



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE CACAO
ORGÁNICO POR PARTE DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
EN LA PROVINCIA DE MARAÑÓN–HUÁNUCO**

PRESENTADA POR

**MIRIAM CÁSTULA ROCHA CALDERÓN
VERENIRSSE DANAEE TAFUR MARENGO**

ASESOR

RAFAEL MAURICIO RAMIREZ ARROYO

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

Las autoras sólo permiten que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS

**FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE CACAO
ORGÁNICO POR PARTE DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES EN
LA PROVINCIA DE MARAÑÓN – HUÁNUCO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

**MIRIAM CÁSTULA ROCHA CALDERÓN
VERENIRSSE DANAEE TAFUR MARENGO**

ASESOR

DR. RAFAEL RAMIREZ ARROYO

LIMA, PERÚ

2018

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mis queridos padres Nelson y Elina por el apoyo incondicional que me han brindado, por creer en mí y guiarme siempre por el camino correcto para hacer de mí una mejor persona.

Miriam Cástula Rocha Calderón

Este trabajo de investigación está dedicado en primer lugar a Dios por permitirme llegar a esta instancia, a mis padres Daniel y Rosa Luz por haber confiado en mí y por su apoyo incondicional durante toda mi carrera universitaria, finalmente, a mi abuela Rosalinda por ser mi motivación para culminar mi tesis.

Verenirsse Danaee Tafur Marengo

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo es producto del apoyo incondicional de gratas e importantes personas que lo hicieron posible.

En primer lugar, agradecer a la Universidad de San Martín de Porres por ser nuestra alma máter y por habernos brindado todos los conocimientos y experiencias necesarias para desempeñarnos eficientemente en el ámbito laboral.

Gracias a los profesores Dr. Rafael Mauricio Ramírez Arroyo y al Mg. José Alberto Saavedra Quiroz por orientarnos, asesorarnos y motivarnos a lo largo de esta investigación, sobre todo por estar siempre dispuestos a ayudarnos y aconsejarnos.

Gracias al Ingeniero Agrónomo José Castas por facilitarnos la información y herramientas necesarias para hacer posible este trabajo de investigación.

Gracias al Gerente General de la Cooperativa Agroindustrial Paraíso, Ferly Anchagua y a su Presidente, Denis Dávila, quienes nos proporcionaron información sobre su organización y nos facilitaron la realización de las encuestas y entrevistas a los productores que son objetos de análisis.

Gracias a cada uno por contribuir a realizar nuestra tesis.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	iii
TABLA DE CONTENIDO	iv
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	vi
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la situación problemática	1
1.2. Formulación del problema	2
1.2.1. Problema general	2
1.2.2. Problema específico	3
1.3. Objetivos de la investigación	3
1.3.1. Objetivo general	3
1.3.2. Objetivo específico	4
1.4. Justificación de la investigación	4
1.4.1. Importancia de la investigación	4
1.4.2. Viabilidad de la investigación	5
1.5. Limitaciones del estudio	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.1.1. Antecedentes nacionales	7
2.1.2. Antecedentes internacionales	11
2.2. Bases teóricas	17
2.2.1. Provincia de Marañón – Huánuco	17
2.2.2. Asociatividad	20
2.2.2.1. Definición	20
2.2.2.2. Beneficios de la Asociatividad	21
2.2.2.3. Tipos de Asociatividad	23
2.2.3. Cacao	25
2.2.3.1. Ficha técnica	25
2.2.3.2. Producción y rendimiento	27
2.2.3.3. Exportación	33
2.2.3.4. Calidad Del Cacao Exportado	36
2.2.4. Financiamiento	37

2.2.5	Tecnología.....	39
2.2.6	Logística Internacional	41
2.2.6.1.	Cadena Logística.....	41
2.2.6.2	Estructura de Costos Logísticos	43
2.2.6.3	Precio nacional e internacional	50
2.2.7	Estrategias de marketing	53
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES		56
3.1.	Formulación de hipótesis principal y derivada	56
3.1.1.	Hipótesis general	56
3.1.2.	Hipótesis derivadas	57
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA		58
4.1.	Diseño metodológico	58
4.2.	Diseño muestral	59
4.3.	Técnicas de recolección de datos	60
4.4.	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	61
4.5	Aspectos éticos	61
4.6	Preguntas formuladas a productores y Cooperativa	62
CAPÍTULO V. RESULTADOS		63
5.1	Productores de Cacao.....	63
5.2	Cooperativas	75
CAPÍTULO VI. DISCUSIÓN.....		78
6.2	Propuesta para la exportación directa de cacao orgánico en la provincia de Marañón	87
CONCLUSIONES		91
RECOMENDACIONES.....		93
BIBLIOGRAFÍA		95
ANEXOS		104

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

Tabla 1. Tipos de Asociatividad Agrícola.....	23
Tabla 2. Ficha Técnica del Cacao	26
Tabla 3. Cuadro Comparativo de variedades del Cacao	27
Tabla 4. Producción de cacao en toneladas de la región Huánuco	28
Tabla 5. Empresas exportadoras de cacao orgánico en grano, crudo, excepto para siembra 2016.....	34
Tabla 6: Estructura de Costos Logísticos (en función al valor del producto)	43
Tabla 7. Costos en función al FOB (%)	44
Tabla 8. Componentes de los costos logísticos (Porcentaje)	44
Tabla 9. Tiempos logísticos	46
Tabla 10. Cotización del precio del cacao en dólares por tonelada.....	50

Índice de figuras

Figura 1: Zonas productores de cacao en Perú.....	18
Figura 2: Mapa geográfico de la provincia de Marañón.....	18
Figura 3. Tipos de Asociación Empresarial.....	24
Figura 4. Principales regiones productoras de cacao 2015	28
Figura 5: Distribución provincial de cosechas de cacao (%)......	29
Figura 6. Rendimiento de cacao por regiones productoras (kilogramos producidos por hectárea).	30
Figura 7. Relación producción y exportación de cacao en el Perú (En Toneladas).....	36
Figura 8: Cadena logística de exportación del cacao.	42
Figura 9. Certificaciones especiales para el cacao.	48
Figura 10: Precio promedio de cacao en chacra – Huánuco, en soles.....	52
Figura 11: Porcentaje de la distribución según el tipo de cacao.	64
Figura 12: Porcentaje de productores según el número de hectáreas en producción que poseen de cacao convencional.	64
Figura 13: Porcentaje de productores según el rendimiento en kilogramos por hectárea que poseen de cacao convencional.....	65
Figura 14: Porcentaje de productores según el número de hectáreas en producción que poseen de cacao orgánico.	66
Figura 15: Porcentaje de productores según rendimiento en kilogramos por hectárea que posee de cacao Orgánico.	67
Figura 16: Porcentaje de participación de productores de cacao en cooperativas.	68
Figura 17: Porcentaje de productores que recibieron capacitación sobre el manejo de cacao orgánico.....	70
Figura 18: Porcentaje de productores según los beneficios obtenidos de las capacitaciones.	71
Figura 19: Porcentaje de productores que recibieron financiamiento para su producción de cacao.....	71
Figura 20: Porcentaje de productores según la entidad financiera donde se solicitó el préstamo.	72
Figura 21: Porcentaje de productores según los beneficios obtenidos por el financiamiento.....	73
Figura 22: Precio promedio en chacra por tipo de cacao en soles.	74
Figura 23: Propuesta de cadena de exportación de cacao orgánico.	89
Figura 24: Propuesta de organigrama de Cooperativa de Segundo Grado.....	90

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar cuáles son los factores claves y cómo influyen en la exportación de cacao orgánico en la provincia del Marañón – Huánuco.

Para tal efecto se propusieron en la hipótesis de trabajo, los siguientes factores claves: producción, asociatividad, financiamiento, tecnología, logística, marketing y precios internacionales.

Se desarrolló un diseño descriptivo abordando inicialmente cada uno de los factores antes mencionados, para ello se aplicaron 124 cuestionarios a productores de cacao en 2 centros poblados del distrito de Cholon: Paraíso y Yanajanca; además se entrevistó al gerente y presidente de la Cooperativa Agroindustrial Paraíso.

Como resultado se encontró que la logística tiene un alto impacto debido a la deficiente infraestructura vial de la zona, la asociatividad se constituye como una estrategia primordial para alcanzar la oferta exportable deseada, el financiamiento se transforma en un aliado para las cooperativas y/o asociaciones permitiendo hacer frente a los costos de exportación y, finalmente, las estrategias de marketing mediante la participación en ferias internacionales permiten promocionar la marca y generar nuevos clientes.

En conclusión la logística, la asociatividad, el financiamiento, las estrategias de marketing y la producción influyen directamente en la exportación de cacao orgánico, mientras que la tecnología y la volatilidad de los precios internacionales no tienen un impacto muy significativo en el proceso de exportación.

Palabras claves: Cacao orgánico, logística, asociatividad, financiamiento, marketing, exportación, tecnología y precios.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the key factors and how they influence the export of organic cocoa in the province of Marañon – Huanuco. For this purpose, the key factors studied were: production, associativity, financing, technology, logistics, marketing and international prices.

It developed a descriptive design that includes each factor mentioned before, for that 124 questionnaires were carried out to cocoa producers in 2 population centers of the Cholon District: Paraiso and Yanajanca; In addition, the manager and president of the Cooperativa Agroindustrial Paraiso were interviewed.

As a result, it were found that logistic has a high impact due to the deficient road infrastructure of the area, associativity is a primary strategy to achieve the desired exportable offer, financing becomes an ally for cooperatives allowing to face the costs of export, and finally marketing strategies, through participation in international fairs, allow to promote the brand and generate new customers.

In conclusion, logistics, associativity, financing, marketing strategies and production directly influence the export of organic cocoa, while technology and volatility of international prices do not have a significant impact on the export process.

Keywords: Organic cocoa, logistics, associativity, financing, marketing, exportation, technology and prices.

INTRODUCCIÓN

La producción de cacao orgánico en el Perú, se ha convertido en una actividad agrícola de gran crecimiento en los últimos años debido a la gran demanda internacional de cultivos diferenciados, por lo cual genera oportunidades de crecimiento económico para el país mediante su exportación.

Sin embargo; de todas las regiones cacaoteras que existen en el Perú, el departamento de Huánuco cuenta con un bajo nivel de oferta exportable en comparación con San Martín, Junín, Cusco y Ucayali; por lo tanto, la finalidad de esta investigación es averiguar cuáles son los factores claves para la exportación de cacao orgánico en la provincia de Marañón – Huánuco.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego la producción nacional de cacao en el año 2015 ascendió a 87,317 toneladas, siendo las principales regiones productoras: San Martín, Junín, Cusco, Ucayali y Huánuco, donde San Martín tuvo una mayor participación con 43% y Huánuco 6% ocupando el quinto lugar. Sin embargo; otros países del mundo tienen una mayor capacidad de producción de cacao como es el caso de Ecuador, Brasil y Costa de Marfil, los cuales triplican y hasta quintuplican la producción nacional.

Las exportaciones nacionales de cacao en el año 2016 fueron de US\$ 275 millones valor FOB con un total de 74,836 toneladas, donde el 70% se exportó en grano y el resto en sus derivados; los principales mercados fueron Estados Unidos, Alemania, Holanda y Bélgica, se espera que en los próximos 5 años el cacao

orgánico se convierta en el principal producto de agro exportación debido a las ventajas comparativas que posee el Perú.

La presente investigación determinará cuáles son los factores claves en la exportación de cacao orgánico en la zona de estudio, analizando la influencia y participación de cada uno de los factores identificados, a fin de plantear una propuesta de mejora para el crecimiento cacaotero de la zona.

En el primer capítulo se plantea el problema general y específico de la investigación; así como los objetivos derivados por cada problema planteado y el impacto potencial que tendrá la investigación tanto a nivel teórico como práctico.

En el segundo capítulo se realiza la fundamentación teórica mediante antecedentes nacionales e internacionales y la presentación de bases teóricas dividida en: La historia y descripción de la provincia de Marañón, la producción y exportación del cacao, la asociatividad, el financiamiento, tecnología, precios nacionales e internacionales del cacao y estrategias de marketing.

En el tercer capítulo se muestran las hipótesis planteadas a los problemas de la investigación expuestos en el capítulo uno, las cuales serán validadas, posteriormente, en las conclusiones de la investigación.

En el cuarto capítulo se explica acerca de la metodología que se sigue en la investigación, así como los instrumentos usados para llevar a cabo la recopilación

de información que permita obtener respuestas ante los problemas planteados, además se especifica la muestra sujeta a la investigación.

En el quinto capítulo se da a conocer sobre los resultados de la investigación de acuerdo a los problemas planteados en el primer capítulo, demostrando el grado de influencia que presenta los factores estudiados en la exportación de cacao orgánico. Además, se realiza un contraste de los resultados de la investigación con los antecedentes y marco teórico, determinando similitudes y diferencias, también se responde a las hipótesis planteadas y se brinda una propuesta de asociación entre cooperativas de la zona.

