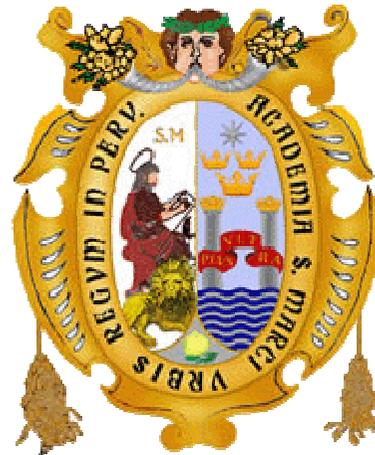


UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Vicerrectorado de Investigación

Facultad de Ciencias Económicas

Instituto de Investigaciones Económicas



XVII SEMINARIO TALLER DE INVESTIGACION ECONOMICA

“Hacia un crecimiento económico sostenido de la economía peruana”

Junio 2014

Tema de investigación

La producción de cacao y su efecto en la
comercialización internacional



Equipo de investigación

- Pedro Barrientos Felipa Investigador Responsable del Proyecto
- Gaby Cortez de Uceda Profesor. Miembro A
- Rogelio Macines Romero Profesor. Miembro A
- Cesar Sanabria Montañez Profesor. Miembro A
- Antonio Lama More Profesor. Colaborador
- Carmen Huamaní Gallegos Alumna PreG. Colaboradora
- Nuria Rodríguez Córdova Alumna PreG. Colaboradora



Importancia de la cadena de valor

Un reciente cultivo que en Perú se le está dando importancia es el de la producción de cacao, el que se lleva a cabo de través de pequeños productores, en algunos casos integrados a través de la asociatividad o en esfuerzos de empresarios independientes, quienes a su vez están en la búsqueda de formar cadenas de valor o clusters.



El cacao es apreciado por su sabor y sus beneficios nutritivos. La comercialización del cacao es influida por la demanda de productores de chocolate que se ubican en Europa –los más importantes- a pesar de que este fruto es de origen americano. La potencialidad es expectante, al integrarse a la cadena de consumo países emergentes como China e India.



Característica de la producción

Localmente, se ha producido de manera espontánea y desordenada por pequeños agricultores, con poca articulación económica afectando esto su integración al mercado global que cada día requiere productos –elaborados en base a cacao- más sofisticados., creando así un mercado ajeno a lo que se comercializa como commodities.



El Perú en el mundo del cacao

Perú produce apenas el 1% del cacao que se negocia en el mundo, sus granos no son comunes, y ahí comienza a generarse su ventaja competitiva. Las expectativas han. El crecimiento de los grandes países consumidores es una promesa de que el cacao tiene posibilidades de tener éxito y que debe ser aprovechado para mejorar la calidad de vida de los productores.



EL COMERCIO DEL CACAO



Los tipos de commodities y las tendencias actuales

Una clasificación inicial de los commodities puede ser en identificarlos en tres grupos: agrícolas, energía y metálicos. A los productos agrícolas también se le conoce como “soft commodities” .

Con las nuevas tendencias de consumo han comenzado a aparecer productos que como categoría deben pertenecer a los commodities pero que por sus propias características diferenciadas se negocian fuera de los centros comerciales habituales.



Exportaciones por grupos de productos

Estructura porcentual

Sector	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Pesqueros	9.0	8.6	7.5	5.6	5.2	5.8	6.2	5.3	4.5	5.0
Agrícolas	2.5	2.5	1.9	2.4	1.6	2.2	2.4	2.7	3.6	2.4
Mineros	51.6	55.6	56.4	61.8	62.1	58.4	60.8	61.1	59.1	56.8
Petróleo y gas natural	6.8	5.0	8.8	7.6	8.2	8.6	7.1	8.7	10.2	10.9
TRADICIONALES	69.9	71.7	74.6	77.4	77.1	75.0	76.5	77.8	77.5	75.1
NO TRADICIONALES	28.8	27.2	24.6	22.2	22.5	24.4	22.9	21.5	21.9	24.2
OTROS	1.3	1.1	0.8	0.4	0.4	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



Hay que buscar nuevas alternativas

“Ahora que los precios han caído, la economía peruana está en peligro. Tanto los líderes del sector privado como los gobernantes peruanos tienen que encontrar formas de evitar que el país caiga en serios problemas. Ahora, más que nunca, Perú y todos los demás países de América latina requieren un manejo inteligente y ágil de sus economías. Es el momento de para nuevas formas de pensar”. (Colburn, p. 49)



