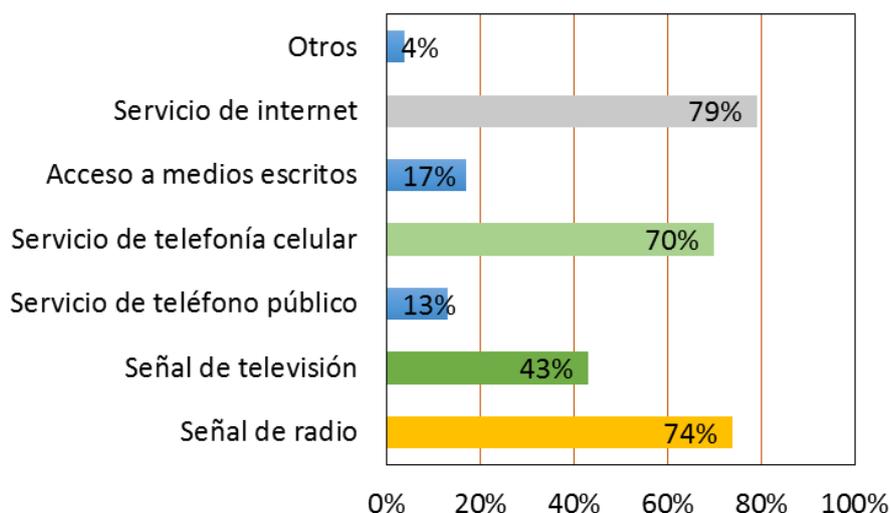


Figura 8. Medio y servicios de comunicación utilizada por las comunidades del valle del Monzón

Con respecto a las vías de acceso a las comunidades del valle del Monzón, en la figura 9, se aprecia que el 7% se acceden por transporte público diario. Sus vías de acceso, en un 39% son trochas, 26% son caminos carrozables o de tierra no afirmada en un 26%, mientras que un 26% tienen carretera afirmada o asfaltada.

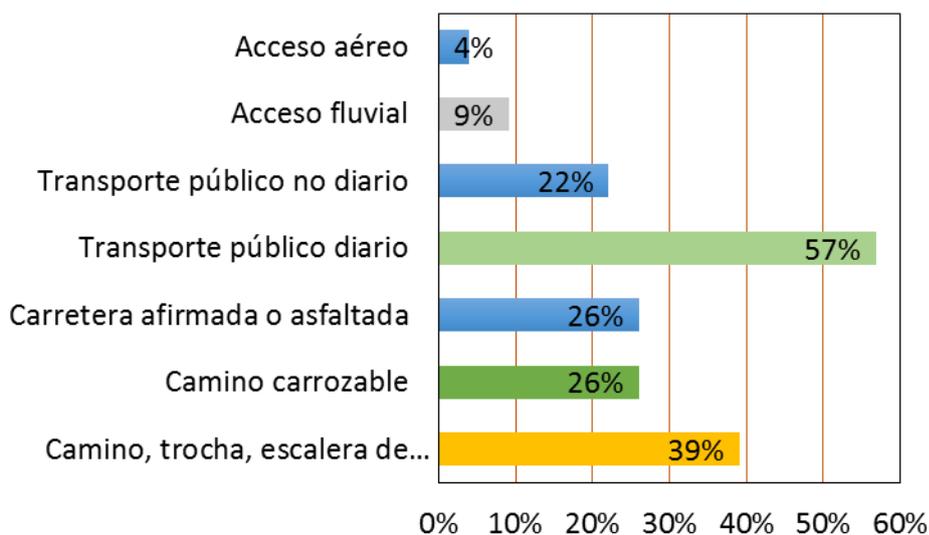


Figura 9. Vías de acceso a las comunidades del valle del Monzón

Las viviendas del ámbito reportado, suman un total de 1343 viviendas habitadas siendo sus características predominantes: el uso de calaminas en sus techos en un 93%, uso de paja/ palmeras como techo en un 5% (figura 10). Los pisos de sus viviendas son de tierra en un 65%, de madera 4%, y de cemento en un 31%. Las paredes, principalmente, están hechas de madera en un 51%, utilizando también quincha en un 4%, material noble en un 10%, adobe en un 1% y otros materiales de la zona en un 34% (figura 11).

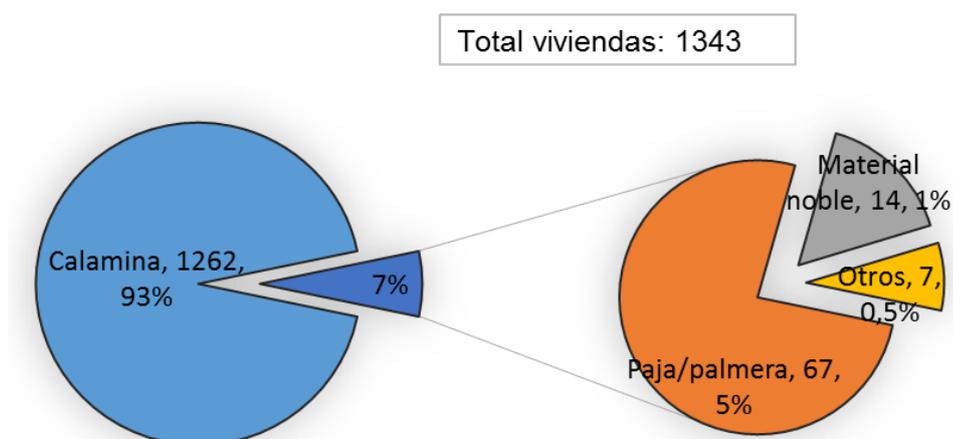


Figura 10. Materiales de los techos de las viviendas de las comunidades del Valle del Monzón

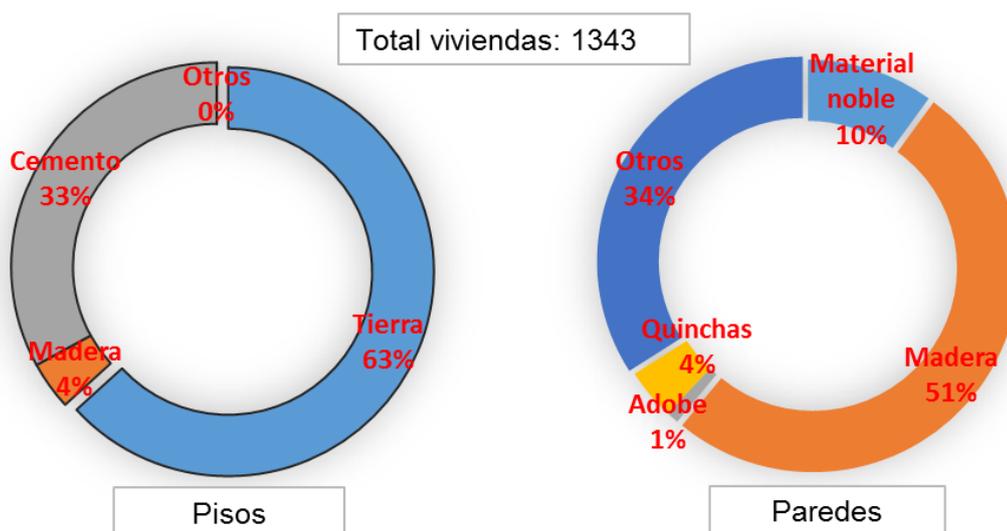


Figura 11. Materiales de los pisos y paredes de las viviendas de las comunidades del valle del Monzón

En la figura 12, se grafica que el 89% de las viviendas tienen como fuente de energía el servicio eléctrico público, existiendo un 10% que no cuenta con alguna fuente de energía eléctrica, situación que demanda la necesidad de gestionar y canalizar la inversión para asegurar el acceso a este servicio básico.

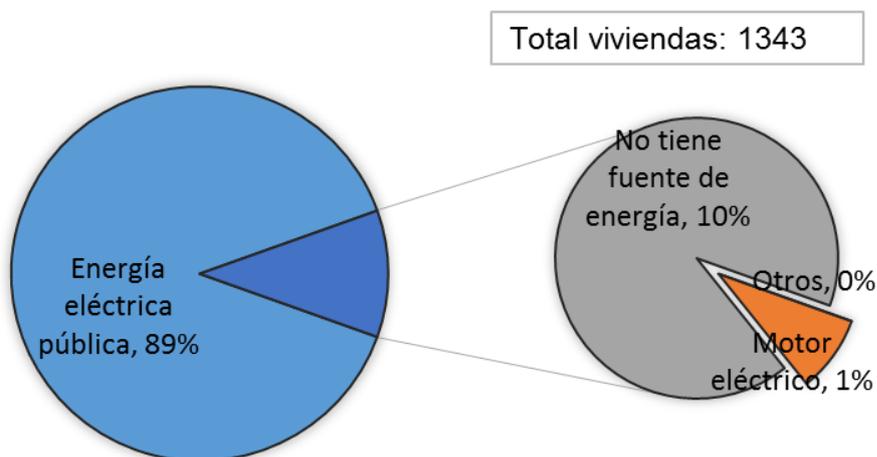


Figura 12. Fuente de energía en las viviendas de las comunidades del valle del Monzón

Asimismo, en la figura 13, se observa que las familias de las comunidades del Valle del Monzón, en un 91% tienen como actividad principal la agricultura, destacándose algunos cultivos como plátano, cacao, café, yuca, maíz entre otros, siendo comercializados en el mercado local el 28% de éstos.

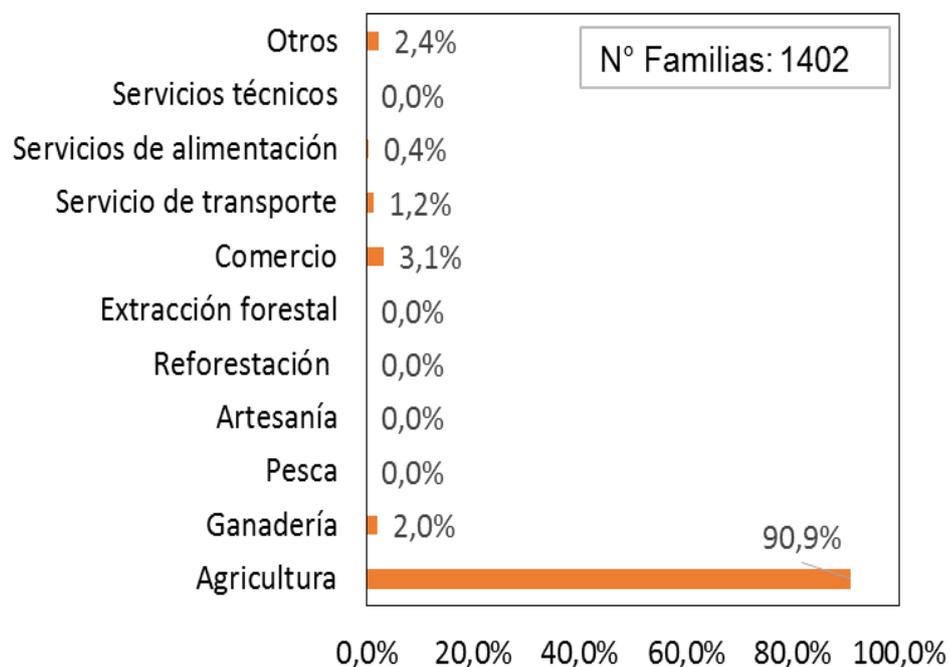


Figura 13. Actividades económicas de las familias de las comunidades del valle del Monzón

En los cultivos principales destacan los sembríos de café en 511 Ha, cultivadas por 632 familias, 424 Ha de cultivo de cacao, trabajadas por 361 familias y, 302 ha de plátano, trabajadas por 441 familias (figura 14).

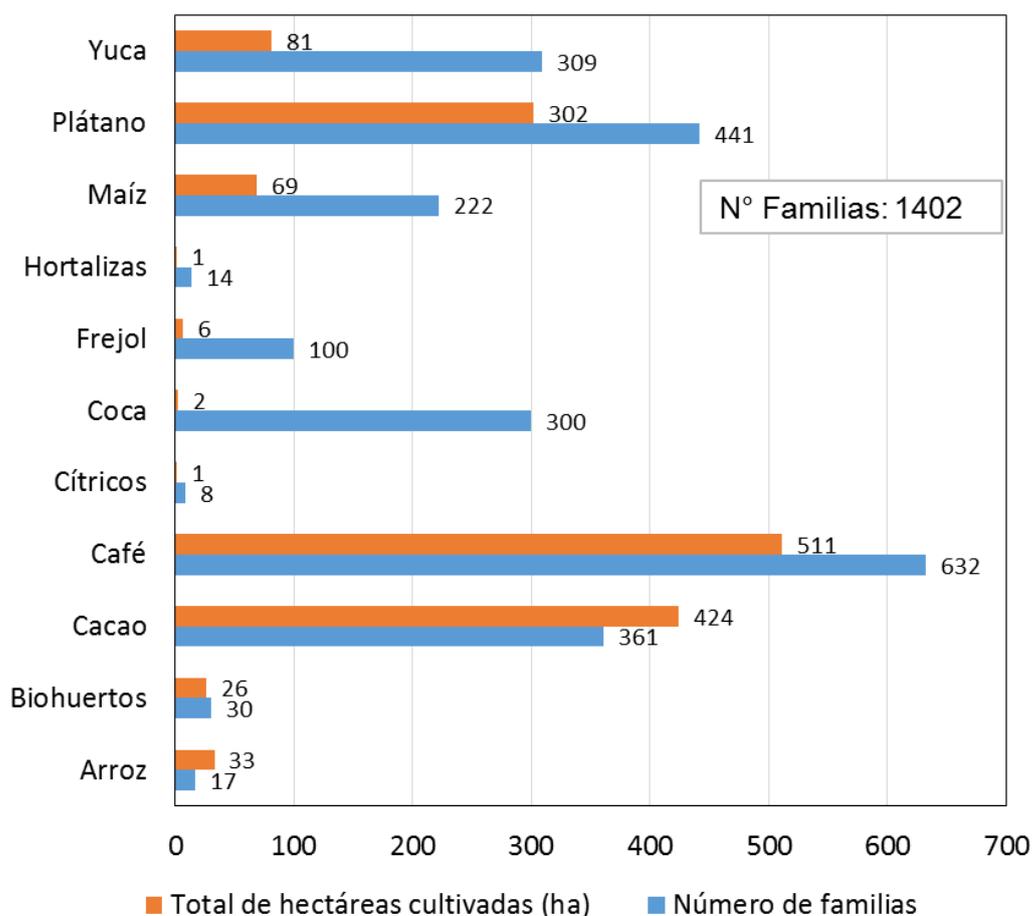


Figura 14. Cantidad de hectáreas por familias de las comunidades del valle del Monzón

En cuanto a planificación comunal, ésta es liderada por las Juntas Vecinales y con la participación de sus pobladores han priorizado sus necesidades, principalmente en cuanto a consumo de agua segura, manejo de cultivos y suelos para controlar y prevenir las plagas como la roya que afecta el café, asimismo para recuperar suelos degradados.

En la figura 15, se muestra que en saneamiento han priorizado la construcción de letrinas así como también mejorar la disposición de los residuos sólidos a través de microrelleno sanitarios. Como resultado de esta priorización se han planteado efectuar gestiones ante las instituciones que trabajan en sus caseríos como DEVIDA y los establecimientos de salud, se han programado realizar sesiones demostrativas, sensibilización en consumo de agua segura de

forma coordinada con personal de salud, así como faenas comunales y de reciclaje para mejorar su entorno.



Figura 15. Priorización de necesidades de las comunidades del valle del Monzón

Finalmente resaltamos que los pobladores son de origen andino, y manifiestan aún un significativo desconocimiento del manejo racional del bosque húmedo tropical. Además un gran segmento poblacional no radica en forma permanente sino que migra periódicamente a zonas de sierra y/o más altas. Lo cual se ha constituido en un factor limitante para alcanzar un sentido de

apropiación del territorio y la construcción de opciones y saberes por parte de la población, que permitan realizar actividades productivas económica, social y ecológicamente sostenibles. La situación socioeconómica de la población tiene una estrecha relación con la capacidad productiva de los recursos naturales disponibles. La principal actividad económica desarrollada en esta cuenca corresponde a la actividad agrícola (anual, permanente) y pecuaria. Sin embargo cuando se analiza esta actividad con la capacidad productiva de los suelos y la extensión requerida para generar una economía capaz de satisfacer las necesidades primarias de la población asentada, notamos que ello obligó a la población a intervenir tierras marginales para instalar cultivos de café, cacao, arroz, maíz, frutales, etc., lo cual no ha permitido alcanzar un desarrollo económico esperado. Monzón ha sido desde el inicio de su colonización una de las tradicionales áreas de producción legal del Departamento de Huánuco.

Con el incremento de la demanda del narcotráfico, a partir de los años 70' el cultivo de la coca se expande a lo largo de toda la cuenca predominando en toda el área. Sin embargo en todo este proceso, los ingresos generados por la coca, no han significado una mejor calidad de vida del poblador, ya que continúan las deficiencias en los rubros salud, educación, alimentación, vivienda, agua, energía.