Finalmente, se concluye que además de los factores estudiados inicialmente existen otros factores como la falta de concientización sobre la producción de cacao orgánico en la zona y la falta de educación de los productores, los cuales tienen influencia en la exportación de cacao orgánico y, además, se brindan recomendaciones para mejorar la oferta exportable de la región.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la situación problemática

La demanda internacional de cacao ha ido aumentando año tras año, al igual que la producción de cacao hasta el año 2012; sin embargo, desde el 2013 se viene observando un déficit estructural en la oferta de cacao. (Marco Trade News, 2014)

Por otro lado, El Comercio (2014) cita a Bloomberg, quien afirma que para el año 2020 la brecha entre la demanda y la oferta de cacao ascenderá a 1 millón de toneladas métricas y para el año 2030 ésta se incrementará en 2 millones de toneladas. Esto se debe principalmente a tres factores: Las sequias, las enfermedades que amenazan la producción de cacao y el crecimiento de la demanda de China, La India y Brasil, quienes en los últimos años han incrementado en gran medida el consumo de chocolate.

Cruz Cuevas (2013) informa que los grandes productores africanos como Costa de Marfil y Ghana registraron una caída en su oferta de cacao de 3% y 5% respectivamente a causa de las sequias que enfrenta el continente; en consecuencia, la escasez de cacao generó un alza en los precios.

Sin embargo, desde mediados de agosto del 2016 se ha venido registrando una mejora en las condiciones climáticas de los dos mayores productores de cacao a nivel mundial, Costa de Marfil y Ghana, generando una sobreproducción de cacao

convencional y originando a su vez una caída en los precios de \$3,000 a \$2,000 por tonelada en el presente año. (ANDINA, 2017).

El Perú posee un bajo volumen de producción de cacao convencional en comparación a otros países Sudamericanos como Ecuador y Brasil, este problema se tiene en varias regiones del Perú como es el caso de la provincia de Marañón en el departamento de Huánuco, cuya producción solo representa el 6% de la producción nacional, debido al bajo rendimiento existente en la zona, siendo uno de los más bajos a nivel nacional. (MINAGRI, 2016)

Por otro lado, INFOREGIÓN (2013) indica que el Perú es el segundo productor de cacao orgánico a nivel mundial después de República Dominicana, además ha sido calificado por la Organización Internacional de Cacao como un país productor y exportador de cacao fino y de aroma, representando el 36% de las exportaciones mundiales de esta variedad de cacao. En consecuencia, el Perú debe aprovechar la oportunidad para ingresar a nuevos mercados como el Comercio Justo a través de una mejora en su oferta exportable de cacao orgánico y así obtener mejores precios.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son los factores claves para la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón - Huánuco?

1.2.2. Problema específico

- ¿Cómo influye el volumen de producción en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Marañón?
- ¿Cómo influye el nivel de asociatividad de los productores en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Marañón?
- ¿Cómo influye el financiamiento recibido por parte de los pequeños productores de la provincia de Marañón en la exportación de cacao orgánico?
- ¿Cómo influye el uso de tecnología en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Marañón?
- ¿Cómo influye la volatilidad de los precios internacionales en la exportación de cacao orgánico en la provincia del Marañón?
- ¿Cómo influye la logística interna en la exportación de cacao orgánico de los pequeños productores de la provincia de Marañón?
- ¿Cómo influyen las estrategias de marketing en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Marañón?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar los factores claves que influyen en la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón – Huánuco.

1.3.2. Objetivo específico

- Determinar cómo influye el volumen de producción en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Marañón,
- Determinar cómo influye el nivel de asociatividad de los productores en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Marañón.
- Determinar cómo influye el financiamiento recibido por parte de los pequeños productores de la provincia de Marañón en la exportación de cacao orgánico.
- Determinar cómo influye el uso de tecnología en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Marañón.
- Determinar cómo influye la volatilidad de los precios internacionales en la exportación de cacao orgánico en la provincia del Marañón.
- Determinar cómo influye la logística interna en la exportación de cacao orgánico de los pequeños productores de la provincia de Marañón.
- Determinar cómo influyen las estrategias de marketing en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Marañón.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Importancia de la investigación

La presente investigación aportará información acerca de la situación actual de la producción y comercialización de cacao orgánico en la provincia de Marañón, resaltando el volumen y rendimiento de producción de cacao orgánico en esta zona, los estándares de calidad existentes; y los factores claves para desarrollar el potencial exportador de cacao orgánico en la región.

En el ámbito práctico beneficiará, principalmente, a los pequeños y medianos productores de cacao en la provincia de Marañón, quienes podrán incrementar su producción, mejorar la calidad del cacao orgánico, reducir costos y acceder al mercado internacional mediante la exportación.

1.4.2 Viabilidad de la investigación

El presente trabajo de investigación fue viable en los 3 aspectos principales: recursos financieros, humanos y materiales.

- Recursos financieros: Al realizar un presupuesto previo se determinó que se contó con el capital necesario para poder afrontar todos los costos que incurrieron en la investigación que comprende el transporte hacia la zona en estudio, traslados internos, alojamiento y alimentación.
- Recursos Humanos: se contó con disponibilidad para realizar la investigación en el tiempo estimado. A su vez, se tuvo el apoyo y disponibilidad del personal de la Cooperativa Agroindustrial Paraíso para brindar información del cultivo en la región y, posteriormente, apoyo en trabajo de campo, previa coordinaciones con ellos.
- Recursos materiales: se contó con recursos materiales al momento del trabajo de campo para la realización de encuestas al público objetivo y afrontando sin ningún problema el costeo.

1.5 Limitaciones del estudio

Dentro de las limitaciones que existieron en el desarrollo de esta investigación se pueden citar las siguientes:

- El acceso a información actualizada para obtener datos estadísticos que permitan complementar el estudio realizado, ya que la mayoría de las instituciones no publican información actualizada, o el costo por brindarla suele ser relativamente alto.
- La veracidad de los datos recolectados del estudio de campo, puesto que los entrevistados no fueron totalmente sinceros al momento de responder los cuestionarios y dejaron preguntas sin responder; por tal motivo, fue de vital importancia informarles el propósito de esta investigación, su contribución a la sociedad y al conocimiento para obtener su cooperación.
- La falta de información y bases de datos completas de la zona de estudio, puesto que la información actual está generalizada a nivel regional y enfocado a determinados productos diferentes al cacao orgánico.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Gran parte de las investigaciones sobre el cacao y las asociaciones de productores de cacao en el ámbito nacional e internacional están orientadas a aspectos relacionadas con la producción y el mejoramiento de la calidad del cacao en algunas regiones del Perú y en otros países como Ecuador y México; también se han desarrollado programas y proyectos para mejorar la productividad a través de la tecnificación y financiamiento.

2.1.1 Antecedentes nacionales

La baja producción de cacao a nivel nacional se origina por la falta de buenas prácticas de manejo técnico del cultivo, la inestabilidad de los precios en la bolsa de valores internacionales, las plagas y enfermedades como la moniliasis, la fitoptora y la plaga del chinche que afectan los cultivos de cacao; limitando la competitividad a nivel internacional. (Ministerio de Agricultura, 2012)

Años atrás, en la provincia de Leoncio Prado varios agricultores decidieron abandonar el cultivo de cacao porque se dieron cuenta que requerían de mucha mano de obra para lograr una producción de calidad haciendo frente a las enfermedades del cacao. Los agricultores al realizar una proyección de sus ganancias se dieron cuenta que los costos que incurrían en la producción de cacao no se verían compensados económicamente por lo que decidieron destinar sus esfuerzos al cultivo de la coca. (Lazo Calle, 2006)

Para combatir las enfermedades del cacao el Instituto Nacional de Innovación Tecnológica – (INIA, 2011) a través del Programa Nacional de Innovación Agraria en Cultivos Agroindustriales implementó nuevas tecnologías que consistían en la poda coronal durante la etapa de brotamiento, la fertilización potásica en la floración y cosecha y, finalmente, la extracción de las mazorcas afectadas, con la finalidad de reducir el porcentaje de infección en el cultivo de cacao, obteniendo como resultado el incremento del rendimiento en un 45% y el aumento de la rentabilidad en un 43%.

Gutierrez (2007) afirma que el Perú no resulta ser competitivo en la producción de cacao genérico, los grandes productores mundiales como África determinan los precios y el Perú tiene que estar atento a los cambios políticos en estos países; Por otra parte, las organizaciones de pequeños productores de cacao criollo tienen mejores oportunidades en mercados especiales, y en la medida en que gestionen certificaciones orgánicas, Comercio Justo, Rainforest Alliance, y otras a fin de obtener premios de calidad aun cuando los precios del cacao genérico se vean afectados a futuro.

En la provincia de Leoncio Prado - Huánuco, se encuentra la Cooperativa Agroindustrial Naranjillo, la asociación más representativa e importante de la región hasta la fecha; sin embargo, no muchos productores pueden acceder ni mantenerse dentro de ella, por los altos índices de calidad que les exigen sin brindarles el apoyo necesario para cumplir con los

requisitos; por lo tanto, los agricultores deben generar granos de calidad de acuerdo a sus posibilidades. (Lazo Calle, 2006)

Sin embargo, Estela (2012) refuta lo citado por el autor anterior en su estudio realizado a la Cooperativa Agroindustrial Naranjillo, sobre su metodología de trabajo y las relaciones que mantiene con los pequeños productores asociados, señalando que Naranjillo sí les brinda asesoramiento productivo y apoyo mediante asistencia técnica, para obtener una mejor calidad del grano de cacao y así alcanzar los estándares de los exigentes mercados internacionales.

Por otro lado, Humán Untiveros & Vargas Vásquez (2013) señalan que la Cooperativa Agraria Pangoa, ubicada en la provincia de Satipo - Junín, presenta problemas que afectan su producción de cacao orgánico, dentro de los cuales se tiene la falta de desarrollo e innovación tecnológica, asesoramiento, capacitación a los pequeños productores y ausencia de una correcta tecnificación por parte de los mismos, lo cual no permite fortalecer la actividad productiva en este sector.

En ese sentido Lazo Calle (2006) reafirma lo expuesto anteriormente, indicando que uno de los problemas que afecta la producción de cacao es la falta de tecnología en las etapas de cosecha, cultivo y post-cultivo; debido a, que sin tecnología los pequeños agricultores no son capaces de hacer frente a las diferentes enfermedades del cacao como la escoba de bruja, generando una baja productividad de los granos; y además agrega otros

problemas como la falta de capacitación y técnicas requeridas para su solución como ha sido el caso de Tingo María hace unos años.

Posteriormente, se realizó un proyecto de mejora en la cadena de valor del cacao orgánico en 200 productores de Tocache pertenecientes a la Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COOPAIN) basado en 4 pilares, siendo uno de ellos el acceso a financiamiento, donde se determinó que los pequeños y medianos agricultores tienen restricciones para obtener créditos, préstamos o algún otro tipo de financiamiento, debido a que no tienen acceso a canales financieros formales y tampoco cuentan con conocimiento financieros que les permita poder manejar de manera correcta los recursos financieros que puedan obtener y esto claramente restringe su labor productiva de cacao. (Bamber & Fernández, 2012)

En el lado Norte del Perú se ha realizado un proyecto Binacional que consistió en fortalecer las capacidades locales para la producción de cacao en esa zona del país y para esto brindaron capacitación y asistencia técnica a los campesinos con el objetivo de mejorar la productividad del cacao orgánico en la zona, debido a que los campesinos del lugar producían el cacao de manera artesanal y con la capacitación los campesinos aplicaran técnicas modernas para el cultivo del cacao y así cumplir con el objetivo planteado. Cabe resaltar que este proyecto se realizó por la Comunidad Andina, la cual ha venido realizando otros proyectos del mismo tipo obteniendo buenos resultados. (Comunidad Andina; 2014)

DEVIDA (s.f) implementó el Proyecto de Desarrollo Alternativo Tocache Uchiza II – Prodatu II en la Provincia de Tocache – San Martín y el Centro Poblado Paraíso - Huánuco, este proyecto tiene como uno de sus componentes fortalecer la asociatividad de los productores mediante el apoyo en la gestión corporativa y el fomento de las inversiones para mejorar el procesamiento y la comercialización de sus productos, al año 2014 ha logrado que el Consorcio Cacao de Aroma ubicado en la provincia de Tocache exporte en forma directa y sin intermediarios mediante su consolidación comercial.

2.1.2 Antecedentes internacionales

MINAGRI (2016) cita a la ICCO, quien menciona que la tendencia actual de la demanda internacional del cacao es creciente y se estima un alza del 1.9% en el siguiente año. Este crecimiento se debe al incremento de la demanda de manteca de cacao por parte de las confiterías y el aumento del consumo de chocolate de los países emergentes, asimismo los países industrializados son los mayores consumidores de cacao, donde el continente Europeo, conformado principalmente por Alemania y los Países Bajos, ocupa el primer lugar con un 38% de participación en la demanda mundial al 2015.