Exportaciones por grupo de productos Estructura porcentual (%)

Sector	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Pesqueros	9.0	8.6	7.5	5.6	5.2	5.8	6.2	5.3	4.5	5.0
Agrícolas	2.5	2.5	1.9	2.4	1.6	2.2	2.4	2.7	3.6	2.4
Mineros	51.6	55.6	56.4	61.8	62.1	58.4	60.8	61.1	59.1	56.8
Petróleo y gas natural	6.8	5.0	8.8	7.6	8.2	8.6	7.1	8.7	10.2	10.9
TRADICIONALES	69.9	71.7	74.6	77.4	77.1	75.0	76.5	77.8	77.5	75.1
NO TRADICIONALES	28.8	27.2	24.6	22.2	22.5	24.4	22.9	21.5	21.9	24.2
OTROS	1.3	1.1	0.8	0.4	0.4	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

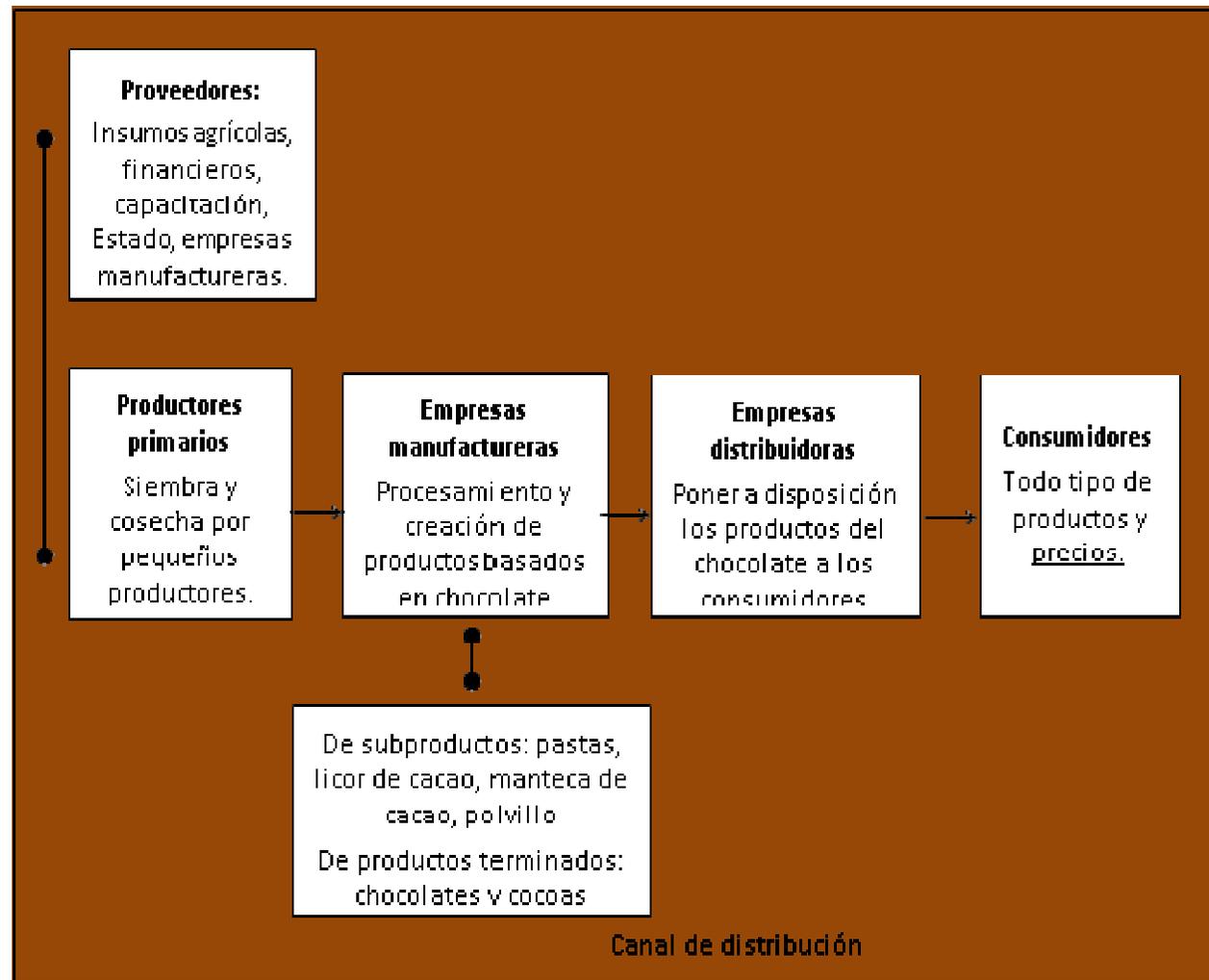


El cacao en el mundo de los commodities

El cacao también es un commodity pero por el volumen de producción todavía no tiene una representación en la economía del país; sin embargo, si tiene una influencia social, considerando que la producción es llevada en los campos de pequeños agricultores que están recibiendo apoyo de instituciones públicas y privadas, mejorando así su calidad de vida.