4.2. IDENTIFICACIÓN DE FACTORES QUE LIMITAN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

La actividad relacionada a la producción de café y cacao en las comunidades del valle del Monzón, están entre las principales actividades económicas dentro de su estructura económica-productiva. Sin embargo, los productores de estas comunidades enfrentan diferentes factores o barreras que limitan su inserción efectiva dentro de la cadena productiva de estos cultivos. A continuación se analiza los eslabones más álgidos de la cadena de comercialización:

4.2.1. Factor productivo

Participan en este eslabón los productores cafetaleros y cacaoteros que conducen sus unidades productivas. Intervienen agentes económicos como: proveedores de insumos, de asistencia técnica, de equipos y maquinaria, de servicios financieros (formales e informales), de certificación y de transporte. Una de las principales dificultades que enfrentan las comunidades del valle, y que se ven reflejadas en el precio de su producto, está relacionada a los aspectos técnicos. El trabajo de campo y la recolección de información secundaria han permitido constatar que la tecnología utilizada en la producción es incipiente, las semillas utilizadas no cuentan con el manejo adecuado impactando en su capacidad de germinación y calidad de la producción, y por ende del producto. Otros aspectos que destacamos son los siguientes:

- Débil organización de los productores de café y cacao
- Deficiente tratamiento en el proceso post-cosecha
- Materiales genéticos de baja productividad y alta susceptibilidad a enfermedades y plagas
- Limitado apoyo de las empresas agroindustriales en la etapa de producción de la materia prima
- Generalmente tienen una producción intensiva y con escasa tecnificación.
- Tecnología baja o incipiente
- Debilidad en de las capacidades sobre el manejo agronómico del cultivo, por ende no mejoran su tecnología, así como para sus transacciones comerciales tanto para comprar insumos o servicios como para la venta del cacao.
- Costosa adquisición de semillas certificadas para la producción.
- No es constante la aplicación de técnicas adecuadas para el proceso de post cosecha.
- Escasa inversión en maquinaria y equipos para aumentar el valor del producto
- Carencia de equipamiento para el pesado del producto, lo que ocasiona que los compradores que llegan a las comunidades muchas veces engañan en el peso.
- El 80% de productores conducen unidades productivas menores a 2 has.
- Los niveles de tecnología son heterogéneos y no corresponden en algunos casos a las condiciones naturales de la zona.

- La atomización y fragmentación de la propiedad limita el mejor aprovechamiento de trabajar con economías de escalas.
- Los servicios de capacitación, extensión e investigación son ofrecidos principalmente por el sector privado, con apoyo de cooperación internacional, pero su cobertura es limitada.
- No hay provisión de material genético de calidad. La investigación está limitada solamente a generar variedades y proveer plantones y/o varas yemeras para injertar.
- La asistencia técnica y el material logístico para el control de plagas y enfermedades son limitados
- La escasa disponibilidad de recursos económicos-financieros, así como en muchos casos una inadecuada organización limita al agricultor el acceso a servicios diversos para mejorar rendimientos y obtener mejores precios por la venta de sus productos.
- Por el alto costo de interés, en forma mayoritaria los productores no tiene acceso al financiamiento para el manejo adecuado de su unidad productiva.
- Productores generalmente endeudados con intermediarios por adelantos solicitados para la campaña.
- Carencia de un capital de trabajo para enfrentar gastos de campaña.
- Inexistencia de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para la captación de fondos de financiamientos. Es el cuello de botella que evita disponer de fondos necesarios para mejorar la producción.

Por lo general los productores de las comunidades no acceden a préstamos en el sistema formal (Agrobanco por ejemplo), debido entre otras causas, al desconocimiento del procedimiento, distancia a la ciudad, falta de productos financieros diseñados para los productores. Por tal situación. La mayoría de productores se encuentran endeudados con los intermediarios, préstamos que solicitan como adelantos de capital de trabajo para la campaña. Esta situación se convierte en un problema grande para los productores debido a que los intereses cobrados son elevados, además los prestamistas requieren el pago de la deuda en productos, siendo ellos los que colocan el precio por kilogramo del producto, generalmente muy por debajo del precio del mercado.

4.2.2. Factor de transformación y/o industrialización

Siendo importante y complejo no ha logrado llegar a estándares de calidad más adecuada. Acusa los inconvenientes derivados de la baja calidad del grano por las prácticas inadecuadas de poscosecha que hacen los productores en la chacra. Se concentra en una o dos fábricas de escala grande dedicadas a la industria de derivados del cacao y café. Le siguen en importancia estancias fabriles regionales, del tipo de microempresa, especializadas en la transformación de cacao en chocolates de mesa preferencialmente. A partir del procesamiento del grano de cacao se obtienen productos intermedios (licor o pasta de cacao, manteca, polvo de cacao) y productos elaborados, en tanto que del café se obtiene en granos tostados y café granulado para pasar.

- Según estudios realizados por DEVIDA, el 53% en promedio nacional en los granos de cacao no se realiza la fermentación adecuada y un 66% la humedad promedio que se logra es mayor al 8%.
- Las relaciones entre las empresas y los productores se hacen mediante un gran número de agentes que hacen las veces de compradores en las zonas de producción de cacao y café. En muy pocas ocasiones se desarrollan actividades de coordinación entre estas y los pequeños productores para el mejoramiento de la calidad del grano.
- El 40% en promedio nacional de la capacidad instalada de plantas de procesamiento esta ociosa, ante la falta de oferta de grano de cacao o café.

4.2.3. Factor de comercialización

El eslabón de comercialización, en los mercados locales y regionales del país, acusa deficiencias debido a los métodos de transacción y de comercialización realizados por los intermediarios, y a la baja capacidad de negociación de los pequeños productores. En el otro extremo de la cadena, la comercialización la realizan empresas privadas y cooperativas con acceso a mercados de exportación. Las características más relevantes de los estabones se describen a continuación.

- No se ha encontrado evidencia de una fuerte asociatividad para la venta
Desconfianza hacia los comercializadores

- Pequeños productores no organizados.
- En las comunidades del valle del Monzón existen asociaciones de productores de cacao y café formada desde el 2005, sin embargo, no funciona ni cumple a plenitud con los objetivos para la que fueron constituidas.
- La relación con los comercializadores es asimétrica, por un lado los comerciantes poseen información relevante sobre la comercialización del producto, mientras que los comuneros son precio aceptantes, esto conlleva a una desconfianza hacia los comercializadores.
- Participan una serie de intermediarios que mezclan calidades de cacao y café.
- Existe poca retribución y reconocimiento al productor para que produzca con calidad.
- Existen canales de comercialización en los que intervienen agentes informales que distorsionan el sistema.
- La escasa capacidad adquisitiva origina que los productores cafetaleros y cacaoteros vendan su cosecha en forma adelantada.
- Las zonas de producción son de alta precipitación, lo que ocasiona que las vías de comunicación sean intransitables en la época de lluvias. En otros casos, no hay caminos rurales a centros de producción lo que dificulta el traslado, eleva costos y deteriora la calidad del producto.
- No se cuenta con una estrategia de marketing y publicidad que permita el posicionamiento del café y cacao tanto en el mercado nacional como internacional.
- No se han establecido los atributos y ventajas del cacao y café del valle del monzón para su posicionamiento.
- Poco o casi nulo acceso a la información acerca de los precios de mercado.
- En la mayoría de los casos la venta se realiza en la misma comunidad. El intermediario llega cada 15 días en época de campaña.
- Pocos productores llevan sus productos a las ciudades. Allí no poseen compradores establecidos. Venden su producto a cualquier comercializador.
- Generalmente los productores realizan la venta de forma individual, con lo cual pierden poder de negociación.
- Altos fletes para el traslado del producto de la comunidad hacia el centro de acopio más cercano.

- No existe puente que permite articular a los pequeños productores de Cacao con las cooperativas agrarias que existe en la zona, permitiendo insertarse en el mercado local.
- Los productores realizan la venta de forma individual, con lo cual pierden poder de negociación.

En resumen las transacciones comerciales de los productores se realizan en la mayoría de los casos en la misma comunidad; durante la campaña de cosecha arriban intermediarios, en promedio cada quince días, a realizar las compras en la propia comunidad. Una minoría de productores, en forma individual lleva sus productos a la ciudad, con lo cual están expuestos a aceptar precios por debajo del mercado, robo en el peso. Esta práctica de vender de forma individual genera un débil poder de negociación. Sin embargo, algunos optan por transportar a otros lugares sus productos generándoles altos fletes por traslado del producto, resultado de la falta de articulación entre pequeños productores y las cooperativas agrarias, permitiéndoles insertarse al mercado local. En otras situaciones, intervienen también acopiadores de empresas industriales de la costa, que muchas veces distorsionan los mercados regionales al comprar granos de baja calidad. Los conceptos de calidad y su apreciación están supeditados también de acuerdo a la variedad de café y cacao.

4.2.4. Factor consumidor

Intervienen diferenciadamente los que utilizan en el tramo final de la cadena la amplia gama de productos resultantes del procesamiento y / o industrialización tales como: licor de cacao, manteca de cacao, cacao en polvo y chocolate, café granulado, café tostado y café sin tostar.

- Hay una tendencia creciente de consumidores en Europa y los EEUU hacia el consumo de productos orgánicos, sanos, inocuos y favorables ambientalmente.
- Búsqueda de productos diferenciados, principalmente por aroma.
- La mayor proporción de la producción del cacao, café y derivados se destina al consumo externo, minimizando el consumo interno.

La síntesis del balance realizado pone de manifiesto los principales problemas que deberán asumir los actores de la cadena del café y cacao para alcanzar una posición competitiva en los mercados y un escenario de concertación y cooperación entre ellos para llegar a esa meta.

4.3. IDENTIFICACIÓN DEL POTENCIAL DE LAS COMUNIDADES Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

En esta parte de la investigación exponemos las distintas características de las comunidades del valle del Monzón que le otorgan ventajas para aprovechar las oportunidades del mercado en relación a la demanda de café y cacao, cuyos cultivos se realizan de forma tradicional, evitando en su mayoría técnicas o insumos que no son amigables con el cuidado del medio ambiente.

La Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA) realizó en el año 2013 una serie de acciones en el valle del Monzón (provincia de Huamalíes, región Huánuco) como parte de la Estrategia Nacional de Lucha Contra las Drogas que tiene como objetivo reducir el tráfico ilícito y el consumo de drogas; y sus negativos efectos sociales, políticos, económicos, culturales y ambientales. Parte de este trabajo plantea incorporar a los productores de cultivos ilegales a una economía lícita e involucra la intervención activa de las instituciones del Estado en sus tres niveles de gobierno: nacional, regional y local. A continuación se reseñan algunos de los aportes más relevantes que el Estado, y particularmente DEVIDA, están llevando a cabo en un esfuerzo por imprimir una dinámica que pueda coadyuvar al desarrollo integral y sostenible en el valle de Monzón. Este esfuerzo no se centra solo en los aspectos productivos, sino que busca complementarse con aspectos sociales que ayuden a cerrar la enorme brecha social generada por el dominio de la coca ilegal y el narcotráfico que solo trajo pobreza y atraso a la zona en las últimas décadas

En relación a la cifra estimada de producción de las comunidades del Valle de Monzón, según el estudio se encontró los sembríos de café en 511 Ha, cultivadas por 632 familias, 424 Ha de cultivo de cacao, trabajadas por 361 familias (figura 14)

En el marco del Plan Post Erradicación, las comunidades del valle del Monzón firmaron actas de entendimiento para trabajar junto a la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA), su proceso de desarrollo, por su parte durante el 2014, DEVIDA instaló en el Valle del Monzón 374 hectáreas de café y 754 de cacao, y se espera que tanto la productividad, como el volumen producido se incrementen en las comunidades.

DEVIDA impulsó la conformación de 45 comités de productores teniendo 1,161 socios en las zonas de Monzón, Puente Durand, Supte y Bolsón Cuchara. Además, se capacitó en cooperativismo a 540 agricultores en 6 talleres y lograron capacitar a 120 agricultores en preparación de derivados de cacao y café, realizando ferias en diversas zonas.

Como ya vimos, el potencial productivo de las comunidades es importante, que, aunado a la demanda creciente por estos productos tanto del mercado local como internacional configuran un escenario con amplias posibilidades.

En relación al potencial del mercado, podemos mencionar que a la fecha, las tendencias a nivel internacional respecto al consumo de café y cacao están orientadas hacia productos que cuenten preferentemente con certificación orgánica. A nivel mundial el consumo de este tipo de productos con características especiales ha ido aumentando, situación que favorece a las comunidades productoras de este tipo de productos.

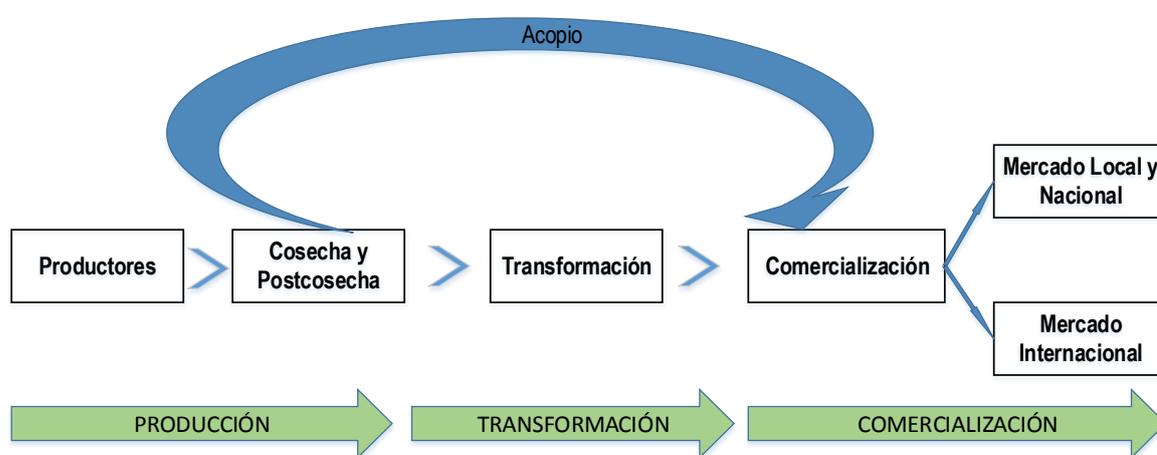


Figura 16. Flujograma de la cadena productiva básica del café y cacao.

4.3.1. Análisis de la oferta

A nivel internacional, entre los ciclos cafetaleros 2004/05 y 2014/15, la producción mundial de café creció a una tasa promedio anual de 1,9 por ciento y reportó su nivel máximo histórico durante el ciclo de cosecha 2012/13.2 Dicho ciclo correspondió con uno de alta producción de acuerdo con el comportamiento bienal de la cosecha que caracteriza al café arábica en Brasil. En el ciclo 2013/14 la cosecha global se redujo a una tasa anual de 0,4 por ciento, mientras que en 2014/15 disminuyó 5,4 por ciento. En este último ciclo, la disminución en la producción de café arábica fue de 9,0 por ciento, mientras que la de café robusta fue de 0,1 por ciento. Así, la cosecha total de café se ubicó en 146.3 millones de sacos de 60 kg de café verde.

La reducción en la oferta global del aromático obedeció principalmente a la disminución de la cosecha en Brasil, Vietnam e Indonesia, a tasas anuales de 8,6, 5,6 y 7,4 por ciento, respectivamente. Estos tres países aportan en conjunto el 60 por ciento de la oferta mundial de café. La reducción en la cosecha de Brasil fue consecuencia de la prolongada sequía y altas temperaturas que afectaron al cultivo durante el ciclo productivo en las zonas productoras más importantes de ese país. Asimismo, la reducción en la producción de Vietnam e Indonesia obedeció a factores climatológicos que afectaron los cafetales, como bajas temperaturas y sequías. Por su parte, la cosecha de café en México y Centroamérica, que aportan en conjunto el 13.0 por ciento de la oferta mundial, se redujo a tasas anuales de 8,5 y 10.3 por ciento durante los ciclos 2012/13 y 2013/14, respectivamente. Lo anterior ocasionado, principalmente, por las afectaciones que la roya de los cafetales tuvo en las regiones productoras de la región.

Para el ciclo cafetalero 2015/16, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) estima que la producción global de café arábica crezca 7,6 por ciento y la de robusta 0,4 por ciento, ambas cifras con respecto a la cosecha del ciclo 2014/15. Así, la oferta global ascendería a 152,7 millones de sacos de 60 kg, es decir, el volumen total sería 4,4 por ciento mayor a tasa anual. Las expectativas de crecimiento en la producción obedecen a la presencia de condiciones climatológicas favorables para el cultivo en las principales regiones productoras del mundo. Así, se estima que la producción de Brasil, Vietnam,

Colombia e Indonesia crezca a tasas anuales de 2,3; 1,5; 4,0 y 25,0 por ciento, respectivamente.

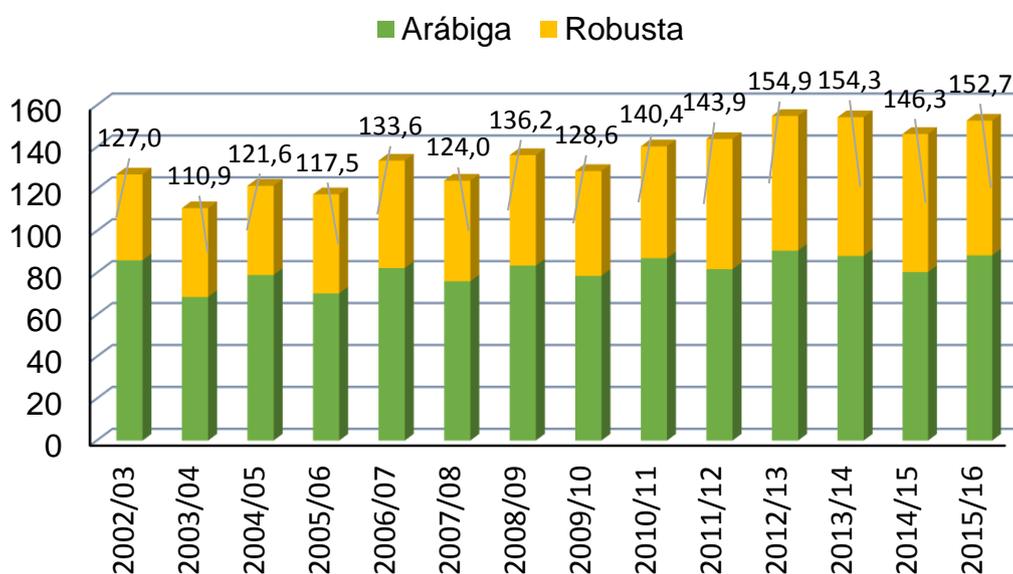


Figura 17. Producción mundial de café 2002/03 – 2015/16, millones de sacos de 60 kg expresados en granos verdes, Elaborado en base a los datos de USDA (2016).

A nivel nacional, la producción de café muestra un comportamiento oscilante y alcanza una producción récord en el año 2011 con 332 mil toneladas, incentivado por los buenos precios internacionales. A fines de 2012 la enfermedad de la “roya amarilla” ataca las hojas del cafeto, y sumado a la falta de renovación de los antiguos cafetales, trae como consecuencia el declive de la producción nacional por tres años consecutivos, tocando piso en diciembre de 2014, con un volumen producido de 209 mil toneladas.