Por otro lado, la tendencia actual de la oferta mundial de cacao es decreciente, debido a la disminución de la producción de los países africanos como Costa de Marfil y Ghana, quienes conforman el 72% de la oferta mundial; sin embargo, en el continente americano se observa un crecimiento

en la producción del cacao obteniendo una participación del 17% del total y un 10% de participación entre Asia y Oceanía. (MINAGRI, 2016).

Según estimaciones al año 2023, la brecha existente entre la demanda y la oferta mundial se incrementará, debido al aumento del consumo por encima de la producción. Generando oportunidades para países productores de cacao como el Perú, quienes buscan ampliar y diversificar sus áreas de cultivo, beneficiándose del crecimiento sostenido en el precio. (MINAGRI, 2016)

La Organización Internacional de Cacao (2012) ejecutó un proyecto para mejorar la productividad de los pequeños productores de cacao y la sostenibilidad del mismo, reduciendo los costos de producción en diferentes países, entre ellos Brasil, Costa Rica, Ecuador, Camerún, Nigeria, Venezuela, Costa de Marfil, Ghana, Malasia, Papua nueva Guinea, Trinidad y Tobago y Perú. Se desarrollaron técnicas de selección, distribución y uso de nuevas variedades de cacao para mejorar su rendimiento y resistencia a las plagas y enfermedades, así como también su calidad.

Se desarrolló una investigación acerca del impacto que tiene la innovación tecnológica en los sistemas de producción de los campesinos de la región Araucanía – Chile donde se demostró que la implementación gradual de tecnología moderna en la producción iba a lograr reducir la incertidumbre con respecto al clima, las plagas y las enfermedades que afectan a cualquier producto agrícola y estas reducciones logran que

aumente el rendimiento de la producción por hectárea de los campesinos y, a su vez, la calidad de sus productos agrícolas. (Báez Barraza, 2005)

Torres & Rodríguez (2015) realizaron una investigación sobre un programa de transferencia de tecnología a los productores de cacao en Santander – Colombia, con la finalidad de aumentar la producción, los ingresos y la competitividad del cultivo, mediante el desarrollo de clones y tecnología en las prácticas de manejo agronómico. Al ejecutar el programa en la zona de estudio se observó que la transferencia de tecnología si dio los resultados esperados, pero en un menor porcentaje debido a que algunos productos no podían aplicar al 100% el programa por la escasez de recursos económicos.

Se realizó una investigación a las pequeñas y medianas empresas Colombianas de diferentes sectores de producción incluyendo al sector cacaotero, para analizar su presencia en el comercio internacional. Esta investigación tuvo como resultado que las pequeñas empresas tienen una baja presencia en los mercados internacionales porque no cuentan con una oferta exportable atractiva, debido a su débil estructura financiera y poco nivel tecnológico, ocasionando un menor volumen de producción sin acceso a desarrollar economías de escala y contar con certificaciones de calidad, requisitos que últimamente son requeridos por los mercados internacionales. (Lozano, 2010).

También, se han realizado estudios en Ecuador, en las provincias de Sucumbios y Orellana sobre la asociatividad para la comercialización de cacao, determinando que la inversión para la producción de cacao constituye una fuerte debilidad para las asociaciones de productores, quienes no cuentan con dinero suficiente para mantener centros de acopio en operación. (Viteri, 2011)

Además, se ha investigado acerca de la producción de agricultores cacaoteros en Ecuador, donde se obtuvo como resultado que la mayoría de los productores tienen un bajo volumen de producción de cacao principalmente porque no apuestan mucho por el financiamiento para generar más cultivo de cacao, debido a que la mayoría de productores no quieren generar deudas a corto y/o largo plazo, es por eso que prefieren producir poco cacao pero solamente con la utilización de capital propio; aquí se observa claramente que la falta de financiamiento en los productores cacaoteros incide en el volumen de producción de los mismos porque no cuentan con capital para invertir en el mejoramiento de sus cultivos. (Cartagena, 2010)

Sin embargo, Solís & Moreno (2014) desarrollaron un plan para promover la producción de cacao de la comuna de San Antonio, La Troncal en Ecuador a través de la creación de una asociación de pequeños productores de cacao, demostrando que es factible invertir en el sector cacaotero, dado que la tendencia de crecimiento es positivo siempre que se mantenga la diferenciación por su calidad y variedad; y mediante la

aplicación de sistemas de gestión integrales en las todas las etapas del proceso productivo para el éxito del proyecto.

Morales (2013) concluye que la falta de tecnología, la falta de financiamiento y capacitación técnica influye directamente con la productividad del cacao de cada finca del productor. La falta de financiamiento, debido al poco apoyo de las organizaciones ecuatorianas, genera que los productores no puedan obtener tecnologías para las diferentes etapas del cacao y la falta de capacitación técnica genera que los productores no implementen prácticas adecuadas de manejo de cultivo quedando expuestos a una mayor generación de merma, obteniendo un menor rendimiento y menor ingreso neto.

Suaza (2012) investigó sobre un proyecto de asistencia técnica a los productores de cacao en el municipio de Campo Alegre, el cual se realizó con la finalidad de mejorar la actividad productiva y competitiva del cultivo. Dicho proyecto obtuvo pocos resultados de mejora en la zona, debido a la resistencia al cambio de los productores, el bajo nivel de educación, temor a la inversión al no acceder al financiamiento, la falta de apoyo institucional para continuar con la asistencia técnica debido a la falta de recursos económicos de los productores para contratar el servicio y la falta de continuidad en los técnicos que manejan el cultivo en mención.

Manzaneda & Cortéz (2016) en un estudio que realizaron al cultivo de cacao en la zona de Alto Beni-Bolivia mediante la encuesta a 1,179 familias

productoras de este cultivo, refutan lo expuesto por el autor anterior demostrando que el aumento de asistencia técnica en la zona ha tenido un efecto positivo en la producción del cacao porque ha permitido obtener una mejor productividad, sin embargo, el efecto positivo generado por este factor no es el esperado puesto que el nivel de educación en los productores no les permite poder captar toda la información brindada en las capacitaciones, constituyéndose en un factor directo a evaluar en esta zona de Bolivia.

En adición, en México se realizó un estudio para identificar las características y los factores que limitan la producción en los estados de Tabasco y Chiapas, donde se determinó que el rendimiento de cacao en ambas regiones es diferente, Tabasco tiene un nivel de productividad mayor ya que la incidencia en que la moniliasis afecta la productividad de cacao en el estado de Chiapas es mayor (60%) que en Tabasco (48%), se demostró además que los productores que realizan prácticas de buena gestión aumentan el rendimiento y disminuyen el impacto de esta enfermedad en sus plantaciones, es por ello que se sugiere la aplicación de políticas públicas diferenciadas para promover la producción de cada región. (Díaz, Díaz, Mora, Rendón, & Tellez, 2014)

Asimismo, se investigó sobre las limitantes que enfrenta la Asociación “La Alianza” en Costa Rica para poder exportar sus granos de café a diversos mercados internacionales. Concluyendo que los productores no cuentan con la información necesaria sobre la demanda internacional del café lo cual les impide conocer cuáles son las exigencias del mercado externo y dar un valor

agregado a su producción. También se tiene que los bajos niveles de producción, la ubicación de las chacras productoras y la ausencia de alianzas horizontales, limitan a los productores para poder hacer frente a la demanda internacional de café de manera eficiente. (López, 2008)

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Provincia de Marañón – Huánuco

El Perú cuenta con 10 regiones productoras de cacao, siendo las más importantes las situadas en los departamentos de San Martín, Junín, Cuzco, Ucayali y Huánuco.



Figura 1: Zonas productoras de cacao en Perú.
Fuente: (DEVIDA, 2013).

La provincia peruana de Marañón es una de las once que conforman la Región de Huánuco y la más septentrional de ésta. Limita al Norte con la Región La Libertad y con la Región San Martín, al Este con la provincia de Leoncio Prado, al Sur con la provincia de Huacaybamba y al Oeste con la Región Ancash. Cuenta con 3 distritos: San Buenaventura, Cholon y Huacrachuco, donde éste último es la capital de la provincia.



Figura 2: Mapa geográfico de la provincia de Marañón.
Fuente: (Perú Huánuco, 2003).

Cholón es el distrito más grande de la provincia del Marañón, siendo el único distrito donde se produce cacao hasta la fecha, por esta razón se ha centrado la investigación en los productores del Marañón. La accesibilidad a la zona no es directa debido a la ausencia de puentes o pistas en buen estado, se debe recurrir al transporte fluvial mediante el uso de balsas como única fuente de conexión rápida para los pobladores entre la carretera principal y la zona en estudio. Para poder acceder al centro poblado El Paraíso y Yanajanca es necesario trasladarse en balsas para cruzar el río Huallaga de caso contrario no se podría acceder a las zonas mencionadas.

Perú Huánuco (2017) Dentro de las actividades económicas que se realiza en la provincia de Marañón comprende la agricultura, ganadería, artesanía, tala y pesca. En la ganadería se tiene la crianza de animales como: la bovina, ovina, lanar, caprina, caballar, porcino, aves de corral. En la artesanía se tiene la confección de objetos de cuero correas, y también diseñan: mantas, ponchos, fajas, bayetas, esteras, hamacas, cestos, seretas, arcos, flechas; además realizan actividades como la tala de árboles como el cedro en la ceja de selva y la pesca en los ríos Marañón, Huacrachuco y Frijol.

La agricultura, actividad económica de mayor impacto en la zona, está orientada a la siembra y cosecha de productos como: papa, arracacha, trigo, cebada, maíz, haba, caña de azúcar, olluco, oca, soya, quinua, coca, café, cacao, algodón, plátano, paltas, garbanzo, palma aceitera, etc. Sin embargo, no siempre fue así porque la mayoría de la población se dedicaba a la

producción de la hoja de coca desde muchos años atrás. (Perú Huánuco, 2017)

Actualmente, sigue habiendo un esfuerzo para erradicar totalmente la producción de coca; es difícil concientizar a los productores y convencerlos a que se dediquen a la producción de cultivos alternativos como el cacao orgánico, el cual, actualmente, está siendo altamente cotizado en el mercado internacional con tendencia a la alza, sin embargo, el esfuerzo se ve reflejado en el crecimiento del índice de producción de éstos cultivos.

2.2.2 Asociatividad

2.2.2.1 Definición

La asociatividad puede describirse desde diferentes puntos de vista, a lo largo de los años se ha ido actualizando la definición de este término por diferentes autores pero una de las definiciones más predominantes es la propuesta por (Rosales, 1997), el cual explica que la asociatividad es un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales o empresas, en donde cada unidad productiva participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda del objetivo común que determina la asociación.

En otras palabras, la asociatividad es un esfuerzo conjunto de todos los miembros que la integran, donde se persigue un objetivo en común y en donde todos los miembros participantes asumen los riesgos y los beneficios de manera justa y equitativa pero sin perder la independencia de cada uno.

2.2.2.2 Beneficios de la Asociatividad

La asociatividad genera varios beneficios tanto para los productores o pequeñas empresas que deciden asociarse para lograr un objetivo comercial en común, así como también los beneficios que le genera al Estado.

Beneficios para el Estado:

El Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo (2003) pone en manifiesto la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa donde hace énfasis que el estado establece políticas que permiten la asociación de empresas para el crecimiento económico del país, generando empleo sostenible y aumentando la capacidad adquisitiva de los productores, contribuyendo al incremento del índice del PBI nacional.

Beneficios para los productores:

FINAGRO (2012) Menciona los siguientes beneficios para los productores:

- Garantía de la comercialización del producto
- Asistencia técnica y transferencia de conocimiento
- Incremento de la competitividad agraria
- Generación de valor agregado en los productos
- Acceso a nuevos mercados internacionales

Todos los beneficios mencionados en el párrafo anterior originan un beneficio general a los pequeños productores, el cual es incrementar su productividad permitiéndoles llegar a más mercados con productos agrícolas de calidad, además el trabajo conjunto les permite también tener una mayor presencia en el mercado internacional por el incremento de su poder de negociación.

MINCETUR (2008) señala que las ventajas que obtiene los pequeños agricultores al asociarse es el incremento de la productividad, mayor poder de negociación con clientes o proveedores, reducción de costos, mejora de la calidad y del conocimiento técnico – productivo y comercial”.

En el Perú, el término de asociatividad cada vez está tomando más fuerza entre los productores agrícolas, asociándose entre ellos mismos bajo diferentes modalidades; sin embargo, como bien define (Rosales, 1997) la asociatividad no solo se limita a la agrupación de personas sino también de organizaciones que buscan un objetivo en común.

2.2.2.3 Tipos de Asociatividad

Tal como menciona Maldonado (2012) un concepto vinculado a la asociatividad es la integración empresarial, que consiste en la asociación de dos o más organizaciones de manera horizontal o vertical, buscando alcanzar un objetivo común, es decir, si dos o más organizaciones se integran de manera horizontal significa que son agrupaciones que realizan la misma actividad y quieren reunir esfuerzos, mientras que una integración vertical significa que las agrupaciones se desarrollan en diferentes etapas de la cadena, a su vez hace referencia a dos tipos de asociatividad bajo esta modalidad: La asociatividad primaria y secundaria como se explica a continuación:

Tabla 1. Tipos de Asociatividad Agrícola

	TIPOS	ETAPAS
Asociatividad: Integración Empresarial.	<i>Primaria o Simple</i>	<i>Fundacional</i>
	Proceso que se da entre individuos	Constituye el origen del proceso asociativo.
	<i>Secundaria o Compleja</i>	<i>Crecimiento</i>
	Proceso que se da entre organizaciones de forma vertical u horizontal	Constituye la consolidación del proceso asociativo.