Cadena de provisión, producción y distribución



El cacao en la economía mundial

La producción de cacao se da en pocos países. ICCO (2012, p. 32) expone que los principales productores a nivel mundial son, -en el período 2011/2012, Costa de Marfil con 1410 mTM, Ghana con 890 mTM e Indonesia con 500 mTM, los tres países produjeron el 86.2 % del total. En América Latina los principales productores fueron Brasil con 190 mTM y Ecuador con mTM; Perú logró 50 mTM. Es sencillo, concluir 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.

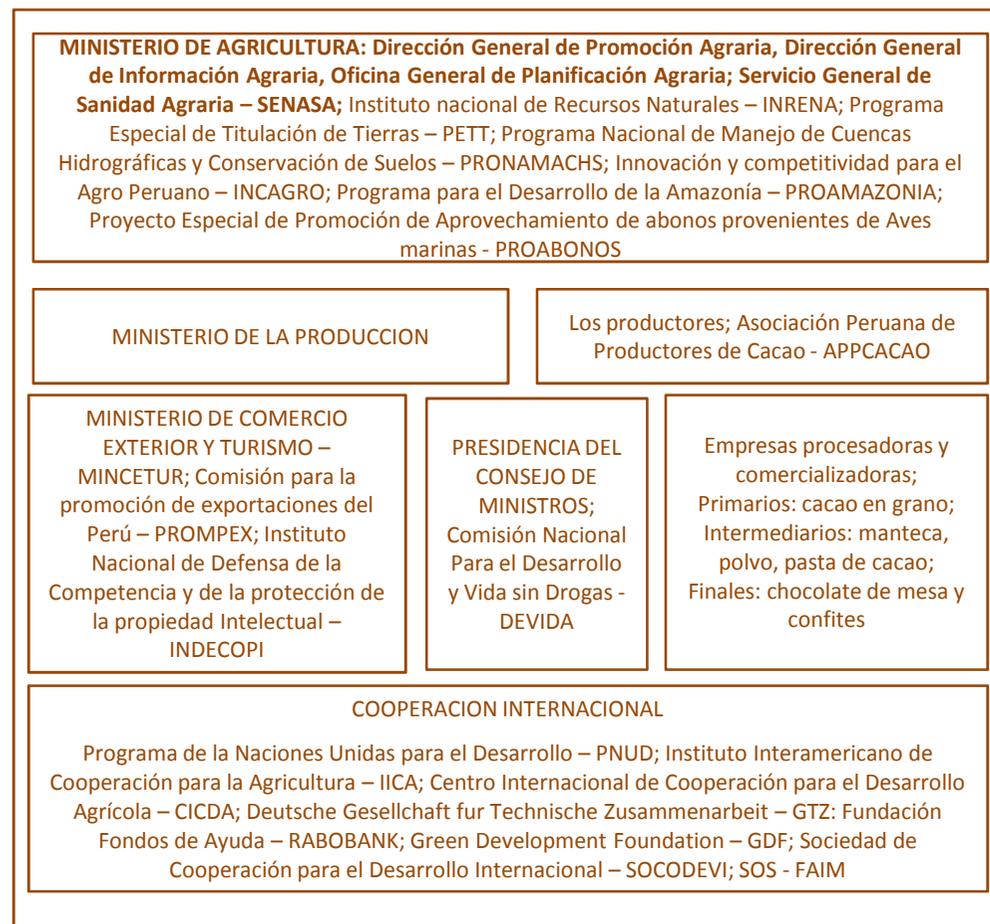


Producción por principales productos agrarios de exportación

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Café	188.6	273.2	226.0	273.8	243.5	279.2	327.9	304.1
Caña de azúcar	6,304.1	7,245.8	8,228.6	9,396.0	9,936.9	9,857.9	9,884.9	10,369.3
Maíz A. Duro	999.3	1,019.8	1,122.9	1,231.5	1,273.9	1,283.6	1,260.1	1,395.7
Algodón Rama	207.3	213.4	215.4	167.4	96.0	63.8	122.0	111.3
Espárrago	206.0	260.0	284.1	328.4	313.9	335.2	392.3	415.9
Uva	169.5	191.6	196.6	223.3	264.4	280.5	296.9	359.6
Aceituna	54.6	52.5	52.4	114.4	7.2	75.0	73.1	92.5
Mango	235.4	320.3	294.4	322.6	167.0	454.3	351.9	167.5
Cacao	25.3	31.5	31.4	33.7	36.8	46.6	49.7	57.9
Palta	103.4	113.3	121.7	136.3	157.4	184.4	213.7	250.3
Palma Aceitera	199.9	236.4	238.4	246.4	268.3	291.8	359.8	518.3
Marigold	122.7	53.7	21.6	9.6	6.8	7.3	23.6	41.9
Orégano	5.7	6.1	7.2	9.6	11.2	11.4	12.1	11.5
Té	4.2	4.8	3.6	4.0	3.2	3.2	3.2	3.4



Los actores en el cacao peruano



- La mayoría de los productores de cacao son pequeños productores con menos de 5 has.
- 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.
- 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.
- 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.

Características de los productores peruanos



Producción de granos de cacao Principales países (miles de tm)

	2007/08	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012
AFRICA	2,680.2	2,516.4	2,486.0	3,225.7	2,826.0
Camerún	181.8	223.6	208.5	228.5	210.0
Costa de Marfil	1,382.4	1,223.2	1,242.3	1,511.3	1,410.0
Nigeria	220.0	250.0	235.0	240.0	220.0
Togo	111.0	105.0	101.5	142.0	30.0
AMERICA	466.1	478.4	516.4	559.3	574.4
Brasil	170.5	157.0	161.2	199.8	190.0
Ecuador	118.0	135.0	149.8	160.5	175.0
México	27.5	23.0	27.0	20.0	20.0
Perú	32.5	36.2	42.9	54.3	50.0
ASIA Y OCEANIA	590.6	597.7	633.0	523.9	590.0
Indonesia	485.0	490.0	550.0	440.0	500.0