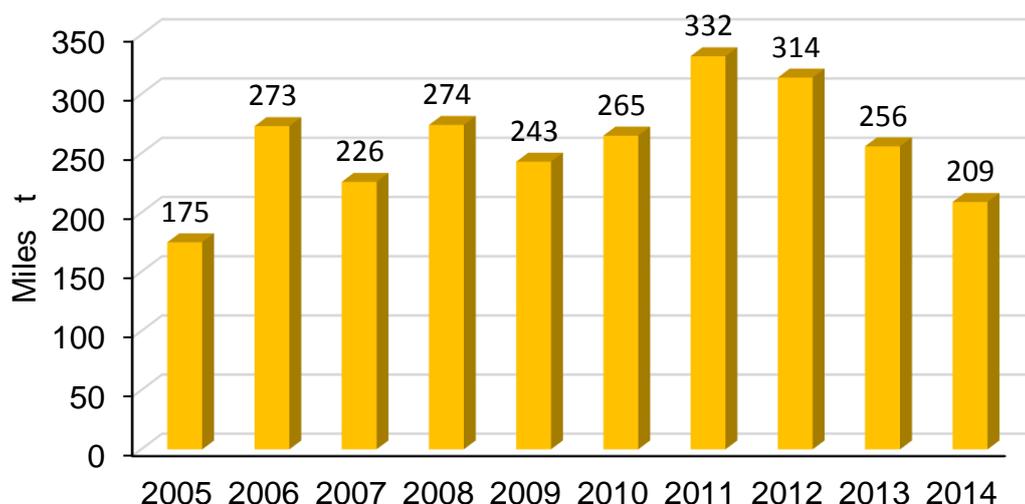


Figura 18. Producción nacional de café en grano 2005 – 2014. Elaborado en base a los datos de MINAGRI-DGESEP-DEA (2015).

Asimismo, en setiembre del 2013, el MINAGRI inició con los cafetaleros el “Plan Nacional de Renovación de Cafetales”, mediante créditos de S/.12800 por hectárea, financiados por el fondo AgroPerú, a fin de renovar 80 mil hectáreas de cafetales antiguos, en cuatro campañas hasta el 2018. Por su parte, SENASA inicia en octubre de 2014 un “Plan de Acción Rápida contra la Roya”, con un costo de S/. 26 millones de nuevos soles. Igualmente, se ha iniciado un “Programa de Rescate Financiero” para la compra de deuda de 20 000 productores con la banca privada, de las regiones afectadas por la roya, inicialmente por S/. 60 millones y posteriormente por S/. 20 millones, que serán pagadas en ocho años, con tres años de gracia a una tasa de 10% anual. Se calcula que se han renovado unas 35 mil hectáreas, sumadas a las áreas trabajadas bajo los programas de reconversión del VRAEM. Se espera una importante recuperación de la producción nacional de café a partir del 2016, aunque para el 2015 se estaría creciendo en 28% respecto al volumen más bajo alcanzado en el 2014.

Las regiones de San Martín, Amazonas y Piura (zona oriental), destacan por el incremento de su producción en 14%, 4% y 2% respectivamente, a pesar de sufrir el impacto de la roya, pero a menor escala. Sin embargo, las demás regiones cafetaleras del país han enfrentado fuertes caídas de su producción,

entre las que resaltan, Junín (-42%), el Cusco (-41%) y Cajamarca (-18%), estas son las que explican la caída de la producción nacional.

Cuadro 8. Producción regional de café

| Región /Departamento | 2013 | 2014 | Variación (%) | Participación (%) |
|-----------------------------|-------------|-------------|----------------------|--------------------------|
| Nacional | 255859 | 209183 | -18,2 | 100,0 |
| Selva Norte Oriente | 137481 | 136107 | -1,0 | 65,1 |
| Piura | 2280 | 2334 | 2,4 | 1,1 |
| Cajamarca | 54472 | 44889 | -17,6 | 21,5 |
| Amazonas | 32857 | 34202 | 4,1 | 16,4 |
| San Martín | 47872 | 54682 | 14,2 | 26,1 |
| Selva Central | 67475 | 42699 | -36,7 | 20,4 |
| Huánuco | 2854 | 3503 | 22,7 | 1,7 |
| Pasco | 7197 | 5434 | -24,5 | 2,6 |
| Junín | 54837 | 31510 | -42,5 | 15,1 |
| Ucayali | 2587 | 2252 | -12,9 | 1,1 |
| Selva Sur | 49811 | 29609 | -40,6 | 14,2 |
| Ayacucho | 4434 | 2273 | -48,7 | 1,1 |
| Cusco | 38545 | 22586 | -41,4 | 10,8 |
| Puno | 6832 | 4750 | -30,5 | 2,3 |
| Otros | 1092 | 768 | -29,7 | 0,4 |

Elaborado en base a los datos de MINAGRI-DGESEP-DEA (2015).

A nivel nacional, el Perú, ha logrado posicionarse a nivel mundial por su calidad, especialmente en el rubro de cafés especiales. Actualmente, es el primer productor de café orgánico en el mundo y posee un alto potencial para seguir expandiéndose en determinados nichos de mercado en EE.UU., Europa y Asia. El cultivo de café es un gran generador de empleo, ya que su producción directa genera alrededor de 43 millones de jornales al año.

A nivel local, durante el año 2015 la región Huánuco elevó su producción de café en 45% en relación a la campaña agrícola del año 2014. Entre los factores que explican este incremento se encuentran el aumento de las tierras cultivables y el mejoramiento de la productividad en las zonas de cultivo. Sabido es que las zonas más importantes para este producto se encuentran en las provincias de Leoncio Prado y Huamalíes (distrito de Monzón). Este incremento no se había

visto en el transcurso de los últimos 40 años según cifras del Ministerio de Agricultura (2015). Sobre este último se destaca su gran potencial para que de aquí a cinco años desarrolle cultivos de café especial dedicados a la exportación y así competir con países como Brasil, Colombia y Vietnam, principales ofertantes del mundo.

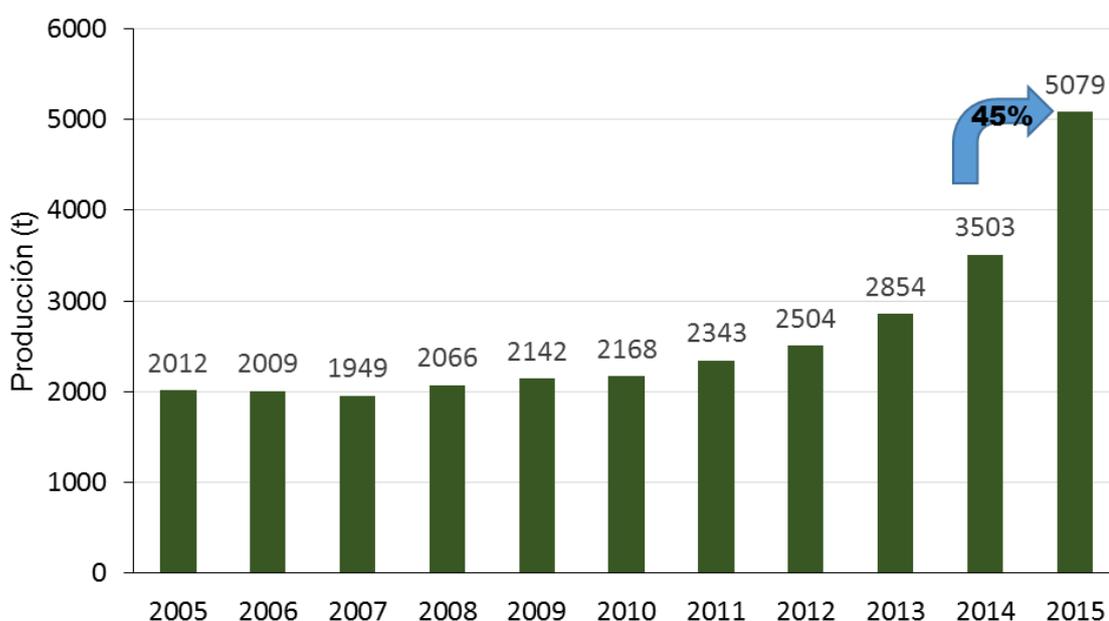


Figura 19. Producción de café en el departamento de Huánuco 2005-2015.

Ucayali ostenta el mayor rendimiento de café, a 32,6 qq/ha (1480 kg/ha), casi duplicando el promedio nacional que en el 2010 fue de 16,5 qq/ha (741 kg/ha). La Libertad ocupa el segundo lugar en rendimiento de café por hectárea con 20,6 qq, y muy cerca están Cajamarca y San Martín quienes tienen 20,57 y 20,48 qq/ha respectivamente. Huánuco está cerca del 15 qq/ha y el valle del Monzón registra en promedio 13 qq/ha (600 kg/ha).

Con respecto al cacao, la oferta a nivel internacional, el 2013 la producción mundial de cacao bordeó los 3,9 millones de toneladas; África contribuyó con el 72%, América con un 15% y Asia con un 13%. Es importante anotar que solo dos países de África Occidental, Costa de Marfil (1.46 millones de toneladas) y Ghana (850.000 toneladas), representan más del 50% de la producción mundial.

Nadurille (2010) expone que el cacao representa la fuente de ingreso principal de 40 a 50 millones de personas en el mundo en zonas de producción

ubicadas en África, Asia, Centro y Sudamérica. África se destaca en la producción, siendo Costa de Marfil el país con casi el 50 % del total mundial. En Asia, países como Indonesia presentan crecimientos acelerados, siendo las políticas gubernamentales las que promueven la expansión de las áreas dedicadas a este cultivo.

La producción de cacao está altamente concentrada en unos pocos países no desarrollados. Según la ICCO (2012, p. 32), los principales productores en el ámbito mundial en el período 2012 son: Costa de Marfil con 1410 m t m, Ghana con 890 m t m e Indonesia con 500 m t m, los tres países produjeron el 86.2 % del total mundial. En América Latina, los principales productores son Brasil con 190 m t m y Ecuador con 175 m t m; Perú logró 57.9 m t m. Es sencillo, identificar que los principales productores son países en desarrollo, que se caracterizan por un desarrollo básico de su agricultura. La transformación industrial se da en los países desarrollados.

La tendencia de la producción ha sido creciente. Sin embargo, esta retrocedió casi 3% respecto de 2012, principalmente debido a la menor producción de los grandes productores, Costa de Marfil y Ghana, que ese año redujeron sus rendimientos en un 2.8% y un 5%, respectivamente (ICCO, 2014a).

Cuadro 9. Zonas de producción de café del departamento de Huánuco.

| Provincia | Distrito | Total (has) | Rendimiento (kg/ha) |
|---------------|-----------------------|-------------|---------------------|
| Leoncio Prado | Rupa Rupa | 474 | 550 |
| | Daniel Alomia Robles | 2885 | 600 |
| | Hermilio Valdizán | 2213 | 1000 |
| | José Crespo Castillo | 780 | 500 |
| | Mariano Damaso Beraún | 2453 | 550 |
| | Padre Felipe Luyando | 408 | 600 |
| Huánuco | Chinchao Pillao | 1350 | 750 |
| Huamalíes | Monzón | 2124 | 600 |
| | Jacas Grande | 56 | 550 |
| Puerto Inca | Codo de Pozuzo | 80 | 450 |
| Pachitea | Chaglla | 1250 | 550 |
| Marañón | Cholón | 630 | 500 |
| Dos de Mayo | Marías | 230 | 600 |
| TOTAL | | 14933 | |

Elaborado en base a los datos del Censo Agrario 2012 – DRA Huánuco.

En el año 2014, la producción mundial de cacao aumentó en 10.39% con respecto al año 2012, este comportamiento se dio debido a la producción record alcanzada por Costa de Marfil y Ghana, principales productores a nivel mundial. Como se observa en la figura 20, la tendencia de la producción fue creciente hasta el año 2012, año en el que se alcanzó el mayor nivel de producción con 5,003,211 t. En el 2014 se logró un incremento que no superó el máximo nivel alcanzado en el año 2012.

La producción de cacao en el Perú en el 2013 fue de aproximadamente 61,000 toneladas, de las cuales 32,061 toneladas se exportaron, con un valor FOB de US\$ 88'893,000 (ITC, 2014).

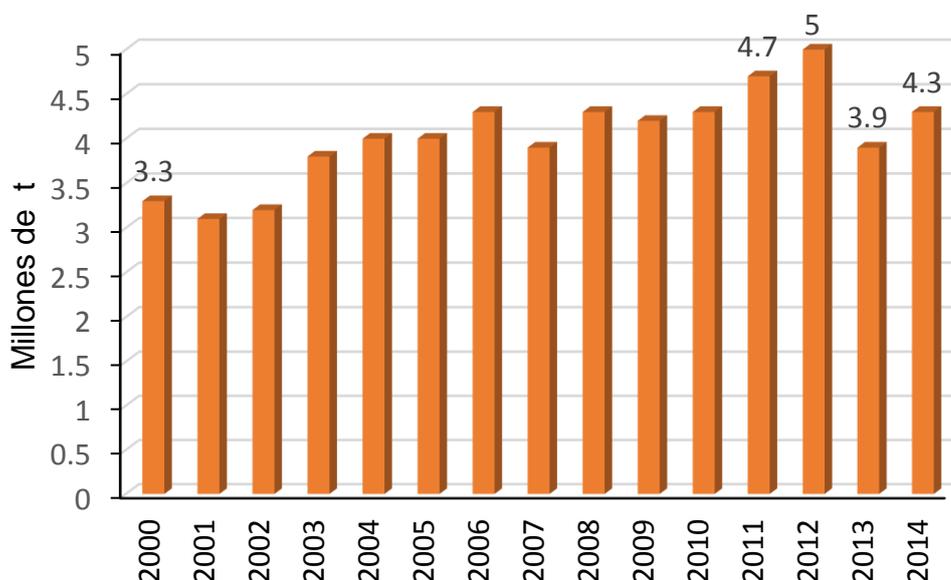


Figura 20. Producción mundial de cacao desde el año 2000 al 2014. Datos de Organización Internacional de Cacao (2014a)

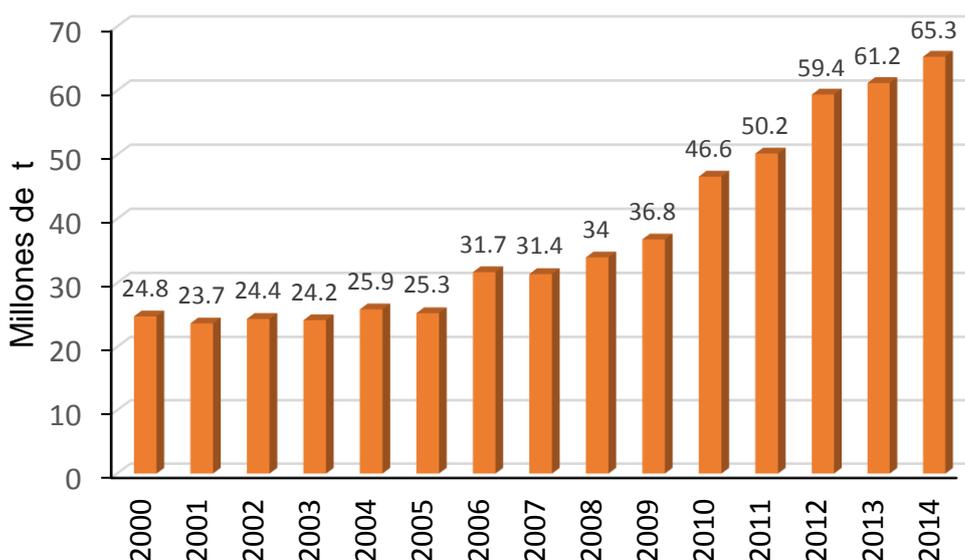


Figura 21. Producción nacional de cacao en grano 2000 – 2014. Elaborado en base a los datos de MINAGRI-DGESEP-DEA (2015).

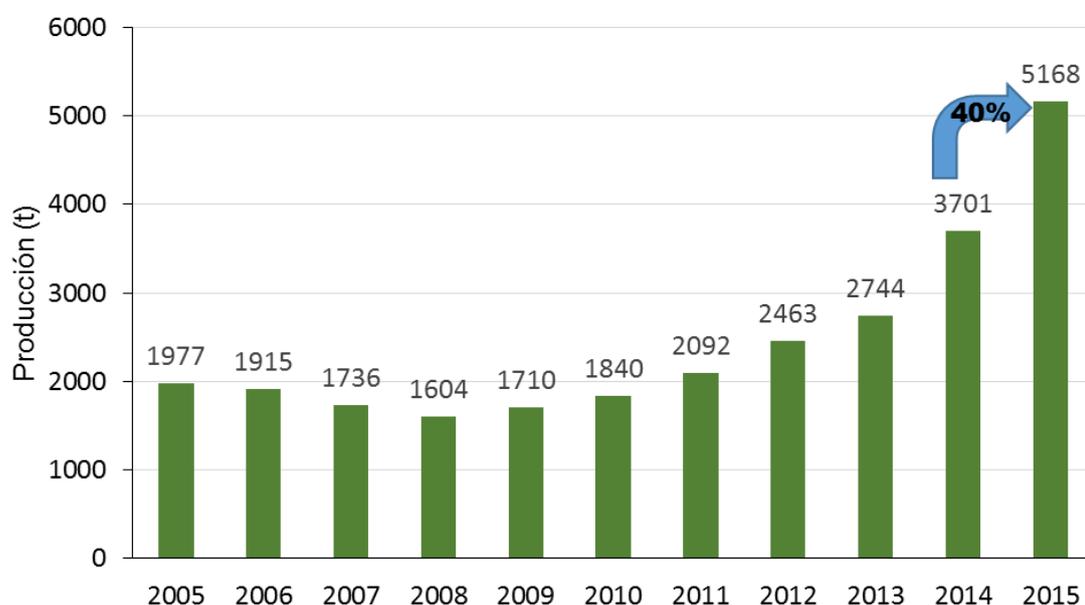
Con respecto al cacao, el Minag OEE (2010) señala que la producción total nacional en el año 2010 fue de 46,613 toneladas, mientras que los principales productores fueron las regiones de San Martín con 21000 (t), Cusco con 7192 (t), Ayacucho con 6,263 (t), Junín con 4440 (t), Amazonas con 2788 (t), Huánuco con 1840 (t), Ucayali con 1032 (t) y Cajamarca con 994 (t), estas regiones concentran el 97,72% de la producción nacional, y resto del país con 1064 (t) con 2,68% de la producción nacional. El crecimiento en la producción de cacao a nivel nacional desde en el periodo 2000-2015, ha tenido tendencias a mantenerse en crecimiento en la producción.