Fuente: (Maldonado, 2012); Elaboración: Propia.

Además, según el (Centro de Exportaciones e Inversiones, 2010) –

CEI existen otros tipos de asociatividad empresarial:

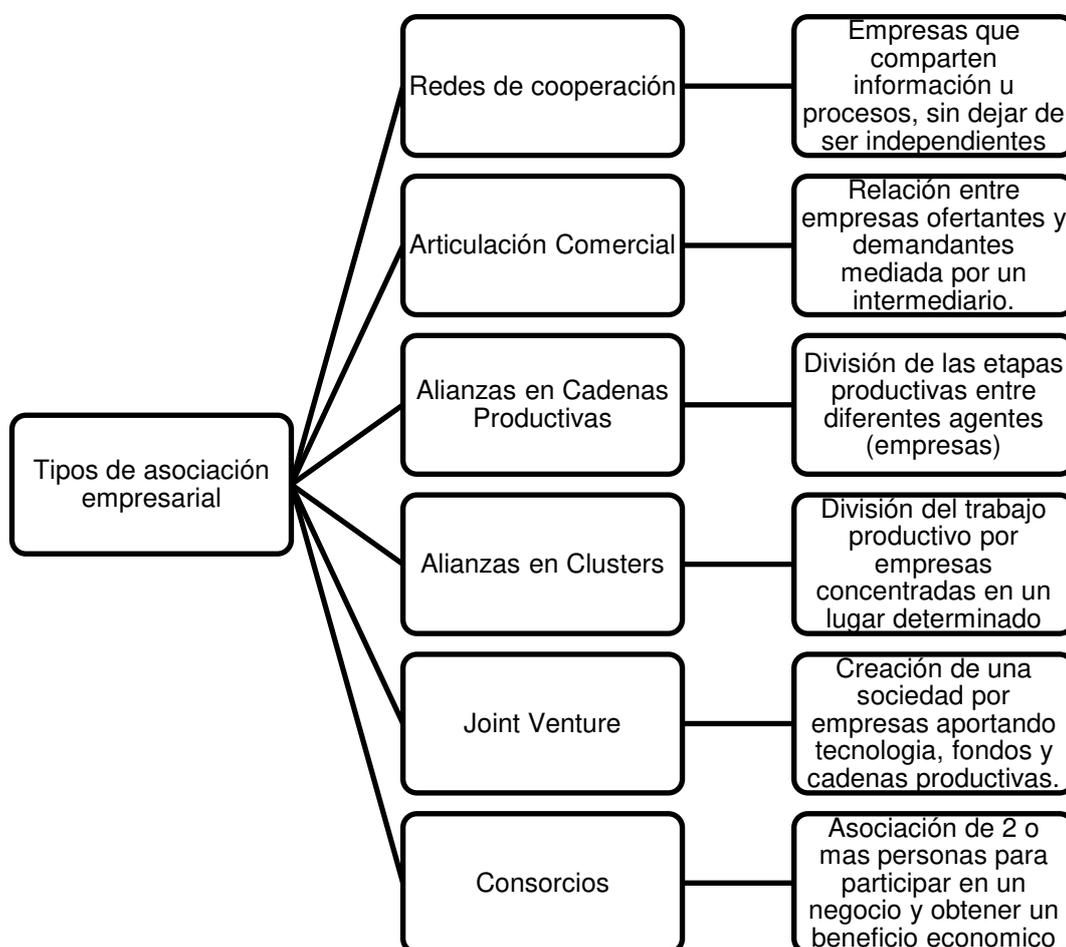


Figura 3. Tipos de Asociación Empresarial.

Fuente: (Centro de Exportaciones e Inversiones, 2010); Elaboración: Propia.

Los tipos de asociatividad mencionados anteriormente han sido utilizados desde hace muchos años atrás y la formación de una de ellas depende de los miembros que quieren asociarse y del beneficio que quieren obtener; sin embargo, en la región de Huánuco se tiene como, ejemplo, a la Cooperativa Agroindustrial Naranjillo, la cual se constituye bajo el tipo de asociatividad primaria, tal como se explicó en la última tabla.

PROMPERÚ (2013) expone que la asociatividad genera diversas ventajas para las personas que decidan integrarse bajo esta modalidad puesto que permite a los productores generar volúmenes de oferta exportable, incrementando su productividad y desarrollando economías de escala. Además comparten costos, beneficios y riesgos, de manera conjunta pueden obtener certificaciones de calidad, y tener un mayor poder de negociación en la venta de sus productos y en la compra de insumos y equipos para su producción.

2.2.3 Cacao

2.2.3.1 Ficha técnica

A continuación, se muestra la información técnica acerca del cacao donde se especifica tanto el nombre común como su nombre científico, la familia a la que pertenece y las múltiples variedades que existen. Asimismo, se explica sobre su periodo vegetativo, sus propiedades beneficiosas y los usos que pueden darle en la industria alimentaria.

Tabla 2. Ficha Técnica del Cacao

FICHA TÉCNICA DE CACAO	
Nombre Común	Cacao
Nombre Científico	Theobroma cacao
Familia	Esterculiáceas
Variedades	Trinitario, Forastero Amazónico y Criollo.
Período Vegetativo	Es un cultivo permanente. La primera fructificación tiene lugar a los 3 años de la instalación del cultivo.
Descripción del Producto	El fruto del cacao es una baya grande llamada “mazorca”, carnosas, ovalada, amarilla o púrpura, puntiaguda y con camellones longitudinales; cada mazorca contiene entre 30 y 40 semillas que se caracterizan por contener un aceite esencial que le da un sabor aromático característico.
Propiedades y Usos	Las semillas se muelen y tuestan para obtener la cocoa y el chocolate, que se utiliza en la fabricación de dulces, confituras, helados y bebidas. El contenido de alcaloides en la semilla tales como teobromina y cafeína, le confiere propiedades estimulantes. Las semillas, hojas y raíces contienen los alcaloides teobromina y cafeína que tiene propiedades diuréticas y vaso dilatadoras. Se ha encontrado actividad antitumoral en la raíz y en la corteza. La grasa que contienen las semillas (manteca de cacao) se utilizan en farmacia como emoliente y para fabricar ungüentos, pomadas; y también para la elaboración de cosméticos, perfumes, entre otros.

Fuente: (MINAGRI, 2011); Elaboración: Propia.

Cabe resaltar que el cacao genérico y el orgánico comparten la misma ficha técnica, ya que corresponde al mismo nombre científico; respecto a sus características se destacan dos variedades de cacao, el forastero y el criollo, ambos se producen en el Perú, el criollo es conocido como el cacao de fino aroma y el forastero como el cacao común o corriente.

Tabla 3. Cuadro Comparativo de variedades del Cacao

	CRIOLLO	FORASTERO
Árbol	Débil y pequeño	Robusto y grande
Hojas	Grandes, color verde oscuro	Pequeñas, color verde claro
Cáscara	Fina y suave	Gruesa y dura
Superficie	Rugosa	Lisa
Plagas	Susceptible	Tolerantes
Sabor	Fino	Ordinario
Adaptación	Pobre y limitada	Muy buena

Fuente: (MINAGRI, 2016); Elaboración: Propia.

El cacao criollo se destaca por ser de un sabor fino, dulce y aroma intenso, produce los chocolates de menor amargor y mejor calidad, por lo cual se considera un cacao exclusivo y es demandado en los mercados más exigentes; sin embargo, son más susceptibles a las plagas y enfermedades. Por otro lado el cacao convencional es fuerte y amargo, de mayor rendimiento y resistente a las enfermedades.

2.2.3.2 Producción y rendimiento

Según el Ministerio de Agricultura y Riego la producción nacional de cacao en el año 2015 ascendió a 87,317 toneladas, siendo las principales regiones productoras: San Martín, Junín, Cuzco, Ucayali y Huánuco, donde San Martín tuvo una mayor participación con 43% y Huánuco 6% ocupando el quinto lugar. En el caso de San Martín ha crecido en un promedio de 26,4%, Junín 14,1% y Ucayali en 20.8%.

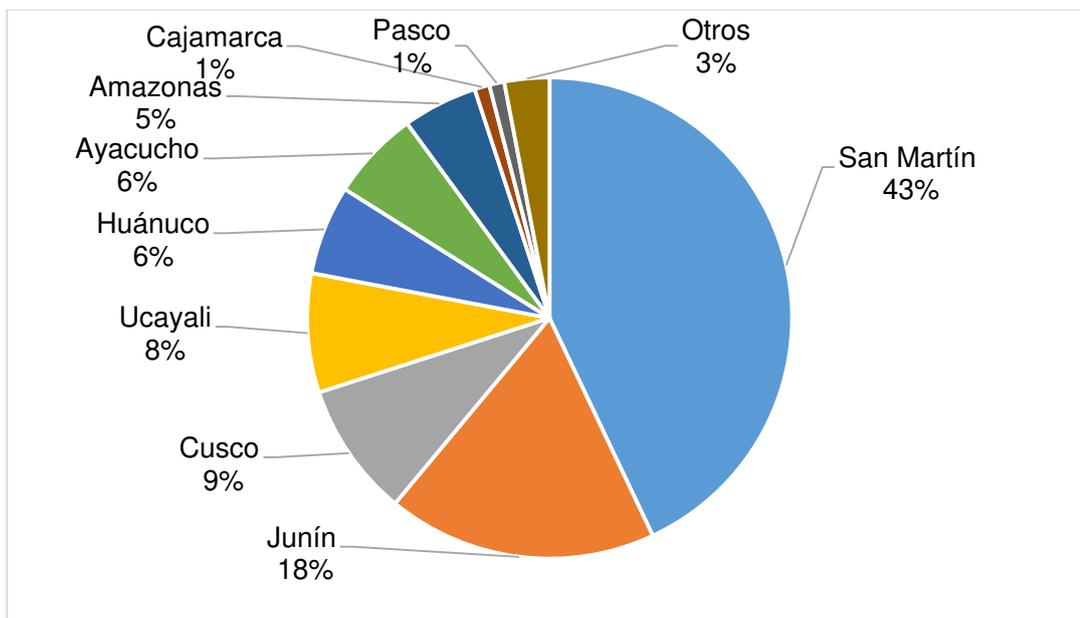


Figura 4. Principales regiones productoras de cacao 2015
Fuente: (MINAGRI, 2016); Elaboración: Propia.

La producción de Huánuco es muy pequeña en comparación con la producción de cacao en San Martín, quien tiene casi la mitad de participación en el país; sin embargo, la producción de cacao ha tenido un crecimiento a razón de 12.55% anual en la región de Huánuco, en el año 2016 alcanzó el nivel de producción más alta de cacao en esta región con un total de 6,491 toneladas y la tendencia continua creciente.

Tabla 4. Producción de cacao en toneladas de la región Huánuco

PRODUCCIÓN (t)	
Años	Toneladas
2010	1,840
2011	2,092
2012	2,463
2013	2,744
2014	3,701
2015	5,292
2016	6,491

Fuente: (DRAH, 2017); Elaboración: propia.

Como se observó en el cuadro anterior la producción de cacao en Huánuco ha ido aumentando considerablemente año tras año, la producción del año 2016 aumentó en un 22.7% respecto al año anterior, esto se debe a un mejoramiento en el rendimiento del cultivo y en el aumento de hectáreas para la producción del cacao.

En el año 2015 el departamento de Huánuco contaba con una superficie de 4,760 hectáreas cosechadas de cacao, donde la provincia de Leoncio Prado tuvo la mayor participación con 68,9%, seguido por la provincia de Marañón, zona de estudio, con 575 hectáreas de cacao representando un 15.1% como se observa en el siguiente gráfico.