TOTAL MUNDO	3,737.0	3,592.6	3,635.4	4,308,.9	3,990.4



EL EFECTO DE LA COMERCIALIZACION INTERNACIONAL



Se está generando una producción desde las posibilidades del Perú, aprovechando una ventaja que tiene el grano local. Hay una acción de emprendimiento internacional, a nivel de Estado, que tiene como una arista la lucha contra el narcotráfico. Peng (2012, p. 300) define este tipo de emprendimiento como “una combinación de comportamiento innovador y proactivo y de búsqueda de riesgos que cruza las fronteras nacionales y que se pretende que genere la riqueza en las organizaciones”.



	Fortalezas	Debilidades
AMBIENTE INTERNO	<p>Condiciones edafoclimáticas y agroecológicas favorables</p> <p>Diversidad de genotipos adaptados a las zonas de producción</p> <p>Condiciones naturales aparentes para desarrollo de plantaciones en sombra.</p> <p>Generador de mano de obra principalmente familiar que posibilita el desarrollo rural.</p> <p>Presencia de agricultores con experiencia en el cultivo y conocimientos prácticos para mejorar calidad del producto.</p> <p>Existencia de biodiversidad de flora y fauna que proveen bienes y servicios ambientales de gran valor.</p> <p>Potencial sostenible de plantaciones con sistemas agroforestales.</p> <p>Mercado local asegurado por disponibilidad de capital de empresas comercializadoras para compra de cacao en grano.</p> <p>Existencia de plantas para la transformación agroindustrial.</p> <p>Presencia de empresas familiares para la transformación y generación de valor agregado (chocolate para taza).</p>	<p>Desconfianza y desinformación para organizarse.</p> <p>Productores con limitado acceso a servicios financieros y créditos.</p> <p>Predominancia de productores individuales en micro unidades productivas, con poco nivel de organización.</p> <p>Limitada articulación e integración de instituciones públicas, privadas y gobiernos locales.</p> <p>Limitada infraestructura vial a centros de producción.</p> <p>Limitado empleo de plantones sanos y vigorosos que provengan de viveros certificados.</p> <p>Bajos niveles de educación y adopción de tecnologías mejoradas, de estándares de calidad en todo el proceso, principalmente en poscosecha.</p> <p>Limitado número de productores aplican manejo integrado de plagas y enfermedades.</p> <p>Limitada infraestructura para manejo de poscosecha.</p> <p>Elevado nivel de informalidad en la comercialización.</p>