Cuadro 10. Producción regional de cacao

| Regiones | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Cusco | 8943 | 8357 | 7139 | 6182 | 6708 | 6698 | 7638 | 5732 | 6837 | 6743 | 7192 |
| San Martín | 1113 | 1814 | 2298 | 2494 | 2704 | 2975 | 5992 | 8411 | 10643 | 12440 | 21000 |
| Ayacucho | 6297 | 5393 | 5738 | 5722 | 5997 | 5603 | 5834 | 6359 | 6313 | 6286 | 6263 |
| Junín | 2108 | 2237 | 2546 | 3026 | 3352 | 3571 | 4045 | 3986 | 4057 | 4036 | 4440 |
| Amazonas | 2922 | 2384 | 3241 | 3357 | 3349 | 2642 | 3929 | 2729 | 2136 | 2858 | 2788 |
| Huánuco | 1968 | 2001 | 1939 | 1925 | 2020 | 1977 | 1915 | 1736 | 1604 | 1710 | 1840 |
| Cajamarca | 649 | 661 | 651 | 666 | 620 | 761 | 932 | 963 | 976 | 969 | 994 |
| Ucayali | 393 | 326 | 301 | 346 | 548 | 556 | 827 | 775 | 820 | 924 | 1032 |
| Resto del País | 393 | 499 | 501 | 496 | 622 | 474 | 564 | 697 | 619 | 838 | 1064 |
| Total | 24786 | 23672 | 24354 | 24214 | 25920 | 25257 | 31676 | 31388 | 34005 | 36804 | 46613 |

Elaborado en base a los datos de MINAGRI-DGESEP-DEA (2015).

Durante el año 2015 la región Huánuco elevó su producción de cacao en 40% en relación a la campaña agrícola del año 2014. Entre los factores que explican este incremento se encuentran el aumento de las tierras cultivables y el compromiso de la inversión privada.

**Figura 22.** Producción de cacao en el departamento de Huánuco 2005-2015.

La productividad depende del nivel tecnológico empleado, presentándose dos niveles, el primero contempla un proceso extractivo, donde la cosecha y el manejo post-cosecha se hace de manera rudimentaria; y el segundo nivel

considera la utilización de injerto con clones de mayor resistencia y rendimiento, aplicación de materia orgánica, fertilizantes, cultivos y poda, y el mejoramiento de las técnicas de cosecha y post-cosecha. Bajo el primer nivel el rendimiento alcanza alrededor de 300 - 400 kg por hectárea, mientras que en el más avanzado, los rendimientos mínimos son de 1 TM por ha (áreas rehabilitadas) y 1,5 TM por ha (áreas nuevas), pudiéndose obtener mayores rendimientos, con un producto de mayor calidad. La producción promedio para el valle del Monzón era de 360 kg/ha, en la actualidad el promedio de parcelas bien manejadas están superando los 570 kg/ha.

Cuadro 11. Zonas de producción de cacao del departamento de Huánuco 2015.

| Provincias | Cosechas (ha) | Rendimiento (kg/ha) | Producción (t) |
|--------------------|---------------|---------------------|----------------|
| Huamalíes (Monzón) | 158 | 570 | 156 |
| Leoncio Prado | 4845 | 550 | 4585 |
| Puerto Inca | 473 | 490 | 427 |
| TOTAL | 5477 | 1610 | 5168 |

Elaborado en base a los datos del. MINAG-DRA/DIA HCO.

Las características de la producción local

Las principales características de los productores son las que a continuación se presentan, algunas de las cuales están siendo fortalecidas por los otros agentes de la cadena de valor:

- La mayoría de los productores de cacao son pequeños productores con menos de 5 ha.
- La mayoría de la producción se realiza de manera individual. La organización es débil. Se estima que un 70 % de productores no están organizados y el resto pertenece a algún tipo de organización. Está en proceso de fortalecimiento la Asociación Peruana de Productores de Cacao (APPCACAO).
- El manejo del cultivo se hace principalmente con tecnología tradicional, sin asistencia técnica.

- Los niveles de tecnología son heterogéneos y no corresponden en algunos casos a las condiciones naturales de la zona. En consecuencia, en las zonas marginales hay predominio de cacao criollo por la falta de asistencia técnica para incentivar la siembra de cacao mejorado como el clon CCN-51.
- La atomización y fragmentación de la propiedad no permite aprovechar economías de escala.
- En su mayoría, los productores no manejan costos de producción y no tienen conocimiento de estándares a cumplir.
- Asimismo, los productores tampoco tienen acceso a información sobre precios.
- La mayoría de productores no tiene acceso a crédito adecuado para el manejo de su unidad productiva.
- Presentan serias deficiencias en los procesos de poscosecha del cacao con inadecuadas prácticas de secado y fermentación, que influyen en la calidad del grano.

4.3.2. Análisis de la demanda

Un cálculo inicial de consumo de café en el año civil 2014 fue de 149,3 millones de sacos, que representa una tasa media de crecimiento anual del 2,3% durante los cuatro últimos años. Mucho de ese crecimiento se debe al mayor consumo de los mercados emergentes, con un promedio de 4,6% en especial de Rusia, Corea del Sur, Argelia y Turquía.

Mientras que, los países exportadores aumentaron su demanda con un promedio anual de 2,6%, siendo Brasil el mayor consumidor entre estos países (20,8 millones de sacos en 2014). En tanto, los mercados de consumo tradicional, como la Unión Europea, EEUU y Japón, que representan más del 50% de la demanda mundial, registran tasas de crecimiento son más modestas (1,5%). Por países, se aprecia un gran crecimiento del consumo en EEUU y Canadá.

Cabe resaltar, que un mayor dinamismo en el comercio de cafés especiales y cápsulas para máquinas de café han incrementado el valor de la demanda más que el volumen.

Cuadro 12. Consumo mundial de café en miles de sacos.

| Año Calendario | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | CAGR (2011-2014) |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------|
| Total Mundo | 139415 | 143004 | 147338 | 149265 | 2,3% |
| Países exportadores | 42794 | 44222 | 44992 | 46201 | 2,6% |
| Mercados tradicionales | 75910 | 76509 | 79026 | 79387 | 1,5% |
| Mercados emergentes | 20711 | 22273 | 23320 | 23677 | 4,6% |

CAGR: Tasa compuesta de crecimiento anual

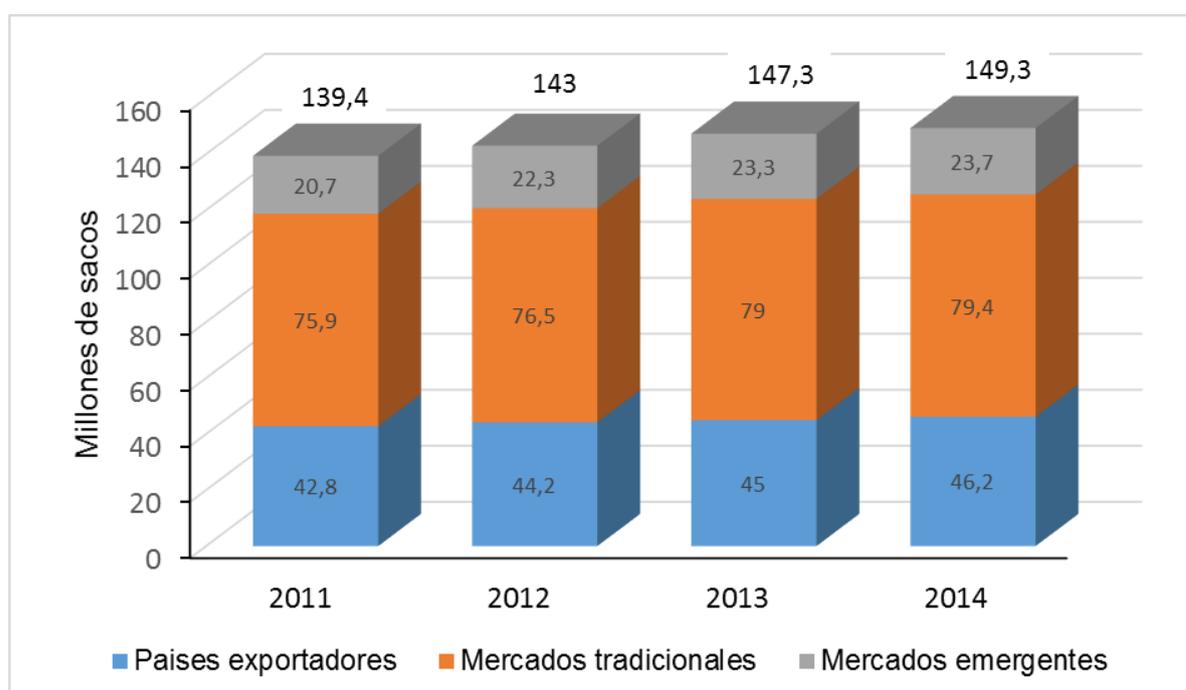


Figura 23. Consumo mundial de café. Elaborado en base a los datos de OIC (2015)

Los mercados de consumo tradicionales, tales como la Unión Europea, los EE UU y Japón, representan más del 50% del total mundial, pero se registraron tasas más modestas de crecimiento, de 1,5% en ese período. Se piensa que el paso hacia el consumo de cafés de calidad especial y máquinas de café en cápsulas está haciendo crecer más el valor de la demanda que el volumen, aun cuando en los EE UU y Canadá se observa un gran crecimiento del mercado. En términos de distribución geográfica del consumo de café, África y Asia registraron el crecimiento más dinámico, de 5% y 4,5% respectivamente, aun cuando sólo

representan el 7% y el 19% del total mundial. En Centroamérica y México fue más o menos el mismo, alrededor de 5 millones de sacos, un poco más del 3% del total mundial. Europa registró un crecimiento relativamente modesto, con un aumento promedio anual de 0,8%, mientras que América del Norte registró un 2,6% durante ese período. El consumo de café en Sudamérica creció a un ritmo firme de 2% y fue de 25,4 millones de sacos, 17% del total mundial.

Por otro lado, el consumo de café soluble creció de 12,5 millones de sacos, equivalente en café verde, en 2004/05 a 20,3 millones de sacos en 2014/15. Esto se atribuye a un aumento en la demanda principalmente en los países de Europa del Este, como Rusia, donde la participación en el mercado del café soluble es superior en comparación con otros países. Asimismo, se atribuye a la creciente popularidad de productos de especialidad de café instantáneo (como por ejemplo el capuchino instantáneo, entre otros).

Diversos factores han impulsado el aumento en el consumo global de café, como el crecimiento poblacional y el aumento del consumo per cápita. Éste se relaciona principalmente con el incremento en el nivel de ingresos de la población, el aumento del ingreso, los efectos de intensas campañas de promoción del consumo principalmente en mercados que tradicionalmente no eran consumidores de café o que era reducido, al crecimiento de puntos de venta, el incremento de la calidad de marcas domésticas en diversos países, y al crecimiento de los nichos de mercados de café diferenciado o de especialidad, entre otros.

En resumen, la demanda mundial de café sigue mostrando un crecimiento significativo, con un potencial considerable para más aumentos en el futuro. Un mayor número de mercados maduros, como por ejemplo la Unión Europea, son relativamente estables, mientras que los mercados emergentes, en especial África y Asia, registran aumentos importantes, aunque desde una base relativamente baja.

Las principales empresas exportadoras de café que acopian estos granos en todo el territorio peruano, incluyendo el valle del Mnzón, se muestran en el cuadro 13.

Cuadro 13. Ranking de las 50 principales empresas exportadoras de café en diversas presentaciones.

| Ranking | Empresa | Volumen exportado (t) | Valor exportado (US\$ FOB) |
|--------------|---|-----------------------|----------------------------|
| 1 | PERALES HUANCARUNA S.A.C | 69861 | 255043649 |
| 2 | COMERCIO & CIA S.A | 29158 | 111261538 |
| 3 | CIA. INTERNACIONAL DEL CAFÉ S.A.C. | 20699 | 73057247 |
| 4 | OUTSPAN PERU S.A.C. | 16369 | 67767694 |
| 5 | CAFETALERA AMAZONICA S.A.C. | 14490 | 53300560 |
| 6 | PROCESADORA DEL SUR S.A. | 12340 | 50192844 |
| 7 | EXPORTADORA ROMEX S.A. | 11135 | 43986644 |
| 8 | CENTRAL DE COOPERATIVAS AGRARIAS CAFETALERAS COCLA LTDA | 8746 | 37845074 |
| 9 | MACHU PICCHU FOODS S.A.C. | 5487 | 21324993 |
| 10 | H.V.C. EXPORTACIONES SAC | 4227 | 19471669 |
| 11 | COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES CENFROCAFE PERU | 3965 | 18621202 |
| 12 | LUIS DREYFUS COMMODITIES PERU SRL | 4989 | 17903552 |
| 13 | EMP DE EXPORTACIONES & IMPORTACIONES JRJ E.I.R.L. | 6338 | 17799133 |
| 14 | PRONATUR E.I.R.L. | 3941 | 16850055 |
| 15 | RAIN FOREST TRADING S.A.C. | 3341 | 13659027 |
| 16 | CENT. DE COOP. AGR.CAF. VALLES SANDIA LTDA | 2433 | 12355775 |
| 17 | EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C. | 3991 | 11887648 |
| 18 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA LA FLORID | 2046 | 9592043 |
| 19 | COPORACIÓN DE PRODUCTORES CAFÉ PERU SAC | 1799 | 7539218 |
| 20 | COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SOL&CAFÉ LTDA | 1658 | 6923792 |
| 21 | IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES AGRITUM E.I.R.L. | 2150 | 6768328 |
| 22 | AGROINDUSTRIAL Y COMERCIAL ARRIOLA E HU | 1538 | 5460128 |
| 23 | CENTRAL PIURANA DE CAFETALEROS | 1163 | 5291981 |
| 24 | AROHMAR'S INTERNATIONAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 1796 | 5111877 |
| 25 | NEGRISA S.A.C. | 1274 | 5003505 |
| 26 | ARMAJARO PER - S.A.C. | 1203 | 4063920 |
| 27 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA Y DE SERVICIOS ORO VERDE LTDA | 842 | 4031223 |
| 28 | FEKFE S.A.C. | 1770 | 4020352 |
| 29 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERAPANGO LT | 873 | 3896503 |
| 30 | ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CAFÉ DE PICHANAKI | 846 | 3823261 |
| 31 | COOP AGROP CAFETALERA ECOLOGICA VALLE STA CRUZ RIO TAMBO LTDA | 898 | 3746624 |
| 32 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROECOLOGICOS BIO CAFÉ PICHANAKI | 805 | 3491805 |
| 33 | COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES APROCASSI | 706 | 3413654 |
| 34 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA "LA PROSPERIDAD" DE CHIRINOS | 653 | 3290349 |
| 35 | PERUVIAN COFFE S.A.C. | 798 | 3183073 |
| 36 | ASOCIACION E PRODUCTORES DE CAFES ESPECIALES MOUNTAIN COFFE | 666 | 3130609 |
| 37 | COOP AGRARIA CAFETALERA SATIPO LTDA | 711 | 3079951 |
| 38 | COOPERATIVA AGRARIA INDUSTRIAL NARANJILLO | 635 | 2868526 |
| 39 | COOP AGRARIA CAFETALERA BAGUA GRANDE LTD | 521 | 2738614 |
| 40 | UNION DE CAFETALEROS ECOLOGICOS | 554 | 2725334 |
| 41 | COOPERATIVA AGRARIA "FRONTERA SAN IGNACIO" LTDA | 524 | 2649760 |
| 42 | COOPERATIVA AGRARIA RODRIGUEZ DE MENDOZA | 549 | 2611023 |
| 43 | COOPERATIVA AGRARIA SANGARENI | 581 | 2553600 |
| 44 | CENTRAL DE PRODUCTORES AGROECOLÓGICOS PICHANAKI | 550 | 2498718 |
| 45 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA DIVISORIA LTDA | 522 | 2426213 |
| 46 | EXPOIMP BEVIPERU EIRL | 814 | 2370003 |
| 47 | PERUNOR EXPORT SAC | 496 | 2258611 |
| 48 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA SOSTENIBLE VALLE UBIRIKI | 567 | 2175123 |
| 49 | COOP AGRARIA CAFETALERA PERENE | 480 | 2161103 |
| 50 | CAFÉ MONTEVERDE EIRL | 440 | 2062442 |
| Total | | 252938,000 | 969289570,000 |

Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO) la creciente demanda asiática de cacao, especialmente en China, podría llevar a que no existan suficientes semillas en el planeta para el año 2020. Esto implicaría un consecuente aumento del precio del cacao, teniendo en cuenta que se han registrado altos niveles al cierre del 2013 y comienzos de 2014; se espera que esta tendencia aumente en el mediano plazo e incluso se incremente. Perú cuenta con una potencialidad de 2 millones de hectáreas aptas para el desarrollo de cultivos de cacao, lo que lo ubicaría como uno de los principales cultivadores de cacao en el mundo. El cacao peruano es conocido por ser de gran calidad, exclusivo para el uso de chocolates finos por su punto de acidez y equilibrio. Perú compite en esta variedad principalmente con Venezuela, Ecuador, Colombia y República Dominicana. La variedad de los granos de cacao peruano son muy reconocidos y altamente demandados en Europa.

A partir del 2001 se empezó a hablar de un déficit del cacao que se consolidaría hacia 2020, debido al decrecimiento de la producción, generado por las malas condiciones de los cultivadores en los principales países de origen, sumado al aumento del consumo industrial, que ha sido estable en los últimos años.