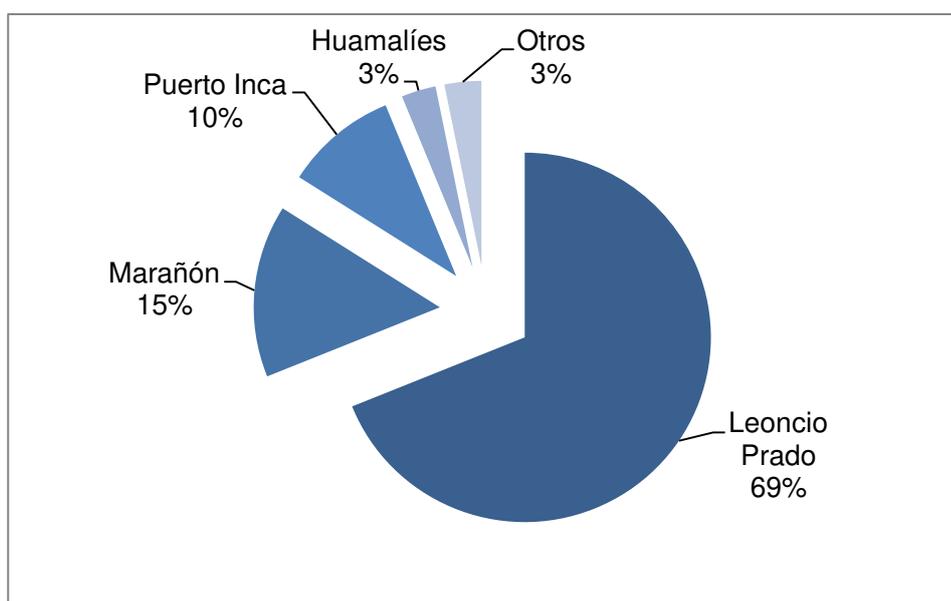


Figura 5: Distribución provincial de cosechas de cacao (%).

Fuente: (SIEA, 2015); Elaboración: Propia.

El rendimiento es un indicador que muestra la producción total de cacao por hectáreas cultivadas, a un mayor rendimiento, los ingresos para los productores son mayores, pero eso dependerá de varios factores como:

El tipo de suelo, el clima, la frecuencia de las plagas y las prácticas agrícolas empleadas durante la producción.

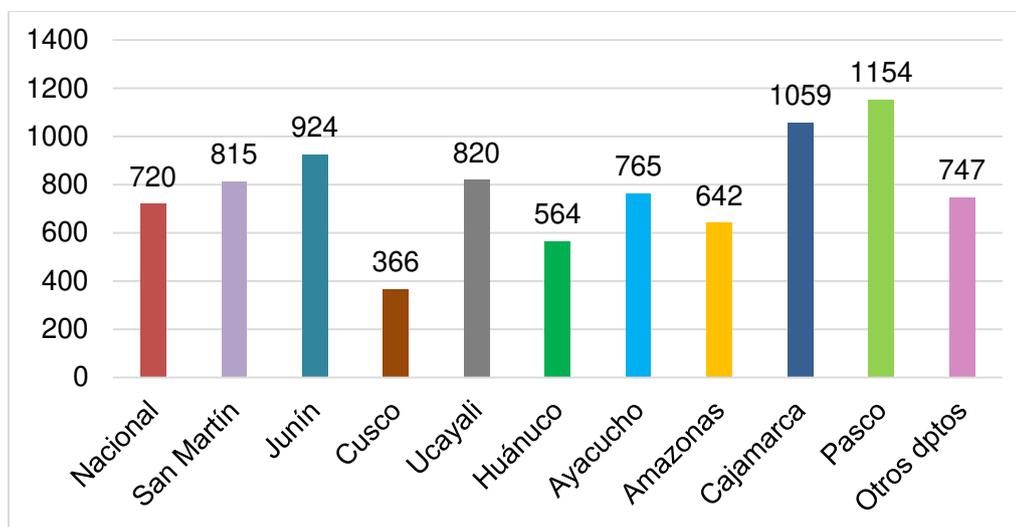


Figura 6. Rendimiento de cacao por regiones productoras (kilogramos producidos por hectárea).

Fuente: (MINAGRI, 2016); Elaboración: Propia.

El mejor rendimiento de cacao se encuentra en la región de Pasco, donde se cultivan 1,154 kilogramos de cacao por hectárea, Cajamarca es la segunda región con mayor rendimiento; sin embargo, estas regiones no figuran entre las que tienen la mayor producción de cacao. El rendimiento promedio del país es 720 kilogramos por hectárea, Ucayali y Junín están por encima del rendimiento promedio, a diferencia de Cusco y Huánuco, los cuales tienen el rendimiento más bajo del país y se encuentran muy por debajo del promedio, la región de Huánuco tiene un rendimiento de 564 kilogramos por hectáreas y Cusco 366 kilogramos por hectárea, uno de los mayores problemas de esta región son las plagas que afectan constantemente los cultivos de cacao.

Ramírez (2017) menciona que los rendimientos obtenidos por cultivos orgánicos llegan a un 90% como máximo en comparación a los obtenidos en la agricultura convencional; sin embargo, al ser una práctica amigable con el medio ambiente la producción orgánica resulta ser sostenible en el tiempo; además con costos menores de producción y un sobre precio del 30% en relación al cultivo convencional, se convierte en una gran oportunidad comercial.

Cabe resaltar que a la fecha es difícil poder calcular con exactitud la producción nacional y/o por departamento del cacao orgánico, puesto que, muchos de ellos cuentan con las características del cacao orgánico pero no están certificados como tal, debido al poco capital con el que cuentan los productores para hacer uso de insumos sintéticos recurriendo a prácticas agrícolas tradicionales, concluyendo que la producción en la zona es orgánica o cuasi-orgánica.

- Buenas prácticas agrícolas

La oferta exportable de cacao orgánico también depende de las buenas prácticas agrícolas que permiten contar con un buen rendimiento y una adecuada calidad de cacao, en se sentido, tener el personal calificado es un factor clave para mejorar la productividad, el mercado internacional exige productos que cumplan con ciertos requisitos y estándares de calidad e inocuidad, lo cual se logra durante el proceso de producción aplicando buenas prácticas agrícolas. (Organización de las Naciones Unidas para la

Alimentación y la Agricultura, 2008) Menciona que las buenas prácticas agrícolas comprenden cuatro funciones básicas:

- Garantizar la inocuidad y calidad de los productos en la cadena alimentaria.
- Captar nuevas ventajas comerciales con el mejoramiento de la gestión de la cadena de suministro.
- Mejorar el uso de los recursos naturales, la salud de los trabajadores y las condiciones de trabajo.
- Crear nuevas oportunidades de mercado para productores y exportadores de los países en vías de desarrollo.

SENASA (2017) menciona que los productos orgánicos son aquellos en cuya producción no se han utilizado fertilizantes ni plaguicidas químicos, un producto orgánico puede ser denominado como tal si cuenta con un certificado emitido por una organización certificadora de productos orgánicos y autorizado por SENASA.

En cuanto a las buenas prácticas agrícolas SENASA afirma que mediante un buen manejo y la aplicación adecuada de buena tecnología se pueden lograr rendimientos comparables con la producción convencional; según menciona al inicio de la transición los rendimientos son menores; sin embargo a largo plazo la producción orgánica es más rentable, ya que la producción se desarrolla en un ecosistema donde se previenen las plagas,

se mejora la fertilidad del suelo, los costos de control se reducen y el precio por un producto orgánico es mayor.

2.2.3.3 Exportación

Las exportaciones nacionales de cacao en el año 2016 fueron de US\$ 275 millones valor FOB, con un total de 74,836 toneladas, donde el 70% se exportó en grano y el resto en sus derivados; los principales mercados fueron Estados Unidos, Alemania, Holanda y Bélgica, se espera que en los próximos 5 años el cacao se convierta en el principal producto de agro exportación.

Por su parte DATASUR (2017) registró que las exportaciones para la partida 1801001900 que hace referencia a Cacao en grano, crudo, excepto para siembra tanto para el cacao convencional y orgánico, en el año 2016 fueron de US\$ 174, 253,191 valor FOB, donde el cacao orgánico representa el 20% del total exportado, siendo las principales empresas exportadoras: La Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro, Machu Picchu Foods S.A.C. y Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicio.

En las exportaciones de cacao en grano se registran los movimientos realizados por 16 cooperativas donde destacan: La Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro, Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios y La Cooperativa Agraria Norandino Ltda aportando un valor FOB de exportación de US\$ 19,978,593 representando juntas un 11.5% del total de exportación.

Según (DATASUR, 2017) las exportaciones de Huánuco de Cacao en grano, crudo, excepto para siembra en el año 2016 fueron de US\$ 5, 337,299.53 valor FOB, donde el valor exportado por la Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria representa un 16% del total de la región.

Tabla 5. Empresas exportadoras de cacao orgánico en grano, crudo, excepto para siembra 2016

EMPRESAS EXPORTADORAS	US\$ FOB
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro	\$12,633,959.29
Machu Picchu Foods S.A.C.	\$3,166,440.38
Cooperativa agraria cafetalera y de servicios Oro Verde Ltda.	\$2,624,101.51
Coop. Agraria Cafetalera El Quinacho L 78	\$2,406,496.94
Asociación de productores cacao Alto Huallaga	\$1,990,432.07
Ecoandino S.A.C.	\$1,977,098.31
Coop. Agraria Café Valle Rio Apurímac	\$1,276,353.60
Sumaqaq Sociedad Anónima Cerrada	\$1,122,741.48
Amazonas Trading Perú S.A.C.	\$979,964.54
Asociación de productores cacao VRAE	\$800,579.58
Asociación de productores cacaoteros	\$797,420.13
Cooperativa agraria cafetalera divisoria	\$753,717.96
Cooperativa agraria de cacaoteros tecnificados de Padre Abad	\$709,577.59
Algarrobos orgánicos del Perú Sac	\$687,364.65
Nutry Body Sac	\$577,936.50
Inversiones campo verde Sac	\$301,941.59
Villa Andina Sociedad Anónima Cerrada	\$293,790.50
Asociación de cacaoteros tecnificados de Padre Abad	\$250,747.81
MG Natura Perú Sac	\$229,124.06
Cooperativa agraria industrial Naranjillo	\$223,827.60
Cooperativa agroindustrial Tocache Ltda..	\$175,219.20
Cooperativa agraria El Gran Saposoa Ltda.	\$172,488.51
Cooperativa agraria ecológica cacaotera	\$161,898.24
Coop. agraria cafetalera Satipo Ltda.	\$161,016.96
Memex Sociedad Anónima Cerrada	\$142,000.00
Cooperativa agraria de cacao aromático colpa de loros	\$95,942.15
Cooperativa agraria industrial Progreso	\$84,844.89
Cooperativa agroindustrial Paraíso del Centro poblado Paraíso	\$74,271.23

Tabla 5. Empresas exportadoras de cacao orgánico en grano, crudo, excepto para siembra 2016 (continuación)

EMPRESAS EXPORTADORAS	US\$ FOB
Cooperativa agraria central de cacao aro	\$57,707.04
Ecommodities Sociedad Anónima Cerrada	\$27,675.00
Agrofino Foods Sac	\$16,760.13
Agroindustrias Osho Sac	\$16,499.67
Andes alimentos & bebidas Sac	\$10,737.24
Madre selva organics Sociedad Anónima Cerrada	\$6,336.00
Amazon Andes Export Sac	\$3,680.00
Complementos y suplementos orgánicos del Perú Srl	\$3,660.00
Burgos Lingan Maria Ofelia	\$2,597.71
Empresa agraria cafetalera Chanchamyo Highland Coffee Sac	\$1,380.00
Dried foods Perú Sac	\$1,335.00
Multiproductos globales-andinos Sac	\$1,286.99
Brolem Company Sac	\$1,275.38
Organiccrops Eirl	\$1,194.00
Glint Sac	\$828.00
G foods native Sac	\$260.00
Total General	\$35,024,509.43

Fuente: (DATASUR, 2017); Elaboración: Propia.

La relación entre la producción y exportación de cacao a nivel nacional es directa, a medida que la producción aumenta las exportaciones también crecen en la misma proporción; sin embargo, la brecha entre ambos se ha reducido en gran medida, es así que en el 2010 se exportó el 24% de toda la producción y en el 2015 se ha exportado el 65% de la producción nacional, mucho más que años anteriores, lo cual indica que la gran parte de la producción está orientado a la exportación.

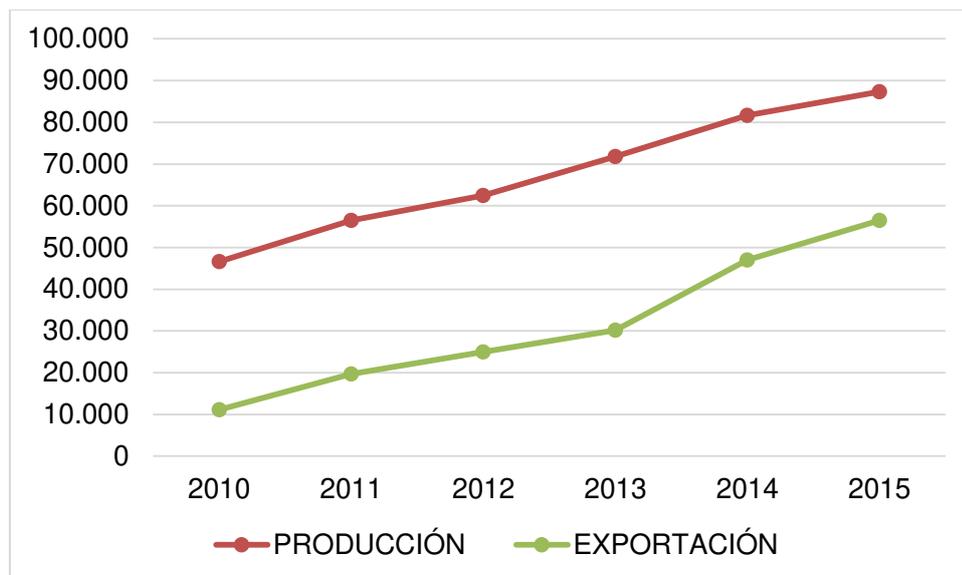


Figura 7. Relación producción y exportación de cacao en el Perú (En Toneladas)
Fuente: (MINAGRI, 2016); Elaboración: Propia.