Matriz FODA: Fortalezas y habilidades



	Oportunidades	Amenazas
AMBIENTE EXTERNO	<p>El cacao es un sustituto importante de las actividades ilícitas.</p> <p>Arancel Preferencial Andino para ingresar a Estados Unidos y países de la Unión Europea.</p> <p>Genera empleo descentralizado sobre la base de uso intensivo de mano de obra.</p> <p>Creciente interés mundial por la conservación de biodiversidad y servicios ambientales.</p> <p>Existencia de planes de capacitación específicos para jóvenes.</p> <p>Crisis social en países como Costa de Marfil y Ghana.</p> <p>Creciente segmentación de mercados (orgánicos, fairtrade).</p> <p>Draw back permite sustitución de derechos arancelarios equivalentes a 5 % del valor FOB de exportaciones.</p> <p>Producción nacional orientada a empresas transformadoras (agroindustria).</p> <p>Existencia de cooperación internacional, ONG's, y otras instituciones que brindan servicios empresariales.</p>	<p>Incremento de las plagas y enfermedades por la falta de control sanitario no controlables.</p> <p>Estrategias de ventas de competidores de diferenciación de productos por precios antes que por calidad.</p> <p>Uso político de agricultores en huelgas y reclamos por prebendas, exoneraciones y solicitud de paternalismo.</p> <p>Inestabilidad política y social por narcotráfico y terrorismo.</p> <p>Alta volatilidad y fluctuación de precios internacionales.</p> <p>Incremento continuo de las importaciones.</p> <p>Vulnerabilidad frente a fenómenos naturales y efectos del cambio climático.</p> <p>Incertidumbre e inestabilidad en la política nacional.</p> <p>Recesión mundial y contracción de la demanda de productos derivados por sustitutos.</p> <p>Creciente migración que se ubica en áreas de protección forestal.</p>

Matriz FODA: Fortalezas y habilidades



El Perú y el cacao

El momento que vive el Perú en su desarrollo comercial internacional explica el momento que debe considerarse para evaluar alternativas de cómo seguir desarrollando esta actividad. Es necesario hacerlo porque en el comercio internacional hay una diversidad de proveedores de diversos países lo que explica que se actúa con una competencia intensa. Las condiciones para que los productores locales vendan su productos y los posicionen se inicia dentro de sus fronteras.



Conclusiones

1. Los commodities tienen influencia en las economías de los países poco desarrollados como es el caso del Perú, representando –en promedio- el 75.0 % del total de sus exportaciones, siendo su rubro de mayor dinámica lo relacionado a los minerales.
2. Perú participa en el mercado de los commodities agrarios con tres productos: algodón, azúcar y café.
3. La producción de cacao en los países productores se identifica porque esta se realiza a través de pequeños productores.
4. Los demandantes más importantes, son empresas relacionadas a la producción de chocolate, en donde el cacao es su insumo más importante.
5. La expectativa del crecimiento de la industria chocolatera, que implica mayor demanda de cacao, está en el potencial de países emergentes como China e India.



Conclusiones

6. El cacao tiene dos vertientes comerciales, la que se comercializa a través de las Bolsas de valores y aquella que se realiza a través de cadenas independientes en el cual el trato es de productor a comprador, sin la intermediación de organismo comercial alguno.
7. Los países productores están haciendo esfuerzo por disminuir la exportación en grano, promoviendo que se de valor agregado en las comunidades locales.
8. El éxito del cacao peruano está en la formación de cadenas de valor, considerando que todos los eslabones son importantes.
9. 9. El cacao peruano tiene la categoría de Producto bandera, convirtiéndose en un producto de reciente importancia de la capacidad exportadora. Entre el período 2012/2005 ha tenido un crecimiento de 128.9 %.
10. 10. Hay 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.



Recomendaciones

1. Lo que está ocurriendo en los países productores importantes de cacao crea una oportunidad que puede ser aprovechada para desarrollar el cultivo de cacao en Perú, motivo por el cual se debe consolidar la estrategia que se ha planteado al respecto.
2. Se tiene que insistir en la producción de un cacao de aroma, considerando que es el grano en el cual los productores peruanos tienen ventaja en el mercado internacional. Asimismo, se deben hacer esfuerzos en la investigación de como mantener o mejorar el grano, así como su productividad.
3. Fortalecer la cadena de valor que asegure la compra de la producción, y sostenga la calidad del producto (grano) como una cultura de producción. La cadena de valor que se ha formado al respecto ayuda a consolidar a los pequeños productores.



Gracias