La producción de cacao certificado ha venido aumentando en el mundo. La sostenibilidad es cada vez más importante en este mercado: la demanda de cacao cultivado de manera responsable ha crecido considerablemente, debido a la respuesta de las compañías a las preferencias de los consumidores. Así mismo hay una tendencia notable relacionada con el creciente interés en la salud, en el origen único y en productos amigables con la diversidad biológica. Las cuatro principales certificaciones requeridas por el mercado internacional para el cacao son: Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico.

La evolución de las importaciones mundiales de cacao en grano en los últimos 12 años

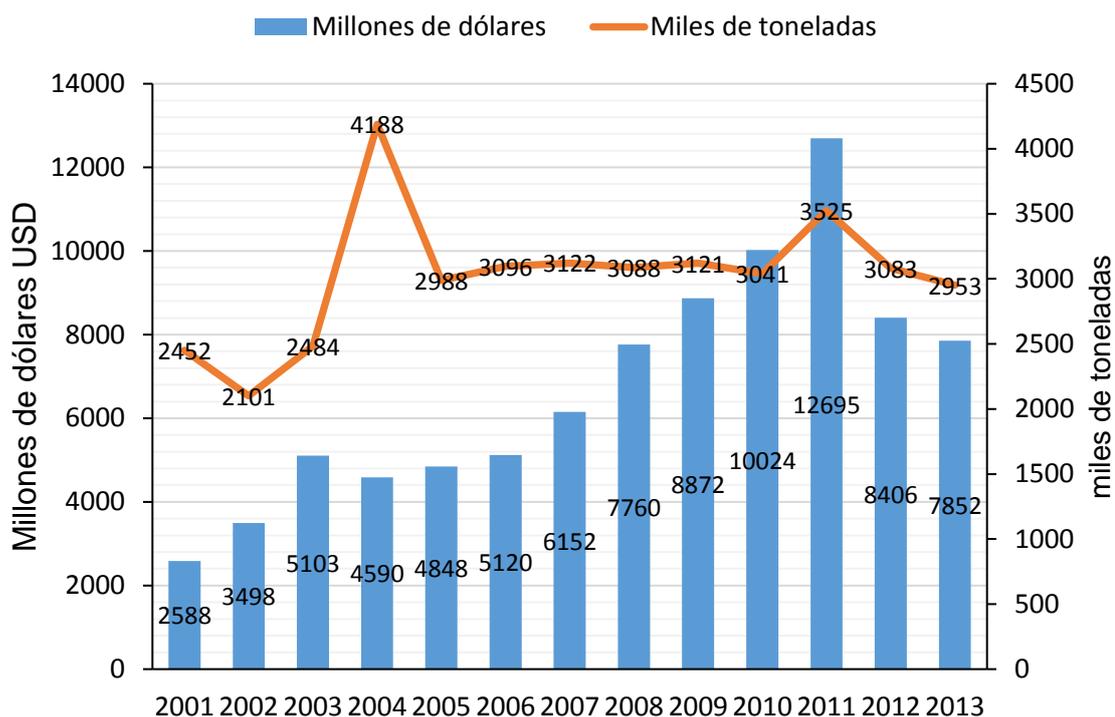


Figura 24. Evolución de las importaciones de cacao a nivel mundial. Elaborado en base a los datos de OIC (2015)

Las tendencias del consumo mundial de cacao se proyectan, a 3,6 millones de toneladas, lo que refleja un crecimiento medio anual de 2,1 por ciento con respecto a los 2,8 millones de toneladas producidos durante el período base (1988). El consumo seguiría concentrándose en los países desarrollados, que deberían absorber el 64 por ciento del consumo mundial de cacao. A partir del año 2010 se tiene una tasa de crecimiento anual de 2,2 por ciento, desde 1,8 millones de toneladas durante el período base a 2,3 millones de toneladas en 2010. Del mismo modo, el consumo en Europa crecerá anualmente en un 1,7 por ciento y llegará a 1,4 millones de toneladas. Europa continuará siendo con toda probabilidad la mayor zona consumidora de cacao en el mundo, desde 1,8 millones de toneladas durante el período base a 2,5 millones de toneladas en 2014

Cuadro 14. Principales compradores y exportadores mundiales del cacao en 2013

| Importadores | US\$ 2013 Millones | 2013 toneladas | Exportadores | US\$ 2013 Millones | 2013 toneladas |
|---------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------|
| Holanda | 1593 | 630745 | Costa de Marfil | 3090 | 1166001 |
| Estados Unidos | 1138 | 445203 | Ghana | 1840 | 676724 |
| Alemania | 805 | 292697 | Holanda | 612 | 214516 |
| Malasia | 766 | 264856 | Nigeria | 539 | 212451 |
| Bélgica | 675 | 250454 | Indonesia | 446 | 188420 |
| Francia | 342 | 121995 | Camerún | 445 | 181277 |
| España | 261 | 102664 | Ecuador | 433 | 178273 |
| Italia | 248 | 89165 | Bélgica | 335 | 121086 |
| Turquía | 222 | 82188 | República Dominicana | 162 | 63629 |
| Singapur | 193 | 77725 | Estonia | 131 | 49339 |
| Reyno Unido | 214 | 73104 | Nueva Guinea | 127 | 46566 |
| Canadá | 158 | 70032 | Malasia | 114 | 32061 |
| Rusia | 202 | 62301 | Perú | 89 | 26283 |
| China | 113 | 48943 | Uganda | 55 | 17230 |
| Estonia | 115 | 45829 | Alemania | 44 | 16078 |
| Japón | 109 | 40976 | Estados Unidos | 40 | 11856 |
| Suiza | 128 | 40925 | Sierra Leona | 29 | 10844 |
| Indonesia | 77,4 | 30766 | Liberia | 26,4 | 9926 |
| México | 57,8 | 22953 | Colombia | 18,3 | 7693 |
| Ucrania | 64,2 | 20804 | Tanzania | 16,4 | 7627 |
| Otros | 371 | 138257 | Otros | 138 | 49297 |
| TOTAL | 7852,4 | 2952582 | TOTAL | 8730,1 | 3287177 |

El Perú se ha colocado como segundo productor mundial de cacao orgánico luego de República Dominicana, según datos de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ. Dicho producto se exportó además como manteca, licor, polvo, pasta y cáscara, siendo los principales mercados Suiza, Estados Unidos, Holanda, Alemania e Italia.

Asimismo, la calidad del producto peruano y el excesivo precio del cacao de los países que tradicionalmente exportan este producto han llevado a la industria mundial a considerar el cacao del Perú (orgánico y de comercio justo) en sus recetas, lográndose mejores precios que alcanzan, en promedio, los US\$ 3,000 la tonelada. Entre los principales países destinos de las exportaciones de cacao peruano en manteca, polvo y pasta, están Países Bajos, Estados Unidos, Francia, Bélgica y Reino Unido.

A nivel mundial, el principal destino de las exportaciones de cacao en grano en el año 2011 fue el país de Bélgica, que representa un 23% del total exportado con USD FOB 13.5 millones (4,051 TM). En segundo lugar tenemos al país de Colombia con el 21% equivalente a USD FOB 12.6 millones; le sigue en la lista el país de Italia con el 15% equivalente a USD FOB 9.3 millones (2,766 TM). En cuarto lugar tenemos al país de Holanda con el 15% equivalente a USD FOB 9.0 millones (2,538 TM).

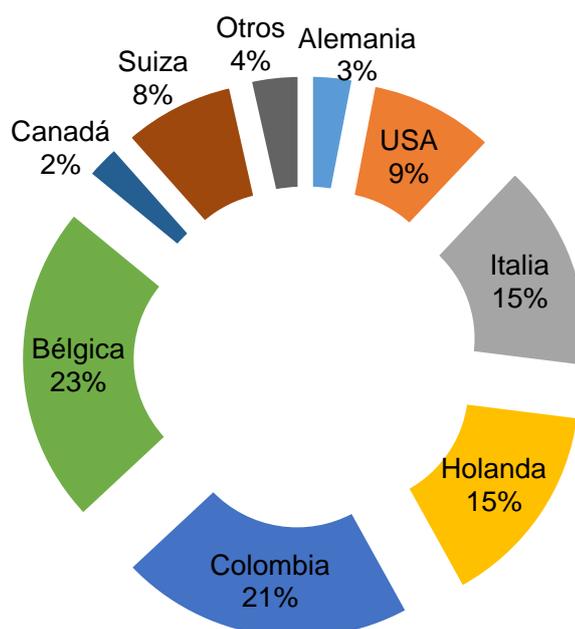


Figura 25. Principales países de destino de las exportaciones de cacao en grano

Fuente: Aduanas (2012)

Cabe señalar que tanto el café como el cacao son “commodities”, es decir, son productos que se cotizan en Bolsa. Los dos principales mercados para el café y cacao se encuentran localizados en Londres y en Nueva York. Sin embargo, a partir de octubre del 2001 los precios se recuperaron por la retracción de los inventarios, crecimiento del consumo y la aplicación de políticas restrictivas en la producción. Además, los stocks de cacao han permitido tener cierta flexibilidad ante desequilibrios entre la demanda y oferta de cacao. La mejora de los precios internacionales de cacao incentivó a los productores a retornar a sus cultivos e incrementar sus áreas sembradas desde la campaña 2000

A nivel del valle del Monzón, de acuerdo con información publicada por DEVIDA, encontramos, alrededor de 10 empresas, entre cooperativas y asociaciones dedicadas al acopio y comercialización del cacao. En el cuadro 15, se muestra las principales empresas exportadoras del grano de cacao.

A manera de discusión, en el ámbito internacional, las exportaciones peruanas no son muy importantes. Sin embargo, desde 2002 hay una fuerte demanda para el mercado peruano; esto se observa en la relativa facilidad para establecer relación con importadores por parte de algunas organizaciones de productores. La demanda para el cacao muchas veces rebasa la capacidad con que cuentan los productores, por lo que se ven obligados a incrementar drásticamente el número de socios. De acuerdo con Herrera (2012) las razones son las siguientes:

- Es una producción amigable con el medio ambiente.
- Se puede asociar y generar ingresos económicos mientras se empieza a producir.
- Ocupa la mano de obra familiar sin grandes esfuerzos físicos.
- Hay una respuesta eficiente al manejo tecnológico.
- Permite trabajar en alianzas estratégicas.
- Existe potencial para seguir creciendo.
- Cuenta con mercado.
- Es rentable.

La tendencia es que los importadores están interesados en establecer contactos con las organizaciones, y efectuando sus transacciones comerciales a través de exportadores. Como ya se ha visto, existen dos tipos de mercado, el genérico para la industria nacional, que no requiere insumos de alta calidad para sus procesos, y el de especialidad o nichos de mercado en el extranjero, que compran grano de cacao seco para procesarlo allá bajo recetas de chocolates finos, como son los bitter y los de orígenes y sabores específicos.

Cuadro 15. Ranking de las 46 empresas exportadoras peruanas de cacao en grano en 2012

| Ranking | Empresa | Volumen exportado (t) | Valor exportado (US\$ FOB) | Precio de exportación (US\$/t) |
|---------|---|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|
| 1 | AMAZONAS TRADING PERÚ SAC | 4102,606 | 10098979 | 2462 |
| 2 | COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA ACOPAGRO | 3059,483 | 8489757 | 2775 |
| 3 | COOPERATIVA AGRARIA INDUSTRIAL NARANJILLO | 3125,608 | 8338455 | 2668 |
| 4 | SUMAQAQ SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA | 2859,450 | 6851983 | 2396 |
| 5 | CENTRAL DE COOPERATIVAS AGRARIAS CAFETALERAS COCLA LTDA | 1903,419 | 4487792 | 2358 |
| 6 | EXPORTADORA ROMEX S.A. | 1609,084 | 3907075 | 2428 |
| 7 | RAINFOREST TRADING S.A.C. | 1451,001 | 3512406 | 2421 |
| 8 | COLCA CANYON COFFE PERU SAC | 1220,976 | 2962657 | 2426 |
| 9 | CAFETALERA AMAZONICA S.A.C. | 1000,000 | 2226975 | 2227 |
| 10 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA EL QUINACHO L78 | 798,505 | 2069235 | 2591 |
| 11 | ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CACAO VRAE | 682,319 | 1855961 | 2720 |
| 12 | COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL TOCACHE LTDA | 524,140 | 1373215 | 2620 |
| 13 | CENTRAL PIURANA DE CAFETALEROS | 341,070 | 1206634 | 3538 |
| 14 | INTERLOOM S.A.C. | 475,456 | 1148088 | 2415 |
| 15 | ECOANDINO S.A.C. | 102,791 | 790891 | 7694 |
| 16 | COOP AGRARIA CAFETALERA VALLE RIO APURIMAC | 299,520 | 751915 | 2510 |
| 17 | MACHU PICCHU FOODS S.A.C. | 120,146 | 701464 | 5838 |
| 18 | ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE "CACAO ALTO HUALLAGA" | 202,114 | 538949 | 2667 |
| 19 | TROPICAL FOREST PERÚ S.A.C. | 200,192 | 502479 | 2510 |
| 20 | NATURAL PERU SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA | 61,540 | 458550 | 7451 |
| 21 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA DIVISORIA LTDA | 124,516 | 404770 | 3251 |
| 22 | FLP DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CARRADA | 150,160 | 333839 | 2223 |
| 23 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA Y DE SERVICIO ORO VERDE LTDA | 116,704 | 307772 | 2637 |
| 24 | EKEKO COMERCIO AGRÍCOLA S.A.C. | 100,017 | 241752 | 2417 |
| 25 | EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C. | 176,490 | 184977 | 1048 |
| 26 | COOP AGRARIA CAFETALERA SATIPO LTDA | 49,920 | 129292 | 2590 |
| 27 | EXPOGRANOS PERÚ S.A.C. | 50,165 | 118954 | 2371 |
| 28 | IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES AGRITUM E.I.R.L. | 32,050 | 99675 | 3110 |
| 29 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGOA LT | 33,284 | 96700 | 2905 |
| 30 | NEVICO PERU S.A.C. | 24,990 | 77469 | 3100 |
| 31 | OPERADORES COMERCIALES Y LOGÍSTICOS LIMA | 32,700 | 58860 | 1800 |
| 32 | ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ | 16,000 | 43328 | 2708 |
| 33 | S.G.M. PERU E.I.R.L. | 7,500 | 37500 | 5000 |
| 34 | ALGARROBOS ORGÁNICOS DEL PERÚ SOCIEDAD ANÓNIMA | 1,678 | 12404 | 7392 |
| 35 | G FOODS NATIVE S.A.C. | 1,254 | 8020 | 6396 |
| 36 | BROKERS Y ASESORES LOGISTICOS S.A.C. | 1,550 | 6467 | 4172 |
| 37 | NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 0,994 | 4940 | 4970 |
| 38 | EXPORTADORA AGRÍCOLA ORGÁNICA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA | 0,600 | 4770 | 7950 |
| 39 | RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA | 0,520 | 3930 | 7558 |
| 40 | COMPLEMENTOS Y SUPLEMENTOS ORGANICOS DEL PERÚ S.R.L. | 0,175 | 1237 | 7069 |
| 41 | BURGOS LINGAN MARÍA OFELIA | 0,186 | 1073 | 5769 |
| 42 | PERUVIAN NATURE S&S S.A.C. | 0,100 | 942 | 9420 |
| 43 | HERBS AMERICA S.A.C. | 0,050 | 525 | 10500 |
| 44 | SOLNATURA E.I.R.L. | 0,057 | 477 | 8368 |
| 45 | MOYA RODRÍGUEZ LUIS ENRIQUE | 0,020 | 120 | 6000 |
| 46 | CONSORCIO SANGUINETI SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA | 0,002 | 3 | 1500 |
| | Total | 25061,102 | 64453256,000 | 2572 |

4.3.3. Análisis del precio

La Organización Mundial del Café (ICO, por sus siglas en inglés) calcula los precios indicativos para los cuatro grupos de café que se comercializan en la Bolsa de Nueva York (Intercontinental Exchange, ICE) y en Londres (London International Financial Futures Exchange, LIFFE). Asimismo, con base en esos precios, la ICO calcula el precio indicativo compuesto, que se toma como el precio de referencia del café en el mercado internacional.. El precio indicativo compuesto reportó un incremento de 30.0 por ciento en 2014 con respecto al precio promedio de 2013. Lo anterior derivado de la reducción en la producción mundial durante los ciclos 2013/14 y 2014/15.

A partir de noviembre de 2014, ante las expectativas de recuperación de la producción de café en 2015 en Brasil, los precios reportan tendencia a la baja. Por otra parte, la depreciación del real brasileño con respecto al dólar estadounidense impulsó las exportaciones de café de ese país, lo que incidió en la tendencia a la baja del precio internacional. Durante el 2015, el precio indicativo compuesto de la ICO se ubicó en 2640 dólares por tonelada, que a tasa anual significa una reducción de 21,5 por ciento y su nivel más bajo en 18 meses. En el mercado de futuros, se observa una expectativa de disminución de los precios del café hacia los primeros meses de 2016. Lo anterior impulsado por el pronóstico de producción mundial en el ciclo 2015/16 y por la depreciación de las monedas en países productores.

El precio del café en chacra registró un comportamiento muy parecido a los precios en el mercado internacional observando un retraso aproximado de 2 meses. Tras caer el precio y tocar fondo en enero de 2014, inició su recuperación a partir de febrero. En tal sentido, en setiembre de 2014 alcanzó el pico más elevado de los últimos 34 meses, S/. 8,35 por kilo. Declina en los siguientes tres meses finales del año (octubre-diciembre), con un precio promedio de S/. 6,18 por kilo, 38% por encima del precio promedio de 2013 (S/. 4,49 por kg). A diciembre 2014, el precio registrado fue de S/. 5,32 por kilo, 18% por encima del precio alcanzado el mismo mes del año anterior. En la figura 25, se grafica la evolución del precio promedio anual al productor (US\$ x kg.)