2.2.3.4 Calidad Del Cacao Exportado

La calidad del cacao para la exportación en el Perú es alta, la variedad de cacao de fino aroma tiene gran reputación en el mercado internacional por su calidad y la trazabilidad de su producción, además de su genética, lo cual le brinda al Perú una gran oportunidad para ser líder en la exportación de esta variedad de cacao, pudiendo superar a Ecuador en los próximos años, quien actualmente ostenta este título. (Debenham, 2014)

La calidad del cacao orgánico es superior al convencional debido al tratamiento que sigue durante la etapa de producción, eliminando el uso de fertilizantes y agroquímicos en la siembra, al contrario en la producción orgánica se utiliza procesos naturales para obtener una mejor calidad del cacao viéndose expuesta en el sabor y aroma del grano, es por esta razón que la demanda del cacao orgánico ha aumentado debido a su calidad y a

los beneficios que otorga al medio ambiente, a la salud de los consumidores y productores. (Guerrero, y otros, 2012)

Barrientos (2015) menciona que la diferencia en la calidad del cacao convencional y orgánico es tan notorio que se comercializan en mercados diferentes, el cacao orgánico al presentar un nivel de calidad mayor es demandado por los mercados gourmet, los cuales tienen exigencias de calidad más altas, amparados por el grado de fermentación y el origen genético del grano. Además, el tipo de suelo y clima que tiene el Perú es apropiado para la producción de cacao orgánico, siendo esta ventaja comparativa una oportunidad de desarrollo en los mercados diferenciados del cacao.

Por su parte MINAGRI (2012) afirma que el Perú es el segundo exportador de cacao orgánico en el mundo; además posee una gran diversidad y variabilidad genética, existen razas nativas, diferentes poblaciones y ecotipos de frutos. El Perú como segundo productor orgánico orienta su producción al comercio justo, lo cual es muy apreciado en el mercado internacional, especialmente en el mercado europeo.

2.2.4 Financiamiento

El financiamiento cumple un rol fundamental en la producción agrícola, porque permite la obtención de un capital de trabajo que puede ser destinado a la adquisición de nuevas tecnologías, la expansión territorial de las parcelas, infraestructura para la post-cosecha y obtención de certificaciones; sin embargo, según (Bamber & Fernández, 2012) los pequeños productores tienen limitado conocimiento financiero que no les permite aplicar o manejar los potenciales recursos crediticios, a pesar de que existen una gran variedad de fuentes de financiamiento a nivel nacional.

AgroNegociosPerú (2015) afirma que existen diversidad de fuentes de financiamiento para el sector agrícola de diferentes instituciones financieras: Agrobanco, que brinda financiamiento al sector agrícola; Bancos comerciales enfocados a medianas empresas agroexportadoras tales como el Banco Financiero, Banco Interbank, Banco Continental; también se hacen presentes los intermediarios financieros especializados como las IFIES , cajas municipales, rurales, Edpymes y financieras que se enfocan en su región de operación; Los fondos de inversión y financiamiento que están ingresando al sector agrícola para proyectos a mediano plazo y COFIDE quien ha decidido apoyar al sector agrícola por medio de los intermediarios financieros a través del riesgo compartido.

Sin embargo, el financiamiento no solo es importante para la producción agrícola en las etapas de pre cosecha y post cosecha, sino también para el proceso de exportación que suponen un alto costo, tales como: Los costos logísticos, las certificaciones necesarias para la

exportación, las actividades de promoción y marketing, ya que son elementos indispensables para la exportación de productos agrícolas como el cacao, si se desea ser competitivos en el mercado internacional.

2.2.5 Tecnología

La tecnología es importante para la producción agraria, y en el Perú existe el Instituto Nacional de Innovación Agraria “INIA” que tiene bajo su ámbito de competencia la investigación y transferencia de tecnología en el sector agrario, con el objetivo de facilitar el desarrollo y fortalecimiento de la innovación tecnológica agraria, para poder incrementar los niveles de competitividad en la producción nacional. El INIA ha generado importantes tecnologías para diferentes productos agrícolas incluyendo el Cacao, los cuales han sido plasmados en diversos proyectos a nivel nacional obteniendo resultados positivos como el aumento sostenido de la producción.

El uso de la tecnología genera ventajas y beneficios para los agricultores, en ese sentido los beneficios se agrupan en 3 aspectos:

“-Beneficios económicos que mejoran la eficiencia de la producción.

-Beneficios agronómicos que mejoran la productividad del suelo.

-Beneficios medio ambientales y sociales que protegen al suelo y hacen que la agricultura sea más sostenible.” (FAO, 2015)

Beneficios económicos: Se enfocan básicamente en la reducción de los costos de producción, mayor rendimiento, ahorro de tiempo y por ende el aumento de los ingresos.

Beneficios agronómicos: Se refiere al mejoramiento de la productividad del suelo mediante el incremento de la materia orgánica, la conservación del agua en el suelo y mejoramiento de la estructura del suelo.

Beneficios medioambientales: El uso responsable de la tecnología mitiga los impactos negativos sobre el medio ambiente mediante el uso de biofertilizantes y abonos orgánicos, lo cual permite la conservación del suelo haciendo más sostenible la producción.

ADEX (2015) Indica que si bien las exportaciones de cacao se han incrementado, para seguir potenciando la oferta, con un mayor rendimiento y calidad se debe apostar por la tecnología tanto en el desarrollo como en la etapa de post cosecha; con estas acciones se puede lograr mejorar la competitividad generando más oportunidades de acceso a nuevos mercados, además permitirá tener una visión a largo plazo mediante la sostenibilidad y productividad de los cultivos; también señaló que la demanda internacional crece cada día más y el Perú debe estar preparado para competir de manera eficiente, lo cual se lograría mediante estándares de producción ecoeficiente y ecoamigables.

2.2.6 Logística Internacional

2.2.6.1. Cadena Logística

La cadena logística de los productos agrícolas suelen ser similares en diversas etapas, sin embargo existen diferencias en el tratamiento del producto por sus condiciones geográficas, climatológicas o el destino de consumo: sea nacional e internacional. Estas distinciones se plasman en el nivel de representación de los costos y plazos logísticos en el precio final del producto.

MINCETUR (2016) señala que a lo largo de la cadena logística del cacao intervienen diversos actores como se detalla a continuación:

1. Productores: Quienes cultivan el producto.
2. Intermediarios: Quienes compran el cultivo a los productores y lo venden a procesadoras o exportadores.
3. Procesadores: Son quienes transforman el producto para ser exportado.
4. Exportadores: Compran el producto final para su exportación.
5. Operadores logísticos: Incluye empresas de transporte, agentes de aduana y de carga.

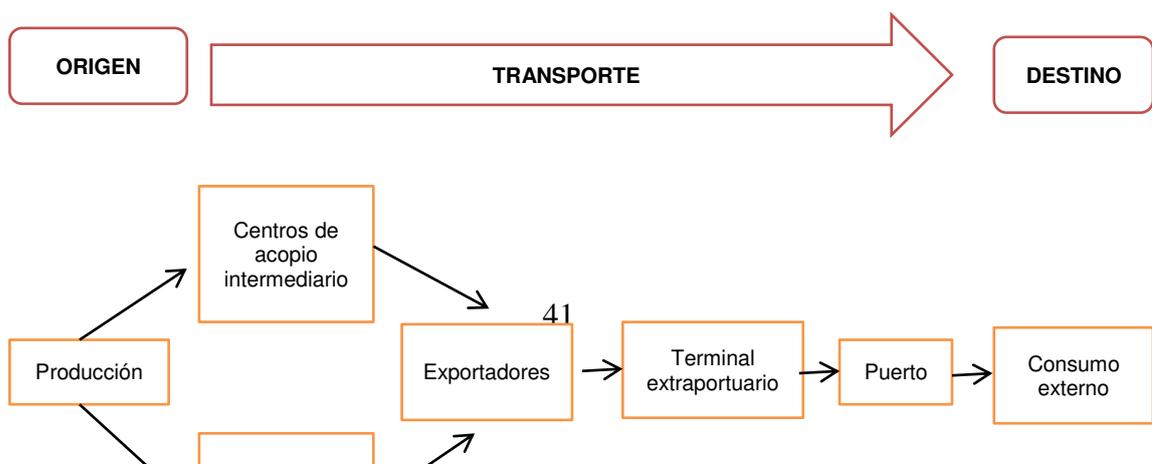


Figura 8: Cadena logística de exportación del cacao.
Fuente: (MINCETUR, 2016); Elaboración: Propia.

Teniendo como referencia el gráfico anterior se puede dividir la cadena de suministro en 4 etapas: Producción, acopio, transporte y logística portuaria. Dentro de la producción, el cacao es un producto a granel donde sus nodos de producción se encuentran en zonas de poca accesibilidad, además en este punto de la cadena los productores suelen organizarse mediante asociaciones o cooperativas para que puedan transportar sus cultivos a los centros de acopio, utilizando pequeños o medianos autos, donde comparten costos por flete que suelen ser elevados debido a las malas condiciones de las vías rurales.

En los centros de acopio los productores venden sus granos a los intermediarios, procesadores o directamente a los exportadores. Respecto al transporte, los productores de cacao en su mayoría tercerizan este servicio transportándolo en vehículos formales o informales empaquetados en sacos, el viaje toma varias horas debido a la distancia que existe entre los centros de acopio hasta Lima.

Finalmente, en la logística portuaria, los operadores logísticos se encargan de colocar la mercadería en depósitos temporales, realizan tramites documentarios, reserva de espacio, consolidación, transporte de contenedor vacío, en el caso del cacao orgánico suele tomar más tiempo que el cacao convencional debido a que debe someterse a inspecciones por parte de SENASA y ADUANAS, así como la presentación de certificaciones orgánicas.

2.2.6.2 Estructura de Costos Logísticos

MINCETUR (2016) expone que los costos logísticos para el cacao representan entre un 25% del valor del producto final y 22% del valor FOB, siendo uno de los más altos en productos agrícolas con un \$0.67 por kg. Como se muestra a continuación:

Tabla 6: Estructura de Costos Logísticos (en función al valor del producto)

Componentes	Porcentaje (%)
Producción	74.2
Logísticos	25.8
Total	100
Logístico (U\$/Kg)	0.67

Fuente: (MINCETUR, 2016); Elaboración: Propia.

La rentabilidad generada por la exportación de cacao en grano representa el 15% del valor FOB, siendo uno de los productos con rentabilidad más baja en comparación a los otros productos agrícolas, como la uva o el café, como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 7. Costos en función al FOB (%)

Componentes	Cacao	Café
Producción	62.9	52.2
Logísticos	21.8	14.0
Total	84.74	66.2
Rentabilidad		
Margen sobre FOB	15.26	33.84

Fuente: (MINCETUR, 2016); Elaboración: Propia.

Dentro de los componentes de los costos logísticos se tiene el tratamiento, merma, transporte, carga y descarga, seguridad, financieros, permisos y certificaciones (obligatorias y voluntarias) y nodo puerto donde cada uno representa un porcentaje del costo logístico total como se aprecia a continuación:

Tabla 8. Componentes de los costos logísticos (Porcentaje)

Componentes	Porcentaje (%)
Transporte	32.2
Merma	20.3
Carga y descarga	10.4
Tratamiento	13.7
Seguridad	13.1
Permisos y certificaciones	4.4
Financieros	3.9
Nodo Puerto	1.9

Fuente: (MINCETUR, 2016); Elaboración: Propia.

Como se puede observar en la tabla anterior el transporte del cacao representa un 32.2% del costo logístico total y esto se debe al mal estado en que se encuentran las carreteras rurales que unen la zona de producción

con los centros de acopio, así como también la informalidad del sistema de transporte terrestre rural.

En cuanto a las mermas, son las pérdidas de los productos que se generan por la mala ejecución de ciertos procesos, como a la hora del empaquetado de los productos a granel, en la carga y descarga de los mismos porque no tienen el tratamiento debido. La seguridad representa un 13% del total y esto se debe porque los agricultores y/o exportadores deben contratar seguros de transporte al momento de trasladar la carga de los centros de acopio hacia el Callao en su mayoría, a veces se realiza pago a policías en los centros de acopio para velar por la seguridad del cacao debido a su alta demanda.

Finalmente, también son importantes los costos que incurren la obtención de permisos y certificaciones obligatorias y voluntarias como el caso del cacao orgánico que requiere de certificaciones orgánicas emitidos por SENASA el cual representa un costo a considerar, debido a que sin esas certificaciones los exportadores no podrían vender su producto, convirtiéndose en algo esencial más que voluntario.

A su vez, es importante conocer los tiempos que genera cada componente anteriormente explicado, los cuales se resumen en el siguiente cuadro:

Tabla 9. Tiempos logísticos

Componentes	Cacao
Tratamiento	21
Transporte	1
Carga y Descarga	1
Nodo Puerto	4
Certificados y Autorizaciones obligatorias	3
Certificados voluntarios*	57
Total	87

Fuente: (MINCETUR, 2016); Elaboración: Propia.

En el cuadro anterior se hace énfasis en el tiempo generado en el nodo puerto y la obtención de los certificados voluntarios que un productor y/o exportador de cacao orgánico debe tener en consideración. La logística en los terminales portuarios representan una problemática actual debido a la congestión que existe para poder ingresar al puerto tardando hasta 14 horas de espera, a su vez, la falta de coordinación de las autoridades encargadas para poder inspeccionar los contenedores entre SENASA y ADUANAS, y también la seguridad en el Puerto del Callao donde varios contenedores son usados por traficantes de droga.

Por otro lado, los certificados y autorizaciones obligatorias comprenden los permisos fitosanitarios y la declaración aduanera de mercancías (DAM), mientras que los certificados voluntarios incluyen el Certificado de Origen, Certificado Orgánico, Comercio Justo y más. MINCETUR (2016) señala que en el caso del cacao orgánico los Certificados de Comercio Justo tardan hasta 57 días, los certificados orgánicos hasta 16 días y el Certificado de Origen hasta 3 días. La demora en los trámites afecta directamente la competitividad del cacao orgánico peruano frente a los

competidores porque genera mayor tiempo, mayores costos y mayor merma, disminuyendo la rentabilidad del producto como se explicó párrafos atrás.

- Certificaciones para el cacao exportado

Cada país tiene diferentes requisitos para la importación de granos de cacao y derivados, para esto cada empresa exportadora debe tener conocimiento acerca de todos los requisitos que necesita para poder exportar sus productos y sobre todo para que sea aceptado en el exterior. Pero existen certificaciones que son necesarias para cualquier mercado internacional, donde se tiene la certificación fitosanitaria de exportación y el certificado de origen.

- ✓ Certificación fitosanitario de exportación: Según (SENASA, s.f) esta certificación lo piden todos los países importadores porque garantiza que el producto que esta por ingresar al país no introducirá ningún tipo de plagas afectando a los consumidores finales. En el caso de nuestro país, esta certificación es brindada por SENASA.
- ✓ Certificado de origen: Este certificado sirve para que el importador tenga la plena seguridad que el producto que está ingresando a su país ha sido fabricado o producido en el país que indica como origen, en el Perú este certificado es emitido por la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) de manera virtual para simplificar procesos.

En el Perú se vienen exportando cacao orgánico, esta tendencia ha ido aumentando poco a poco, referente a este tema algunas empresas exportadoras obtienen otras certificaciones especiales donde tenemos las siguientes:

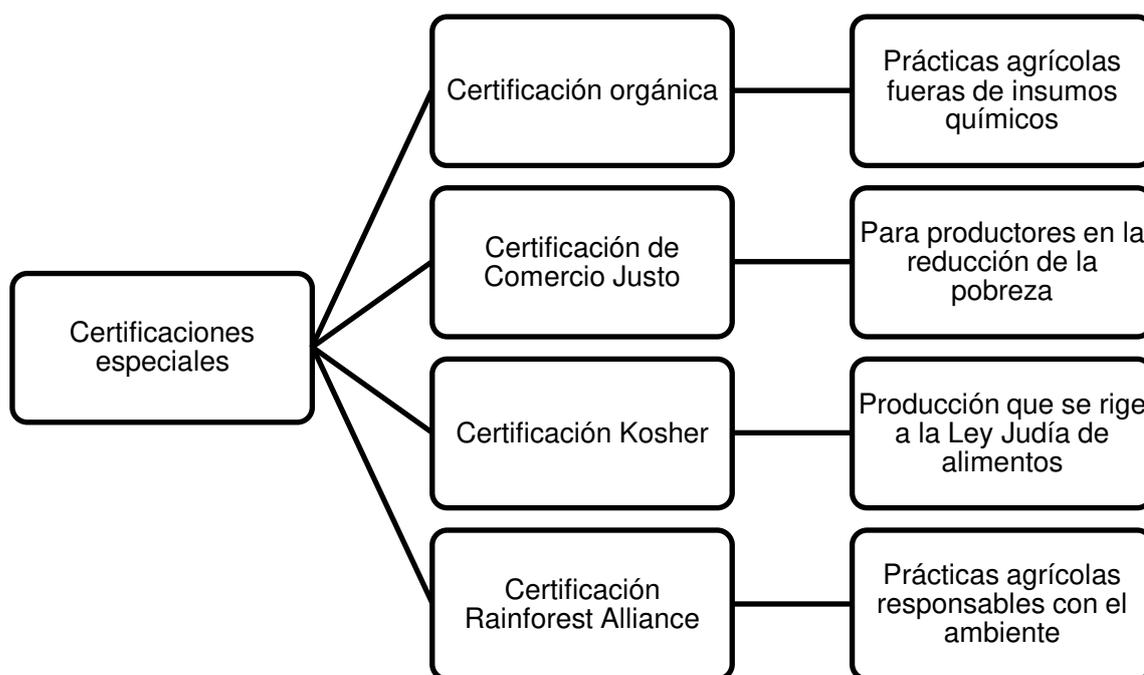


Figura 9. Certificaciones especiales para el cacao.
Fuente: (SIICEX, 2011); Elaboración: Propia.

Aquí en el Perú existen organismos que brindan estas certificaciones como en el caso de la certificación orgánica que es emitido por Bio Latina, entre otras. Obtener estas certificaciones especiales por empresas exportadoras las vuelve empresas serias y con una buena gestión de sus procesos, dándoles una imagen de ser una empresa que brinda productos de calidad, que cuida al medio ambiente y que integra a sus productores de manera que sean beneficiados y puedan mejorar sus ingresos permitiéndoles salir de la pobreza y ser incluidos social y económicamente en su región.

Por otra parte, en el Perú las empresas exportan los granos de cacao y sus derivados en su mayoría en un contenedor de 20 y 40 pies, no lo envían en un contenedor refrigerado porque el tipo de producto no lo requiere salvo aquellas empresas que exportan productos con valor agregado como barras de chocolates listos para consumir en el exterior y también a otras empresas que envían los granos de cacao en un contenedor a granel porque así pueden utilizar mayor espacio dentro del contenedor llevando más carga pero también con mayores costos.

El transporte internacional que se usa para exportar cacao desde el Perú es mediante el transporte marítimo por los bajos costos, mediante contenedores donde la carga se puede presentar paletizada para un mejor manejo de estiba y desestiba y para mayor seguridad, pero también se puede presentar sin paleta, prefiriendo la primera mencionada para poder unitarizarlo. Al momento de empacar y embalar los granos de cacao, las empresas exportadoras suelen inclinarse por los sacos de 64 kg para ser exportados en contenedores de 20 pies que soportan un peso de 21 toneladas.

La exportación de cacao por el transporte marítimo internacional se realiza mediante puertos autorizados, en el caso de Perú todas las empresas exportadoras cacaoteras se encuentran fuera de la capital y en su mayoría transportan la carga a ser exportada al Puerto del Callao, ubicada en Lima,

porque es el puerto donde existe más flujo comercial de mercancía, y en segunda instancia desde el puerto de Paita (Piura).

2.2.6.3 Precio nacional e internacional

Según estadísticas de la ICCO (2016) la cotización del precio del cacao en el año 2015 fue en promedio USD 3,131.64 por tonelada, año en el cual llegó a su precio más bajo en el mes de abril y alcanzó su máximo nivel en el mes de noviembre. Con respecto al año 2016 después de una caída en el primer bimestre el precio tuvo un ligero aumento por un periodo de 3 meses consecutivos para luego volver a la tendencia de baja hasta el cierre del año, alcanzando un precio promedio de USD 2,892.16 representando el 8% menos que el año anterior.

Tabla 10. Cotización del precio del cacao en dólares por tonelada

AÑO 2016	USD /TON
Enero	2,952.42
Febrero	2,916.37
Marzo	3,073.52
Abril	3,078.49
Mayo	3,098.66
Junio	3,122.52

Julio	3,049.97
Agosto	3,033.18
Septiembre	2,881.19
Octubre	2,711.35
Noviembre	2,500.48
Diciembre	2,287.80

Fuente: (ICCO, 2016); Elaboración: Propia.

En el comercio del cacao existen dos mercados. El primero de ellos es el tradicional o de granos convencionales y el segundo corresponde al de granos orgánicos, donde se manejan precios diferenciados. El primero es el mercado de los grandes volúmenes y el segundo muestra una alta tasa de crecimiento debido a que los granos tienen características especiales frente a los convencionales.

El precio del cacao fino de aroma es independiente del precio mundial cotizado en las Bolsas de Londres y Nueva York. En el caso del cacao orgánico, el precio se negocia directamente entre el productor y el comprador, la fijación de precios será influenciado por la calidad de los granos ofrecidos y del origen de los mismos. El cacao orgánico es altamente cotizado por el mercado internacional, llegando a valorizarse en un 30% a 40% que el cacao convencional. (Barrientos, 2015).

En el mercado peruano el precio del cacao ha ido aumentando de manera continua debido a la mayor demanda del cacao convencional y sobre todo del orgánico, a continuación, se muestra un promedio de precios por los últimos 4 años:

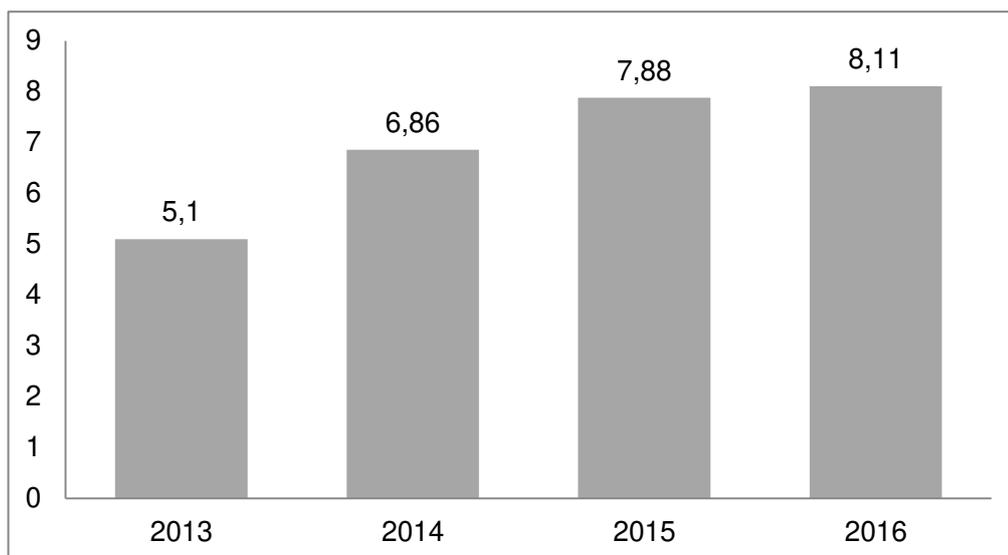


Figura 10: Precio promedio de cacao en chacra – Huánuco, en soles.

Fuente: (DRAH, 2017); Elaboración: Propia.

Como se observa en la gráfica anterior el precio de cacao por kilo en el Perú tiene una tendencia a la alza, en comparación a otros productos agrícolas desarrollados en el país como el café, el ajo e incluso la quinua, el cacao es el producto mejor pagado en el mercado nacional, en consecuencia de la demanda internacional de productos orgánicos en los mercados especializados y las ventajas comparativas que posee el Perú a diferencia de otros países productores.

Los precios expresados en el gráfico anterior hace referencia al cacao convencional mas no del orgánico, es difícil encontrar registros actualizados de los precios actuales del cacao orgánico; sin embargo, (Gestión, 2016) realizó una entrevista a Luis Mendoza Aguilar, Gerente de la Asociación peruana de productores de cacao – APPCacao, quien indica que hasta setiembre del 2016, el precio promedio del cacao convencional por kilo es de S/ 9.8 aproximadamente, mientras que el precio promedio del cacao

orgánico por kilo es de S/. 13.7 aproximadamente, pudiéndose negociar un mayor precio de acuerdo al aroma y sabor del grano.

2.2.7 Estrategias de marketing

En principio, Bradley & Calderón (2006) indican que el marketing internacional consiste en identificar las necesidades y deseos de los consumidores de diferentes mercados y culturas; ofrecerles productos, servicios, tecnologías e ideas que proporcionen a la empresa una ventaja competitiva de marketing y en distribuirlos e intercambiarlos a nivel internacional mediante una o varias modalidades de penetración de mercados internacionales.

Al momento de la internacionalización de la empresa, se debe realizar una selección y segmentación de mercado de acuerdo a los recursos que cuenta la empresa y los objetivos que quieren lograr, el cual constituye una investigación por parte de los especialistas en marketing para conocer las necesidades de cada mercado.