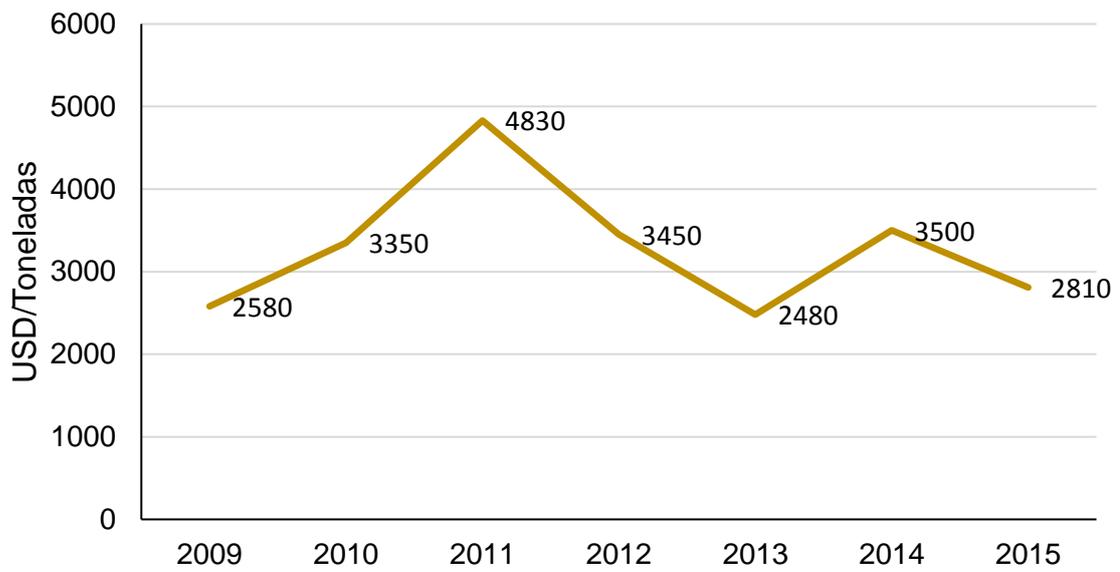


Figura 26. Precios indicativos del café de la ICO, 2009-2015

Fuente: ICO (2015)

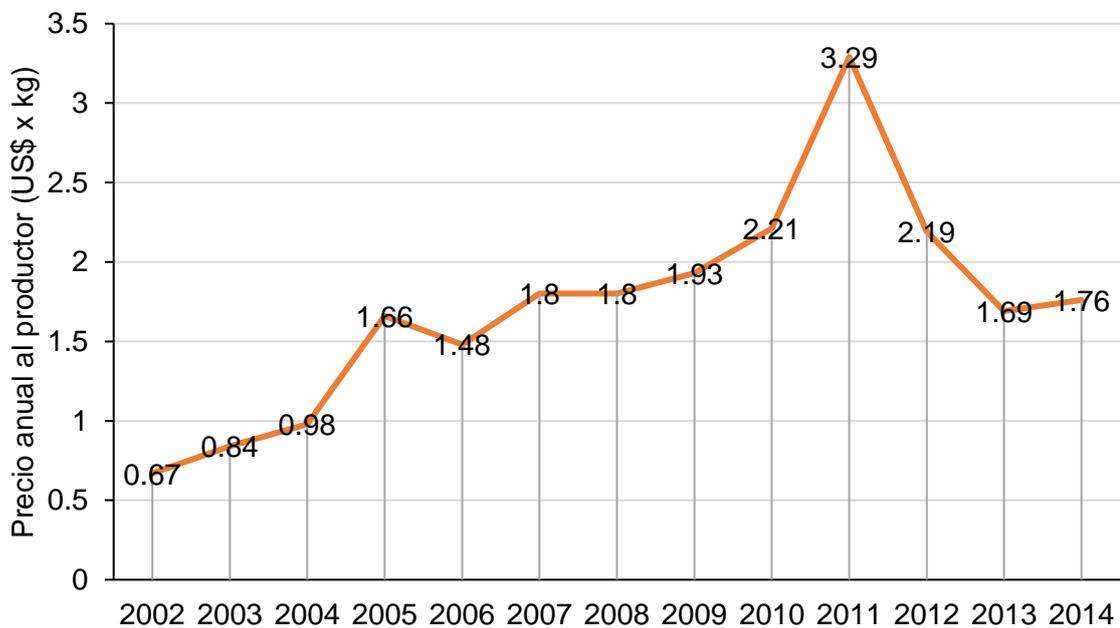


Figura 27. Evolución del precio del café promedio anual al productor

Fuente: Elaboración: Junta Nacional del Café Fuente: OEEE-MINAGRI (2015)

El precio internacional del cacao en Estados Unidos en el año 2014, aumentó 25.54% con respecto al año 2013. Este comportamiento se debió al incremento de la demanda del producto por parte de China. En la figura 1, se observa que los precios han tenido una tendencia al alza hasta el año 2010. Año en el que se alcanzó el precio más alto (3,131 USD/t). Posteriormente los precios disminuyeron en los años siguientes hasta el año 2013, presentando nuevamente una tendencia

al alza y registrando un precio de 3,062 USD/t en el 2014.



Figura 28. Comportamiento histórico (2000—2014) de los precios internacionales de cacao

Fuente: FMI

Durante el año 2014, los precios a nivel nacional del cacao CCN51 y cacao fino de aroma, mostraron un comportamiento creciente con respecto al año 2013, comportamiento similar a los precios internacionales. Los precios del cacao CCN51 a nivel productor y mayorista (centros de acopio/precio de venta) incrementaron en 24.44% y 28.37% con respecto al año 2013. El precio promedio a nivel de productor de cacao CCN51 para el año 2014 fue de 114.53 USD/qq, mientras que en el 2013 fue de 92.04 USD/qq. A nivel mayorista, el precio para el año 2014 fue de 115.69 USD/qq y en el 2013 de 90.12USD/qq.

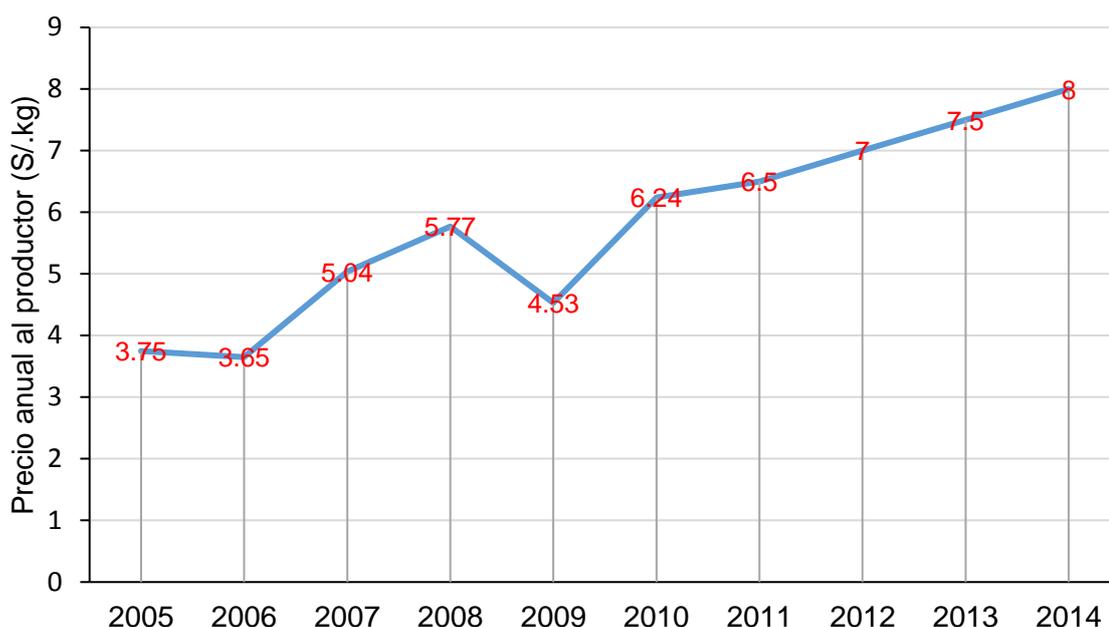


Figura 29. Evolución del precio del cacao promedio anual al productor

Fuente: Fuente: MINAG-OEEE Elaboración: MINAG-DGCA-DIA

Una característica de los precios nominales o reales de los productos básicos es la gran volatilidad que poseen. Esta volatilidad genera un riesgo considerable para los países en desarrollo que generalmente tiene su sector exportados altamente concentrados en pocos productos. La inestabilidad de los precios de los productos básicos podría ser a las condiciones climáticas, acuerdos internacionales y acumulación de existencias por parte de los países consumidores y productores; a pesar de la importancia de este tipo de factores. Esto se explica por el hecho de que los agentes que participan en el mercado, lo hacen para cubrirse contra movimientos inesperados del precio del bien o en busca de una ganancia extraordinaria, obligándolos a actuar rápidamente ante cualquier información o sospecha de cambio en el comportamiento de las variables.

El cacao es cultivo permanente cuya explotación se lleva a cabo en su mayoría por unidades campesinas no muy tecnificadas y forma parte de los que se conoce como economía campesina; por el lado del consumo el cacao son productos claramente sustituidos, en su consumo directo como bebidas y como materia prima. Actualmente los instrumentos financieros como futuros y opciones

se han convertido en una alternativa para los agentes que buscan protegerse del riesgo que para ellos y sus economías representa la alta volatilidad en los precios de los productos básicos. En el caso del cacao, las negociaciones de futuro sí pueden ser considerados como factores de intervención en la volatilidad del precio.

4.4. PROPUESTA DE MECANISMO DE ARTICULACIÓN COMERCIAL

La articulación comercial consiste en un acuerdo voluntario y estratégico entre empresas que involucra el intercambio, cooperación o codesarrollo de productos, tecnologías o servicios; y puede ocurrir como resultado de distintas motivaciones y por ello tomar una variedad de formas y manifestarse de forma horizontal o vertical. Las principales motivaciones son atender nuevas demandas, enfrentar la limitada disponibilidad de tierras, minimizar los riesgos de inversión, buscar la especialización de su producción, cuidar su frontera agrícola, rotar sus cultivos y apoyar a la comunidad en que se desenvuelven. Asimismo, permitirá asegurar un mercado, financiar su actividad, recibir asistencia técnica y contar con precios estables y trabajo permanente.

La articulación empresarial es reconocida como una estrategia de crecimiento que les permite ganar un espacio para sus productos en el mercado, así como adaptarse a los cambios que en él se producen. Algunos elementos que favorecen la articulación son:

- Las facilidades para la organización de la base productiva.
- La presencia de asociaciones que permiten contar con mayores volúmenes de producción y reducir los costos de transacción.
- La identificación de productores líderes capaces de formar grupos de productores y de responsabilizarse de ellos.
- El funcionamiento de mecanismos creativos de financiamiento.
- El cambio generacional de la titularidad de la tierra, que permite contar con productores que han recibido mayor educación y que muestran menos rechazo a la posibilidad de establecer acuerdos empresariales.
- La decisión de los productores habituados a cultivar productos de panllevar, de empezar a trabajar cultivos de agroexportación.

La promoción de la articulación comercial requiere que se superen las barreras que aún existen para su funcionamiento, principalmente al poco contacto entre las empresas o instituciones y los productores, la escasa información sobre los mercados para los productores, la falta de financiamiento de la cadena productiva y el poco conocimiento y capacidad de los productores para manejar cultivos no tradicionales o promisorios.

Entre los factores que podrían contribuir a fomentar las experiencias de articulación y dar lugar a políticas de Estado, destacan la reducción de los costos de transacción, la capacitación de las asociaciones para negociar mejor con las empresas e instituciones y la implementación de sistemas que midan el progreso de los esquemas de articulación en los distintos sectores productivos del país.

Los mecanismos de articulación en el valle del monzón enfrentan actualmente los siguientes retos:

- Lograr que su uso permita el desarrollo empresarial de los productores de cacao y café.
- Fomentar la intervención de las entidades de cooperación y ONG que promuevan el desarrollo empresarial de los productores.
- Incrementar el número de experiencias de articulación vertical en que los productores estén organizados como asociaciones horizontales.
- Fortalecer a las asociaciones horizontales que participan en esquemas de articulación vertical.
- Extender el uso de esquemas de financiamiento que incorporen el aporte de las empresas instituciones u otros organismos y, a la vez, permitan el acceso de los productores al sistema financiero.

Para el caso de las comunidades del valle del monzón, la construcción de una propuesta de articulación comercial, se orienta a lograr que los productores de café y cacao del valle del Monzón, implementen un sistema de comercialización en conjunto que les permita negociar con el comprador precios más competitivos, lo cual permitirá realizar en forma periódica, la venta directa a compradores nacionales de café y cacao y la oferta y colocación en el mercado local de dicho producto, previamente seleccionado y clasificado, y a precios competitivos en el

mercado local; con ello se espera revertir la baja rentabilidad que genera esta actividad, a los productores del valle del monzón, originados por el poco poder de negociación que poseen en forma individual para la venta de éstos productos, las fallas del mercado (deficiente acceso a la información) y la ineficiente intermediación existente en la cadena de comercialización de los granos del café y cacao.

La puesta en práctica de la articulación comercial contribuirá al desarrollo de capacidades organizativas de los productores de cacao y café para una eficiente comercialización de éstos productos, a fin de que les permita de manera sostenida mejorar su posicionamiento en el mercado que implica: incremento de los beneficios económicos para los productores, y mejora en la calidad de los productos que dichos productores ofrecen.

La estrategia de articulación que se propone toma como base los siguientes elementos:

- Enfoque de mercado considerando oferta y demanda: Es importante que la estrategia se oriente de acuerdo las necesidades del mercado, es decir, considere las nuevas tendencias de consumo a nivel local y mundial.
- Incluir los criterios de conservación, uso sostenible de la biodiversidad, distribución equitativa de los beneficios, entre otros.
- Respeto de los valores culturales de las comunidades.
- Incluir los enfoques de cadena de valor, manejo adaptativo y eco sistémico.
 - Enfoque de cadena de valor: se refiere al fortalecimiento de cadenas de valor es utilizado como un mecanismo para facilitar la articulación entre actores de una cadena productiva; la implementación de buenas prácticas relacionadas con el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad: y la distribución equitativa de beneficios ambientales, sociales y económicos entre los participantes de la cadena.
 - Manejo adaptativo: El manejo adaptativo es un enfoque que contribuye a la implementación de prácticas sostenibles, la identificación de impactos sobre especies y ecosistemas y el mejoramiento continuo de las practicas productivas y de manejo llevadas a cabo por las organizaciones.

- Enfoque ecosistémico: La implementación de este enfoque requiere una visión integrada de aspectos sociales y ecológicos así como las interacciones y procesos que los sistemas productivos involucran.

El siguiente esquema resume los elementos que se deben considerar para durante la elaboración de la estrategia de articulación comercial. Además muestra la relación que existe entre ellos.

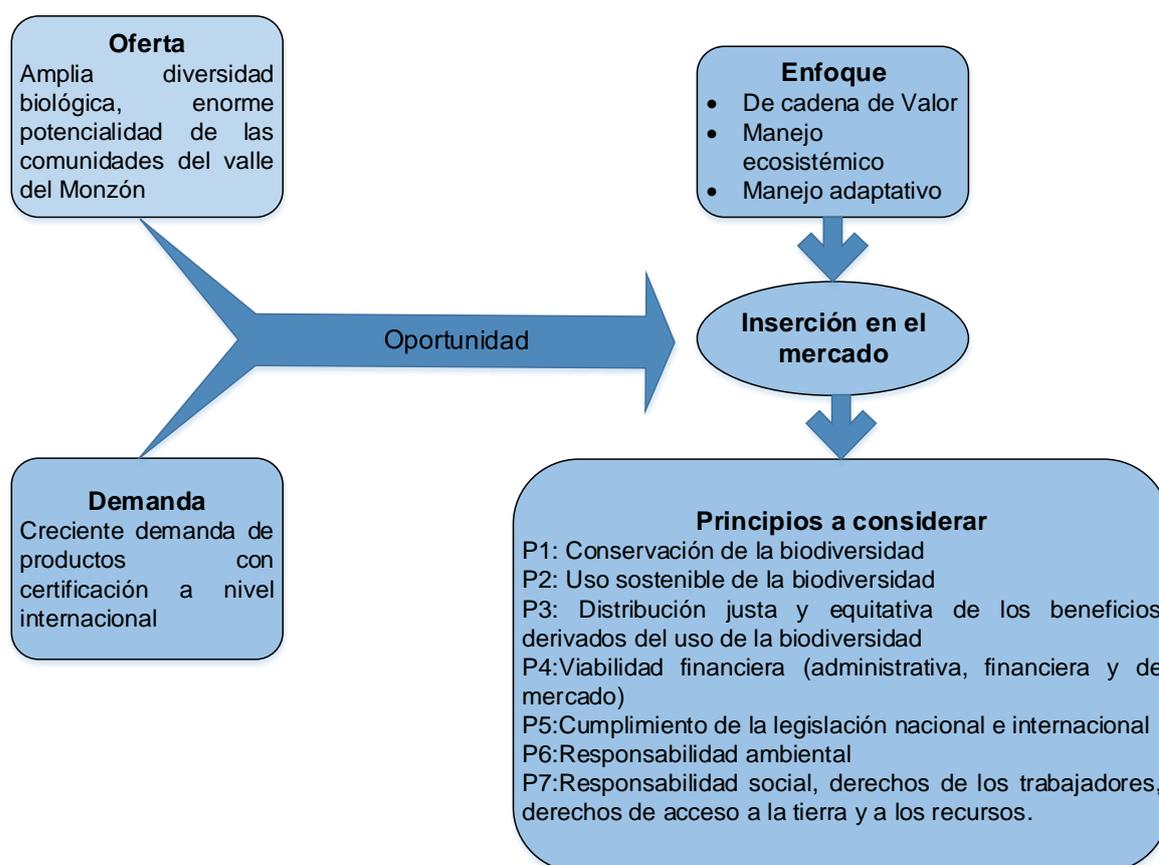


Figura 30. Elementos de la estrategia de articulación a los mercados

Luego de exponer los elementos básicos que deberán considerarse en el diseño de la estrategia de articulación comercial, definimos la estrategia y la forma cómo esta debe llevarse adelante. En la figura 31, se muestra la estrategia que se propone la misma que considera los siguientes componentes: sensibilización de los productores, fortalecimiento de la asistencia y capacitación técnica productiva, contacto con el mercado y fortalecimiento organizacional.



Figura 31. Componentes de la estrategia de articulación

4.4.1. Sensibilización de los productores

La sensibilización es la concienciación e influencia sobre una persona o grupo para que recapacite y perciba el valor o la importancia de algo. Esta etapa inicial es importante, en tanto permitirá hacer llegar a los productores las ventajas de realizar actividades tendientes a la inserción efectiva en los mercados. Durante esta etapa se pondrá especial énfasis en informar a los productores sobre las responsabilidades que conllevan el proceso de articulación a los mercados. Durante esta etapa se recomienda actividades de sensibilización como talleres informativos, visitas hacia experiencias exitosas de articulación comercial.

Se trata también de una manera dinámica y atractiva donde se pueda dar a conocer, de manera directa, las diferencias entre el café y cacao de comercio justo, orgánico y certificado con el de comercio convencional, desde su origen

hasta el ciudadano. Se quiere sensibilizar sobre los problemas que sufren los productores dentro del mercado internacional del cacao y café, y mostrar los beneficios que reciben dentro del comercio justo, además de fomentar la concienciación sobre las formas de producción de los productos que consumimos y la repercusión de nuestras compras.

4.4.2. Fortalecimiento de la asistencia y capacitación técnica productiva

La asistencia a los productores de café y cacao se enfoca en la oferta de servicios y en el seguimiento de su aceptación y entendimiento, por lo que es necesario contar con personal de campo capacitado que desarrolle adecuadamente la capacitación y el seguimiento.

Los temas de capacitación deben enfocarse en materias técnicas, aspectos contables y financieros que permitan al productor entender el esquema empresarial del modelo y su participación en él. Se debe trabajar bastante el tema de la fertilización, los productores no están acostumbrados a abonar, de igual forma, la poscosecha, sumados a la organización del productor, son aspectos relevantes de la asistencia.

Todo proceso de articulación comercial hacia cadenas productivas se basa en elementos técnicos que hacen que la producción alcance características especiales que son muy valoradas en el mercado. Esta asistencia técnica debe considerar un acompañamiento cercano de técnicos productivos desde el inicio de la producción hasta la comercialización de los productos.

Los técnicos deben poner en valor las buenas prácticas y tecnologías que manejan las comunidades nativas permitiendo una producción de alta calidad. Al mismo tiempo la articulación entre pequeños productores para insertarse al mercado local y mundial. Así mismo, durante esta etapa, se podrá incorporar criterios de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) a fin de garantizar la calidad de los productos.

Las BPA son conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a las diversas etapas de producción agrícola para ofrecer al mercado productos inocuos y sanos, considerando un mínimo impacto ambiental y respetando el bienestar de los trabajadores de campo.

El funcionamiento de los sistemas de certificación de BPA, consiste en que el productor toma conocimiento de la existencia de un producto certificable que le permitirá acceder a un mercado específico que demande la certificación. El productor conoce y estudia la norma, se organiza para hacer las mejoras en su campo que le permitirán cumplir con la misma: Destina recursos, delega responsabilidades, contrata asesorías, etc. Dentro de las BPA se considera:

Manejo de suelo:

Es importante conocer los tipos de suelo que se tengan en el predio, y saber si se está explotando según su capacidad y conociendo sus limitaciones: Mal drenaje, fuerte pendiente, acidez, etc.; asimismo que la actividad no desmejora su situación. Deberá conocer también el impacto que producen sus actividades de labranza en el suelo: Erosión, acidificación, etc. El productor deberá contactar a un especialista que realice un informe del predio con los mapeos de suelo correspondientes, indicando las zonas con mal drenaje, pendiente, pedregoso, y demás particularidades. De esta manera podrá evidenciar que la instalación de cultivos se realizó en los terrenos apropiados.

Riego:

El riego que actualmente realizan las comunidades del valle del monzón es bajo lluvia, no contando con sistema de riego tecnificado con la finalidad de optimizar el uso del agua en épocas de sequía y en épocas de lluvia llegar almacenar. Con estos criterios se pretende:

- Prevenir y disminuir la contaminación del agua.
- Identificar y proteger las fuentes de agua que se utilizan para el riego.
- Uso racional del recurso hídrico: cálculo exacto de las necesidades de riego del cultivo e instalación de sistemas de riego, que en la medida de lo posible minimicen la pérdida de agua y mantengan los canales y acequias limpias.

Mantenimiento de la higiene en todas las etapas de producción:

- Provisión de instalaciones sanitarias.
- Capacitación en higiene y aseo personal. Inspección de la higiene en las etapas de producción.
- Control de trabajadores enfermos o con heridas.
- Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos.
- Análisis microbiológicos al producto cosechado.
- Tratamientos post cosecha.

Aspectos medioambientales:

- Gestión de los residuos
- Mantenimiento de vegetación en zonas improductivas del predio.
- Estimado de las especies de flora y fauna en el predio.
- Protección de los recursos de agua.

Entre los principales beneficios de aplicar BPA tenemos:

- Permiten ofrecer al mercado productos sanos y de calidad, inocuos para el consumo.
- Cumplir con las certificaciones y demás exigencias de los clientes en el exterior.
- Cumplir con las exigencias de las autoridades sanitarias y fitosanitarias de los mercados externos.
- Se refuerza la imagen del Perú como proveedor de alimentos de calidad.

4.4.3. Contacto con el mercado:

Para el caso de los productores de cacao y café de las comunidades del valle del monzón, esta etapa en un inicio debe comprender la identificación de socios estratégicos que realizan actividades de acopio y comercialización de productos.

Posteriormente ir manejando las diferentes variables que se debe tener en cuenta a la hora de entrar en un mercado, una de ellas es cómo va a llegar su producto al cliente final, esta pregunta corresponde al concepto de distribución y

no ha de confundirse con la red de transporte o la logística de un producto. Es importante conocer algunas de las principales vías de distribución y acceso para mercados nacionales e internacionales. Todas tienen ventajas e inconvenientes, pero hay que seleccionar la más adecuada en función de: tipo de nuestros productos, tipo de cliente objetivo, exigencias del mercado, entre otros.

Explicamos algunas de estas variables:

Venta directa desde el país de origen (Exportar):

Es la forma de acceso al mercado más adecuada para una primera prospección, si el mercado nos lo permite.

Ventajas

- Como acceder a mercados internacionales
- Menores riesgos e inversión que otros mecanismos de entrada.
- La empresa controla directamente el proceso.
- El margen neto de la venta es para la empresa.

Desventajas

- Menor cercanía y conocimiento del mercado.
- Se necesita personal en origen que gestione y haga seguimiento de los mercados.
- Mayor desgaste de la empresa y del departamento internacional (viajes, seguimiento, contactación)

Agente comercial:

La empresa dispone de un agente en el país de destino que promueve las ventas del producto buscando clientes y firmando contratos de compraventa en nombre de la misma a cambio de una comisión por ventas.

Ventajas

- El agente por lo general tiene su propia base de contactos y un conocimiento técnico del sector en el país de destino, por lo que la consecución de contactos es más rápida.

- Supone un coste para la empresa que se ve reflejada en un % de comisión sobre ventas, lo que conlleva una relación mercantil y fórmulas de colaboración reversibles.
- Se puede ejercer un cierto control sobre la política de marca, logística y precios.

Desventajas

- La clientela es del agente y romper la relación con él puede suponer perder los contactos que se habían conseguido en el país. Poco control de la empresa.
- Menos grado de implicación del agente ya que no asume tanto riesgo.
- El servicio post-venta sigue recayendo en el exportador.

Distribuidor:

El distribuidor sí que adquiere la propiedad de la mercancía y la pone a disposición de los consumidores locales.

Ventajas

- Experiencia en el mercado y en el sector, además puede adquirir labores de marketing.
- Es responsable de la distribución y la logística del producto dentro del país.
- Realiza la mayor parte del trabajo operativo. Se ahorra en tiempo, dedicación, costes administrativos y se tiene un único cliente que asume los riesgos de crédito.
- Realiza el servicio post-venta.

Desventajas

- Se tiene un menor control sobre el producto y los clientes, ya que es el distribuidor el que aplica su política de marketing y ventas y no se conoce el destino del producto.
- Suelen representar también otros productos competidores.
- Al asumir más riesgo, las condiciones del contrato no son tan beneficiosas para la empresa y el distribuidor puede alterar la política de marca para controlar el mercado.

Implantación en el país de destino:

Las principales opciones suelen conllevar abrir una filial o sucursal en el nuevo mercado, o crear una Joint Venture con un socio local. Tener presencia física puede ser necesario por las exigencias del mercado, pero esta vía requiere un mayor esfuerzo e inversión en recursos.

Cualquiera de las formas anteriores puede ser perfectamente apta para la introducción o implantación en un mercado. Aunque lo más habitual es avanzar de forma escalonada.

4.4.4. Fortalecimiento organizacional:

Relacionado a la formación y fortalecimiento de capacidades asociativas a nivel de los productores. Fortalecer la organización de las comunidades en los aspectos de organización y asociatividad entre productores y con otros actores de la cadena, de tal manera que los productores reconozcan a la organización como su propia empresa comunal que les permite articularse al mercado de manera eficaz.

Rosales (1997), citado por Vergara et al. (2012), define la asociatividad como un mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas o territorios (que mantienen su independencia jurídica y su autonomía) que permite la unión voluntaria de esfuerzos de un grupo para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes. Entre los rasgos específicos de la asociación entre sujetos se incluye la satisfacción de objetivos comunes, cooperación (todos ganan o pierden), apertura, diálogo y confianza mutua.

Goshs (1996), citado por Mariño (2012), destaca las siguientes características de la asociatividad:

- Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes por lo que cada empresa vinculada toma sus decisiones en forma independiente.
- Puede adoptar diversas modalidades jurídicas y organizacionales.
- Brinda una amplia gama de posibilidades dentro de las actividades empresariales como el financiamiento, la inversión y la operación en sí sin

que existan restricciones de participación por tipo de actividad de las empresas vinculadas.

- No excluye a ninguna empresa por el mercado en el que opera dándoles una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción que puede ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales o, incluso, para aquellas que no pertenezcan a ninguna red.
- Es exclusiva para pequeñas y medianas empresas, ya que funciona como un mecanismo de agregación de intereses contrario a las grandes empresas que ejercen alianzas estratégicas con acuerdos específicos mas no colectivos.

Bravo et al. (2014) señalan que existe un sinnúmero de estrategias de asociación que, en última instancia, tienen como finalidad mejorar el desarrollo de las empresas. En ese sentido, cuando se abordan los modelos de asociación se abordan también, de forma implícita, las estrategias de desarrollo.

El proceso de asociación empresarial se puede realizar mediante diferentes esquemas o modelos entre los que destacan las empresas integradoras, las cadenas productivas, los distritos industriales y las redes de empresas.

4.5. PARTICIPACIÓN DE ACTORES EN EL PROCESO DE ARTICULACIÓN

4.5.1. Sector público

El principal actor público es La Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas – DEVIDA, un Organismo Público Ejecutor, adscrito al sector de la Presidencia del Consejo de Ministros, encargado de diseñar y conducir la Estrategia Nacional de Lucha contra las Drogas y constituirse en la contraparte nacional para todos los fondos de cooperación internacional destinados a la lucha contra las drogas. En la actualidad, viene trabajando en el proceso de poserradicación implementado en el valle del Monzón, y comprende procesos de socialización, seguridad y desarrollo alternativo, a fin de cambiar una situación de dominio territorial de redes de tráfico ilícito de drogas y de proliferación de cultivos de coca, hacia un escenario en el que predomina la seguridad, las oportunidades, la esperanza y se sientan las bases para el desarrollo de una economía lícita.

Hoy, los importantes cambios socioeconómicos evidenciados en el valle del Monzón, refieren a un caso ejemplar de intervención integral que tiene rostro humano; no obstante el camino de desafíos y problemas pendientes, como la reducción sostenida de la pobreza, promover calidad de vida, frenar la grave desnutrición de la población y atenuar los impactos ambientales generados por el uso intensivo de agroquímicos en el cultivo de coca.

Bajo esa lógica, la experiencia producida en el Monzón enseña que no es suficiente dotar de recursos, asistencia técnica o insumos para nuevos cultivos en una tierra deforestada por acción del narcotráfico (tala, quema, degradación, contaminación de suelos); hace falta el enfoque de multisectorialidad y articulación sostenida del Estado en alianza estratégica con el sector privado. Es imprescindible establecer acuerdos de cooperación productiva y de no resiembra de coca, que impliquen compromisos y responsabilidad compartidos.

Es clave tener un enfoque integral acercando la plataforma de servicios del Estado (comisarías, escuelas, centros de salud); rehabilitar vías de acceso, mercados; fomentar la participación política y gobernabilidad con las juntas vecinales y los comités de productores, entre otros.

DEVIDA ingresó al Monzón tras 40 años de olvido. Hoy es una población que camina hacia la inclusión y es nuestra obligación el procurarle seguridad, paz y desarrollo, acompañándola en ese proceso y, con ello, contribuir al mandato presidencial de reducir la pobreza y la superficie ilegal de sembríos de coca.

Entre otros actores públicos tenemos al Ministerio de Agricultura MINAGRI a través de la Dirección General de Competitividad Agraria (DGCA) hoy Dirección General de Negocios Agrarios (DIGNA), en coordinación con el SENASA, INIA y AGRORURAL y el Programa Nacional de Conservación de Bosques para la Mitigación del Cambio Climático.

La presencia del gobierno a través de diferentes niveles e instituciones es importante ya que será un facilitador del proceso. Deberán permitir la facilitación del proceso de articulación, es decir, convocar, y firmar convenios de cooperación interinstitucional, brindar asistencia técnica especializada a las comunidades del valle del Monzón, entre otros. En una etapa más avanzada, donde los productores de las comunidades se encuentran insertos en el mercado, estos podrán acceder

a créditos de la banda de fomento agrario. Para una fase inicial del proceso de articulación no se recomienda la solicitud de financiamiento a entidades crediticias.

Los gobiernos regionales y locales, a través de distintos proyectos de inversión pública también se convierten en agentes impulsores de la articulación comercial de los productores. Sin embargo, en este caso es importante considerar la coordinación u uniformización de criterios para la realización de proyectos productivos. En general, se recomienda que los proyectos productivos que se impulsen desde los gobiernos regionales o locales deban incorporar criterios de mercado que respondan a las características de la demanda actual. La participación de los actores públicos es de suma importancia dentro del esquema de articulación comercial propuesta.

4.5.2. Sector privado y cooperativo

Estos actores representados por empresas comercializadoras y cooperativas juegan un rol importante dentro del proceso de encadenamiento de los productores con el mercado nacional e internacional. La articulación entre los productores y cooperativas o empresas deberá basarse en elementos de confianza y compromiso de ambas partes. Los incentivos para las empresas serían comercializar un producto con mayor valor agregado al ofrecer sus productos, tener un reconocimiento por ser empresa con producción certificada a nivel local e internacional y contar con el respaldo u auspicio del Estado por ser empresa reconocida al promover buenas prácticas agrícolas. La Cooperativa Agroindustrial Naranjillo es una de las empresas privadas de más arraigo en la zona del valle del Monzón; sin embargo entre pequeñas empresas y asociaciones son más de 10 las que pueden encontrarse en la zona informando a los productores sobre los beneficios de asociarse y participar de diversas actividades tendientes a conseguir mejores condiciones en la venta de sus productos.

4.6. PROPUESTAS PARA FOMENTAR RELACIONES MÁS EXITOSAS ENTRE PRODUCTORES Y MERCADO

Con el objetivo de alcanzar relaciones de articulación efectiva y beneficiosa para todos los actores, que no necesariamente se limitan a los productos de cacao, se propone:

Productos:

- Rehabilitar y renovar las plantaciones de café y cacao con clones de alta productividad y resistencia a plagas y enfermedades
- Mejorar el manejo de post-cosecha mediante un programa integral de asistencia técnica y capacitación con expertos nacionales e internacionales, articulado a través de las Organizaciones de Productores para su posterior divulgación a los agricultores
- Establecer un sistema de control y certificación de calidad del grano de café, cacao y derivados
- Desarrollar capacidades de liderazgo para facilitar la organización empresarial de productores
- Conocer los aspectos técnicos del cultivo, siendo el cacao y el café cultivos que en los sistemas en que se encuentra como cobertura vegetal permite además conservar el suelo y resulta ser más resistente a inundaciones que otras especies.
- Desarrollar talleres in situ sobre prevención, prospección, identificación y control de enfermedades o Identificar, transferir y aplicar material genético de café y cacao de alta productividad y tolerantes a las principales enfermedades que afectan a éstos cultivos
- Establecer la estrategia de producción diversificada con los cultivos de cacao y café, por un lado disminuye los riesgos comerciales de la explotación agrícola así como el riesgo de incidencia de plagas y enfermedades, que son más frecuentes en modelos de monocultivo.
- Realizar campañas de promoción del café y cacao del valle del Monzón tanto a nivel nacional e internacional, estableciendo una marca.
- Promover y fortalecer asociaciones de productores en la producción y en la negociación reduciendo la desconfianza de las comunidades.

- Fomentar la asociatividad de los productores con la finalidad de reducir costos de transporte.
- Efectuar pasantías o intercambios de productores comunales a fin de conocer experiencias exitosas en el ámbito de producción, comercialización y transformación.

Mercado:

- Apoyar a la formación de cadenas productivas, incorporando a los pequeños productores de cacao a empresas industriales de alimentos exitosas
- Promover la creación de empresas agroindustriales con estándares de calidad dedicadas a la transformación del cacao y café en zonas con potencial de desarrollo del valle-
- Es necesario fomentar esquemas de financiamiento formales que consideren características propias de las comunidades para que los productores puedan contar respaldo financiero para enfrentar una campaña y así asegurar los recursos para la producción. Este aspecto puede ser abordado por los productores interesados en trabajar con cadenas productivas y dispuestas a apoyar a productores.
- Establecer convenios con brokers en Europa y EEUU dedicados exclusivamente a la promoción de estos productos
- Establecer alianzas estratégicas y fomentar la asociatividad entre productores, agroindustriales y exportadores, promoviendo la firma de contratos de abastecimiento a largo plazo
- Existencia de mayor acceso a fuentes crediticias formales de los productores de cacao, brindando asesoría debido a reducidas áreas que conducen, dificultad para sustenta la propiedad, inexistencia de planes de negocio y asociatividad.
- Promover mecanismos que brinden mayor acceso a información relevante sobre las tendencias del mercado de productos, de tal forma que los productores puedan tomar decisiones informadas sobre sus planes de siembra y otras actividades.

- Brindar información a todos los productores sobre los mecanismos de articulación con los mercados. En la figura 32 se resume los drivers de valor para los productores de café y cacao del valle del Monzón con articulación comercial.

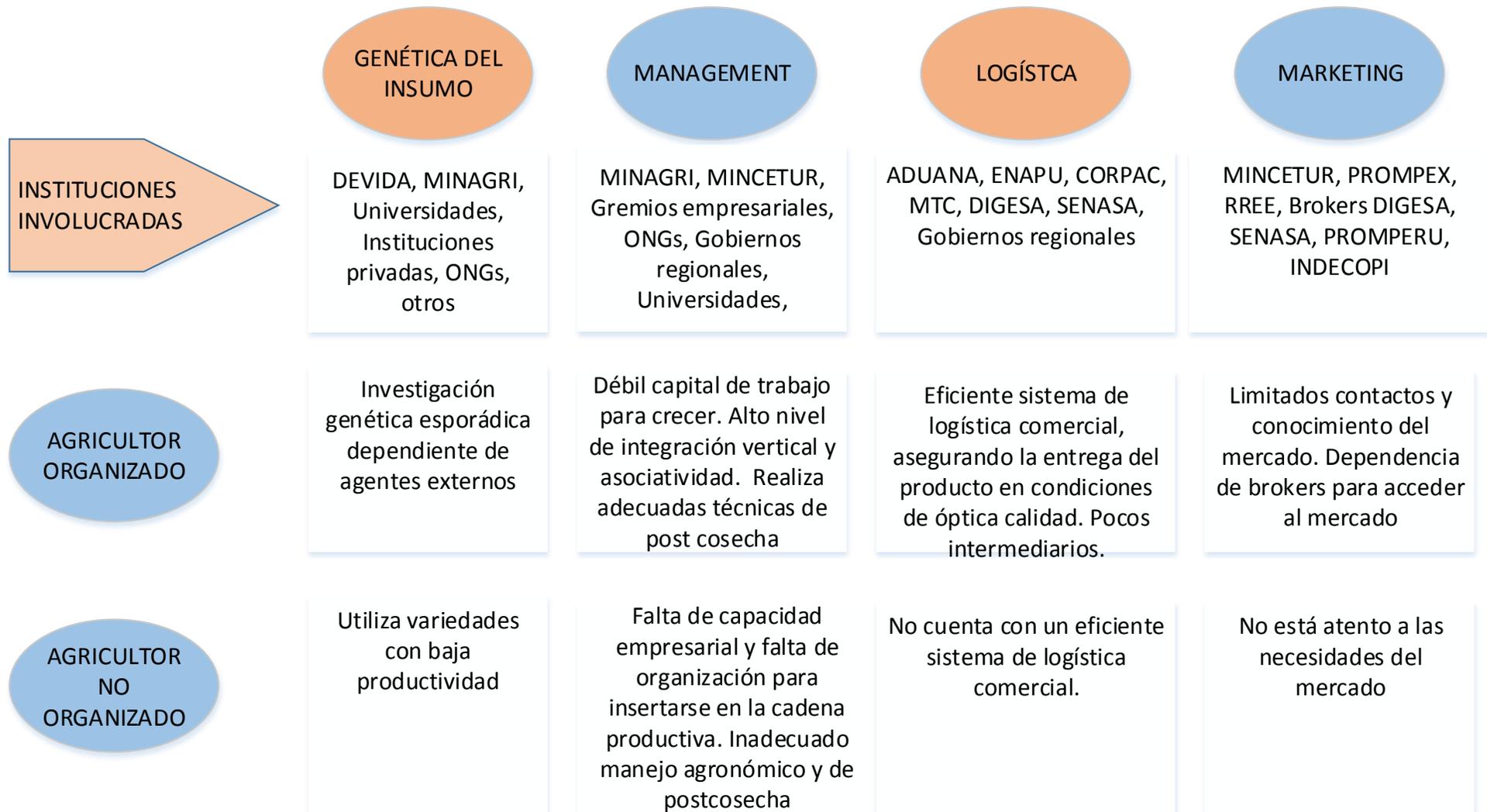


Figura 32. Drivers de valor para los productores de café y cacao del valle del Monzón con articulación comercial.

CONCLUSIONES

De acuerdo a nuestros objetivos y resultados llegamos a las siguientes conclusiones:

- El valle del Monzón cuenta con 23 comunidades representativas: Chipaquillo – Catalan, Chipaquillo- Milagros, Chipaquillo- sector 2 Chipaquillo- sector 3, 15 de octubre, Agua blanca, Cachicoto- barrio claveles, Camote, Corvinilla alta, Corvinilla baja, Jorge Chávez, La granja, Manchuria- sector Manchu, Matapalo, Palo acero, Palo acero- pueblo joven, Palo de acero – Guillermo, Palowimba, Paujil, Piedra ancha, Puerto María Almendra, Rio Espino, Sachavaca- sector Leoncio, Shianca, Shitari, Soledad, Tazo grande y Pozo rico. La información reportada de estos 23 ámbitos es de 4,342 pobladores distribuidos en 1,402 familias, en un 91% tienen como actividad principal la agricultura, destacándose algunos cultivos como plátano, cacao, café, yuca, maíz entre otros, siendo comercializados en el mercado local el 28% de éstos. En los cultivos principales destacan los sembríos de café en 511 Ha, cultivadas por 632 familias, 424 Ha de cultivo de cacao, trabajadas por 361 familias y, 302 ha de plátano, trabajadas por 441 familias, han priorizado sus necesidades, principalmente en cuanto a consumo de agua segura, manejo de cultivos y suelos para controlar y prevenir las plagas como la roya que afecta el café y la moniliasis al cacao, asimismo para recuperar suelos degradados. Los pobladores son de origen andino, y manifiestan aún un significativo desconocimiento del manejo racional del bosque húmedo tropical, además un gran segmento poblacional no radica en forma permanente sino que migra periódicamente a zonas de sierra y/o más altas, lo cual se ha constituido en un factor limitante para alcanzar un sentido de apropiación del territorio y la construcción de opciones y saberes por parte de la población, que permitan realizar actividades productivas económica, social y ecológicamente sostenibles. La extensión requerida para generar una economía capaz de satisfacer las necesidades primarias de la población asentada, obligó a la población a intervenir tierras marginales para instalar cultivos de café, cacao, arroz, maíz, frutales, etc., lo cual no ha permitido alcanzar un desarrollo económico esperado. Con el incremento de la demanda del narcotráfico, a partir de los años 70´ el cultivo de la coca se expande a lo largo de toda la

cuenca predominando en toda el área. Sin embargo en todo este proceso, los ingresos generados por la coca, no han significado una mejor calidad de vida del poblador, ya que continúan las deficiencias en los rubros salud, educación, alimentación, vivienda, agua, energía.

- En el valle del Monzón, existen factores sociales, culturales, comerciales y de infraestructura que imposibilitan la articulación comercial efectiva en la cadena productiva del café y cacao de los productores de las comunidades analizadas. En relación a la variable social, lo más relevante es la existencia de una incipiente y débil asociatividad, que conlleva a pérdida de poder de negociación, la migración periódica, lo cual se ha constituido en un factor limitante para realizar actividades productivas económica, social y ecológicamente sostenibles. La presencia de intermediarios en el proceso de negociación está marcada por una asimetría de información relevante para el productor, muchos productores están endeudados con los comercializadores por adelantos solicitados para la campaña. Otros factores que limitan el proceso de articulación a los mercados por parte de los productores de las comunidades podemos mencionar: escasa tecnificación, no se cuenta con semillas certificadas para la producción, mínimos conocimientos sobre el manejo agronómico y orgánico del cultivo, no existen los mecanismos que permitan articular de manera más eficaz a los pequeños productores de café y cacao con las cooperativas agrarias y asociaciones que existe en la zona.
- El potencial productivo de las comunidades es importante, que, aunado a la demanda creciente por estos productos tanto del mercado local como internacional configuran un escenario con amplias posibilidades. Las tendencias a nivel internacional respecto al consumo de café y cacao están orientadas hacia productos que cuenten preferentemente con certificación orgánica, a nivel mundial el consumo de este tipo de productos con características especiales ha ido aumentando, situación que favorece a las comunidades productoras de este tipo de productos. La demanda mundial de cacao y café sigue mostrando un crecimiento significativo, con un potencial considerable para más aumentos en el futuro. Un mayor número de mercados maduros, como por ejemplo la Unión Europea, son relativamente estables,

mientras que los mercados emergentes, en especial África y Asia, registran aumentos importantes, aunque desde una base relativamente baja.

- La propuesta esbozada para superar las limitantes y mejorar las capacidades en gestión comercial de los productores comunales está basada en el fortalecimiento de asociaciones de productores en temas relacionados la negociación, acceso a información, venta en forma asociada para la reducción de los costos de transporte; fomento de esquemas de financiamiento formales que consideren características propias de las comunidades para que los productores puedan contar con respaldo financiero para enfrentar una campaña, promoción de mecanismos que brinden mayor acceso a información relevante sobre las tendencias del mercado, realizar pasantías o intercambios de productores comunales a fin de conocer experiencias exitosas en el ámbito de producción, comercialización y transformación, y brindar información a todos los productores sobre los mecanismos de articulación con los mercados.
- La estrategia de articulación propuesta deberá basarse como mínimo en los siguientes elementos fortalecer la organización comunal y la producción de café y cacao en las comunidades bajo estudio por ser una dinámica económica productiva a nivel local, sensibilizar a los productores sobre la importancia de articularse, contar con asistencia y capacitación productiva continua, incluir los criterios de conservación, uso sostenible de la biodiversidad, distribución equitativa de los beneficios y respeto de los valores culturales de las comunidades.
- La presencia significativa de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA y de otros actores como el Ministerio de Agricultura y Riego en el valle del Monzón, financiando actividades de fortalecimiento técnico en las comunidades sirven de soporte para la implementación de la estrategia propuesta.

SUGERENCIAS

De acuerdo a nuestros resultados y conclusiones planteamos las siguientes sugerencias:

- En el Perú, hay una diversidad de actores que forman parte de la cadena productiva del café y cacao: Ministerio de Agricultura, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerio de la Producción, Presidencia del Consejo de Ministros, Asociación Peruana de Productores de café, Asociación Peruana de Productores de cacao, la cooperación internacional, y empresas procesadoras y comercializadores, y en el valle del Monzón se percibe un creciente interés, por parte de los productores, en participar en cadenas de valor o clúster considerando la ventaja que se obtiene en el precio, pero también en lo correspondiente a servicios adicionales que mejoran la productividad. En este sentido, es necesario que DEVIDA como principal actor en esta zona y los gobiernos locales promuevan la articulación comercial.
- La demanda mundial del café y cacao ha crecido es cierto para nuestro país, pero no necesariamente por problemas de los principales países ofertantes sino porque nosotros estamos dando a conocer el producto como café y cacao peruano como productos en el mercado diferenciado, lo que deriva, a su vez, en una mayor demanda por granos especiales. Por ello, se debe impulsar con mayor ímpetu este tipo de mercado.
- Tener un enfoque integral, sustentado en principios de biocomercio y orientado hacia el mercado, ofrece la oportunidad de estimular una nueva generación de negocios verdes capaces de contribuir con la agenda de desarrollo sostenible que busca la región. El apoyo a actividades empresariales que generen un bien o servicio a partir del uso sostenible de la biodiversidad, en este caso asociadas al café y cacao, bajo buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, se convierte en una oportunidad para el desarrollo sostenible de la región.
- Es necesario fortalecer los conocimientos en temas de mercados diferenciados, producción orgánica, comercio justo, y asociatividad, involucrando a las diferentes instituciones que acceden al valle del Monzón.

- Se sugiere promover otras investigaciones vinculadas a la producción de café y cacao con la finalidad de profundizar los aspectos de producción y comercialización de sus productos, las cuales puedan ser consideradas por instituciones del Estado, privadas, empresas y cooperaciones internacionales para articular la comercialización de éstos cultivos.
- Desde los Gobiernos regionales y locales se deben orientar inversiones en infraestructura vial para mejorar la competitividad del sector cafetalero y cacaotero para generar ahorros en costos de transporte”.
- Es necesario la gestión de “incentivos de carácter tributario a las organizaciones de pequeños productores cafetaleros y cacaoteros dedicados a la producción orgánica y certificada.
- Es necesario fortalecer los conocimientos en temas de mercados diferenciados, producción orgánica, comercio justo, y asociatividad, involucrando a las diferentes instituciones que acceden al valle del Monzón.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA 2013a. Diagnóstico socio económico y ambiental de la cuenca baja del valle del río Monzón. Dirección de promoción y Monitoreo. Lima, Perú.
2. Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA. 2013b. Desempeño Comercial de las Empresas Promovidas por el Desarrollo Alternativo Perú, 2012. Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito – UNODC, Comisión Nacional. Lima, Perú.
3. Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas- DEVIDA. 2015. Recuperando el Monzón. Observatorio Peruano de Drogas. Lima, Perú.
4. Arana O., E.A. 2014. Identificación y análisis de limitantes que enfrentan las comunidades nativas de Anapate y Coriteni Tarso en la selva central, para articularse eficientemente en la cadena productiva de cacao. Propuesta de estrategia de articulación comercial. Tesis presentada para optar el grado académico de magíster en biocomercio y desarrollo sostenible. Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
5. Matías Estela Vega-Christie 2012. El caso de la cooperativa agraria industrial Naranjillo (coopain): expresión de biocomercio en el Perú. Tesis presentada para optar el grado académico de magíster en biocomercio y desarrollo sostenible. Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
6. Trigos Panduro, Wander (2014), La rentabilidad del cacao en la Provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín. Universidad Agraria de la Selva. Tesis presentada para optar el grado académico magíster en Ingeniería de Recursos Hídricos, Ingeniería Ambiental, y Gestión y Auditoría Ambiental Universidad Nacional Agraria de la Selva. Tingo Mar, Perú.
7. Carla Queirolo Bobadilla (2010), “Promoción del consumo Interno del café en el Perú: lineamientos de estrategia”. Tesis presentada para optar el grado académico magíster en biocomercio y desarrollo sostenible. Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

8. Pereyra, D. 2010, Rentabilidad del cacao, café, palma aceitera en la provincia de Tocache, Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto – Perú.
9. Cuaderno de comercio justo Número 1 Mayo 2012 Edición: Coordinadora Estatal de Comercio Justo (www.comerciojusto.org). Madrid, España.
10. Pereyra, D. 2010, Rentabilidad del cacao, café, palma aceitera en la provincia de Tocache, Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto – Perú.
11. Diario Oficial de las Comunidades Europeas. 2002. Reglamento (CE) N° 178/2002 del Parlamento Europeo y el Consejo. Bruselas: Unión Europea. Recuperado el 1 de agosto de 2014 de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:031:0001:0024:ES:PDF>
12. Estela V., C. M. 2012. El caso de la Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (Coopain): expresión de biocomercio en el Perú. Tesis para optar el grado de Magíster en Biocomercio y Desarrollo Sostenible, Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
13. García Carrión, L. F. 2012. Catálogo de cultivares del Perú (1.ª reimp.). Ministerio de Agricultura / Devida. Lima Perú.
14. Herrera R., R. 2012. El cacao en el Perú. Lima, Asociación Internacional Cocoa Organization –ICCO– (2012). La economía cacaotera mundial: pasado y presente. Londres: International Cocoa Organization, 16p.
15. Hoeflich, V. 2000. Material Didático do Curso de Pós-Graduação em Agronegócio. Módulo IV. Curitiba: Universidad Federal de Paraná.
16. Lachenaud, P. 1997. Genetic/Taxonomic Structuring of the Theobroma cacao L. species – Fresh Hypotheses. INGENIC Newsletter, 3: 10-11.
17. Nuevas tendencias en el mercado internacional de cacao: oportunidades para el Perú como productor de cacao fino y de aroma, ICCO, oct 2015
18. Nadurille S., E. 2010. Cacao: cadena de valor de Costa Rica. San José: Instituto Interamericano para la cooperación en la agricultura, 25p.
19. Porter, M. E. (1988). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior (2.ª ed.). México, D. F.: Continental.

20. Rivadeneira, D. 2012 Comercialización. Consulta: 10 junio 2013. <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-yconceptos>.
21. Tudela M., J.W. 2006. Determinantes de la Producción Orgánica: Caso del Café Orgánico en los Valles de San Juan del Oro. Consorcio de investigación económica y social. Puno, Perú.
22. UNODC y DEVIDA 2014. Perú Monitoreo de Cultivos de Coca. Lima, Perú.
23. Vergara et al., Morelos G., J. & Fontalvo H., T. 2012. Medición del potencial de asociatividad entre las empresas empleando el método Mactor. *Global Conference on Business & Finance Proceedings*, 7(1): 884-893.
24. Watson, E. 1964. Comercio y Tendencial del mercado en los productos de la Región de la Selva Peruana. Programa de investigación para el desarrollo universal Agraria. Facultad de Ciencias Sociales. Lima-Perú.

NEXOS



Figura 34. Participantes del taller de identificación de problemática en el centro poblado de Caunarapa



Figura 35. Participantes del taller de identificación de problemática en el centro poblado de Maravillas



Figura 36. Participantes del taller de identificación de problemática en el centro poblado de Cuyaco



Figura 37. Participantes del taller de identificación de problemática en el centro poblado de Palo de Acero



Figura 38. Visita de trabajo de campo en el centro poblado de Cachicoto



Figura 39. Visita a campo en el caserío de Cachita

Figura 40. Mapas de capacidad de uso mayor de suelos del distrito de Monzón