Un favor importante es definir las variables del marketing que servirán en cada mercado objetivo: Política de producto, política de asignación de precios, política de distribución (plaza) y política de comunicaciones (promoción); conocidas como las 4P's.

- Política del producto: se refiere a todos los elementos que integra el bien, servicio o idea que se ofrece, sean características tangibles e intangibles.

- Política de asignación de precios: se determina el costo para el cliente, se realiza una fijación de precios dentro del canal de distribución.
- Política de distribución (plaza): se realiza la administración de la logística, donde se establece como proporcionar la disponibilidad del producto en momentos y sitios apropiados.
- Política de comunicaciones (promoción): usa herramientas de promoción para interactuar con clientes, intermediarios y el público en general, mediante publicidad, promoción de ventas, ferias y eventos, entre otros.

La aplicación de las 4P's dependerá del tipo de producto o servicio que la empresa quiera ofrecer al mercado internacional, en el caso de productos agrícolas se debe tener en cuenta la localización de la empresa en el país de origen para poder evaluar la política de distribución. También se debe considerar y analizar qué estrategia de marketing usarán para entrar en el mercado internacional: concentración o diversificación de mercados.

AGRARIA (2010) cita a Adriana Michel, directora de la revista canadiense Organic Wellnes and News, quien afirma que el desarrollo y marketing de productos orgánicos tiene 3 elementos básicos, estos son: El empaque, la etiqueta y merchandising; el empaque se debe mostrar al consumidor confianza y compromiso, el empaque del producto orgánico debe diferenciarse del producto convencional, el merchandising es el contexto o escenario donde se va a vender el producto como por ejemplo la decoración del stand en una feria.

Participación en ferias internacionales:

Elzakker & Eyhorn (2010) La participación en ferias internaciones, es una estrategia fundamental para conocer potenciales compradores, comprender sus necesidades y entablar negociaciones; por otro lado, también se conoce a la competencia y la posibilidad de poder compararse y realizar estrategias de mejora.

Las principales ferias orgánicas:

- Biofach en Nuremberg, Alemania, es la a más grande y antigua feria orgánica, se realiza en febrero de cada año. Biofach es tan exitoso que se ha extendido a otros países tales como los EE.UU., Japón, China, India y Brasil.
- The All Things Organic en Chicago es el principal evento para los EE.UU. y Canadá. Es organizado por la Asociación de Comercio Orgánico OTA, la asociación empresarial ecológica en América del Norte.
- En el Reino Unido, la principal feria es la de Natural and Organic Food Expo, como su nombre lo indica es tanto para los productos orgánicos certificados como los de productos naturales. Esto incluye a los complementos alimenticios.
- The European Fair Trade Fair es una nueva exposición específicamente para productos de Comercio Justo, celebrado hasta ahora en Francia.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Formulación de hipótesis principal y derivada

3.1.1. Hipótesis general

Los factores claves para la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón – Huánuco son: La

producción, la asociatividad, el financiamiento, el uso de la tecnología, la volatilidad de los precios, la logística interna y las estrategias de marketing.

3.1.2. Hipótesis derivadas

- El aumento del volumen de producción influye de manera positiva en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Maraón porque aumenta su poder de negociación ante los clientes internacionales.
- El nivel de asociatividad de los productores influye directamente en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón debido a que al compartir costos, riesgos, recursos y beneficios de manera conjunta pueden afrontar de manera competitiva y formal el mercado internacional.
- El financiamiento recibido por los productores de la provincia de Maraón influye de manera positiva en la exportación de cacao orgánico puesto que los productores podrán financiar la compra de sus insumos, materiales y equipos y además podrán financiar el costo de las certificaciones orgánicas exigidas en el mercado internacional.
- El uso de tecnología influye de forma positiva en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón porque se reduciría los costos y el tiempo en la obtención del producto final, logrando ser competitivos y eficientes en el mercado internacional.
- La constante fluctuación de los precios internacionales del cacao influye directamente en la oferta exportable de cacao orgánico, ya que aquellos productos que cuentan con certificación orgánica pueden acceder a mejores precios.

- Los altos costos de la logística interna a causa de la dificultad para acceder a las zonas de cultivo y acopio, influyen en la exportación de cacao orgánico, ya que, los tiempos de tránsito son mayores y suponen un alto porcentaje del valor exportado.
- La adecuada aplicación de las estrategias de marketing influyen en el incremento de la oferta exportable de cacao orgánico, la ventaja de un producto orgánico es que posee características y cualidades valoradas en el mercado internacional que pueden ser potenciadas mediante actividades de promoción y publicidad.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño metodológico

La presente investigación utilizó un diseño descriptivo con la finalidad de identificar y describir los principales factores que inciden en la exportación de cacao orgánico. Mediante el diseño descriptivo simple, se determinó de qué manera influye cada factor en la obtención de una adecuada oferta exportable y además se desarrolló una estrategia empresarial para obtener una posición competitiva en el mercado internacional.

4.2. Diseño muestral

En esa investigación se utilizó una población conformada por los productores de cacao de la Provincia de Marañón – Huánuco, el tamaño de la población asciende a 1, 280 productores de cacao. Además, se incluyó a la Cooperativa Agroindustrial Paraíso como otra muestra poblacional.

En cuanto al muestreo, para la presente investigación fue de tipo no probabilístico intencional, el cual consistió en seleccionar a los productores por conocimiento y criterio de los investigadores.

El procedimiento para calcular el tamaño muestral fue mediante una fórmula estadística, la cual se expresa de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

En el cual se consideró los siguientes datos y parámetros:

- Tamaño de la población (N): 1, 280 productores
- Tasa de respuesta (q): 90%
- Tasa de inasistencia (p): 10%
- Error máximo admisible o aceptable (e) : 5%
- Nivel de confianza: 95% (z = 1.96)

Al aplicar esta fórmula con los datos explicados se obtuvo una muestra que asciende a 124 productores de cacao, el cual fue dividido en 2 centros poblados del distrito de Cholon: El Paraíso y el Valle Santa Rosa de Yanajanca;

debido a que el distrito de Choló n es el ú nico que produce cacao en la provincia de Marañón.

4.3. Técnicas de recolección de datos

En la presente investigación se empleó 3 Instrumentos: Una pregunta abierta como instrumento cualitativo, el cuestionario estructurado como instrumento cuantitativo y la entrevista a profundidad como instrumento cualitativo.

En primer lugar, se utilizó una pregunta abierta dirigido a los productores con la finalidad de obtener otros factores no considerados en las hipótesis planteadas, posteriormente se usó el cuestionario estructurado, el cual permitió comprobar la relación existente entre los factores planteados y la oferta exportable de cacao orgánico de la provincia de Marañón.

Contiene las siguientes áreas de interés: La producción, la asociatividad, el financiamiento, la tecnología, la volatilidad de los precios, las estrategias de marketing y la logística interna. Las preguntas formuladas en el cuestionario estructurado tuvieron tres tipos de respuesta: si o no y opciones múltiples.

La validez fue analizada mediante el criterio de análisis de jueces expertos en el tema de investigación, quienes evaluaron las variables de acuerdo al instrumento utilizado.

Finalmente se empleó la entrevista a profundidad para registrar información complementaria y detallada acerca de los factores que influyen en la oferta exportable de cacao orgánico y tener una visión más amplia de los problemas permitiendo proponer un modelo funcional que los solucione.

El contenido de la entrevista a profundidad se basó en las áreas de interés aplicadas en el cuestionario estructurado, con preguntas totalmente diferentes y de respuesta abierta para mayor información.

La validez fue analizada mediante el enfoque de contenido a través del criterio de jueces y/o expertos para conocer la capacidad del instrumento elegido para evaluar las variables estudiadas.

4.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Como resultado de la aplicación de los instrumentos, la información obtenida en ellos se procesó mediante base de datos y tablas dinámicas y, finalmente, fue analizada con la siguiente técnica estadística:

- Análisis de frecuencias: Permite conocer la frecuencia de respuestas de una misma variable categórica de forma cuántica y en porcentaje, lo cual se puede simplificar mediante un gráfico de barras y/o circular para saber el nivel de participación y/o influencia de los factores.

4.5 Aspectos éticos

Esta investigación se sustentó bajo los principios de la ética, los productores de cacao, objeto de estudio de esta investigación, fueron previamente informados sobre el objetivo del estudio para obtener su consentimiento.

Fue factible realizar este estudio, ninguna ley lo prohíbe y no se infringió ninguna norma, los investigadores contaron con los recursos necesarios y fueron competentes para realizar este estudio previo consentimiento de los involucrados.

4.6 Preguntas formuladas a productores y Cooperativa

El detalle del cuestionario y entrevista a profundidad puede apreciarse en el anexo N° 4 y N°5 respectivamente.

CAPÍTULO V. RESULTADOS

5.1 Productores de Cacao

La presente investigación abarcó la situación actual de los productores cacaoteros de los centros poblados de Paraíso, y el Valle Santa Rosa de Yanajanca, con la finalidad de conocer el potencial exportador existente, tomando como indicadores la producción, rendimiento, calidad y nivel asociativo.

Se encontraron diversas variedades de cacao producidas en la zona, entre ellas el cacao CCN51, chunco, aromático, y otros; sin embargo, se da énfasis en el manejo técnico que el productor utiliza en su producción, diferenciándose entre el cacao convencional y el orgánico. Ante esta situación se mostrará en el siguiente gráfico la distribución según el tipo de cacao.

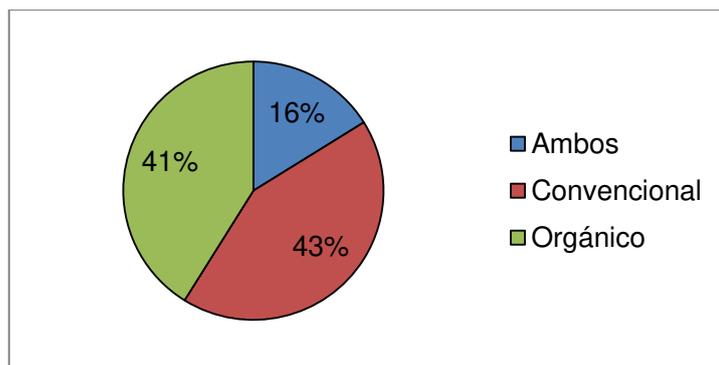


Figura 11: Porcentaje de la distribución según el tipo de cacao.
Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

De los productores de cacao de la provincia de Maraón se encuentra que el 43% producen cacao convencional, 41% cacao orgánico y 16% ambos tipos de cacao; donde en el cacao convencional, según testimonios de los productores, se percibe un mayor rendimiento y conocimiento del manejo por parte de los mismos.

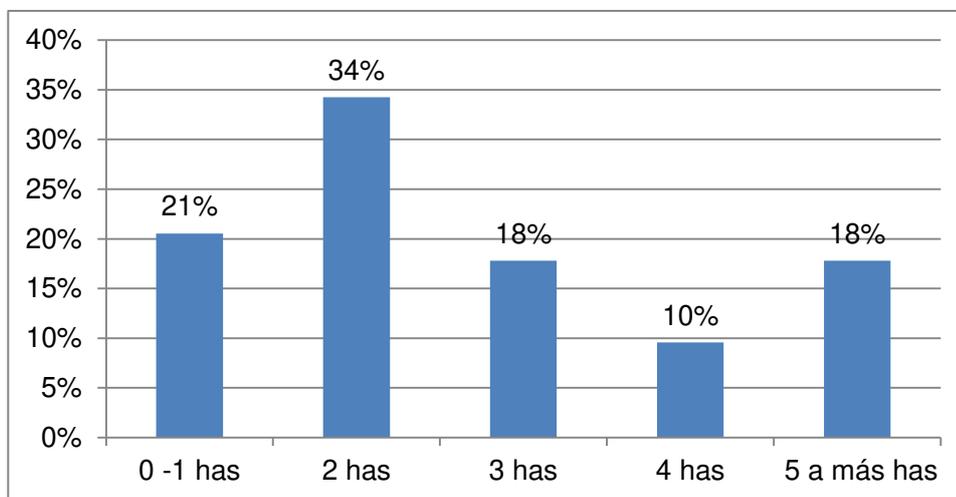


Figura 12: Porcentaje de productores según el número de hectáreas en producción que poseen de cacao convencional.
Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

Respecto a la producción de cacao convencional en la provincia de Maraón se encontró que el 34% de agricultores cuenta con 2 hectáreas de

este tipo de cacao, seguidos de pequeños productores que tienen media hectárea o 1 hectárea de cacao convencional, en la mayoría de los casos se trata de productores que se dedican a la producción de cacao solo por subsistir. Por otro lado, se observa un 18% de agricultores que concentran entre 5 a más hectáreas, en las encuestas realizadas en la presente investigación se ha encontrado productores hasta con 25 hectáreas cada uno.

Sin embargo, un aspecto importante a evaluar es la capacidad del agricultor para poder manejar eficientemente sus tierras y eso se ve reflejado en el rendimiento por hectárea que obtenga, que se puede ver a continuación:

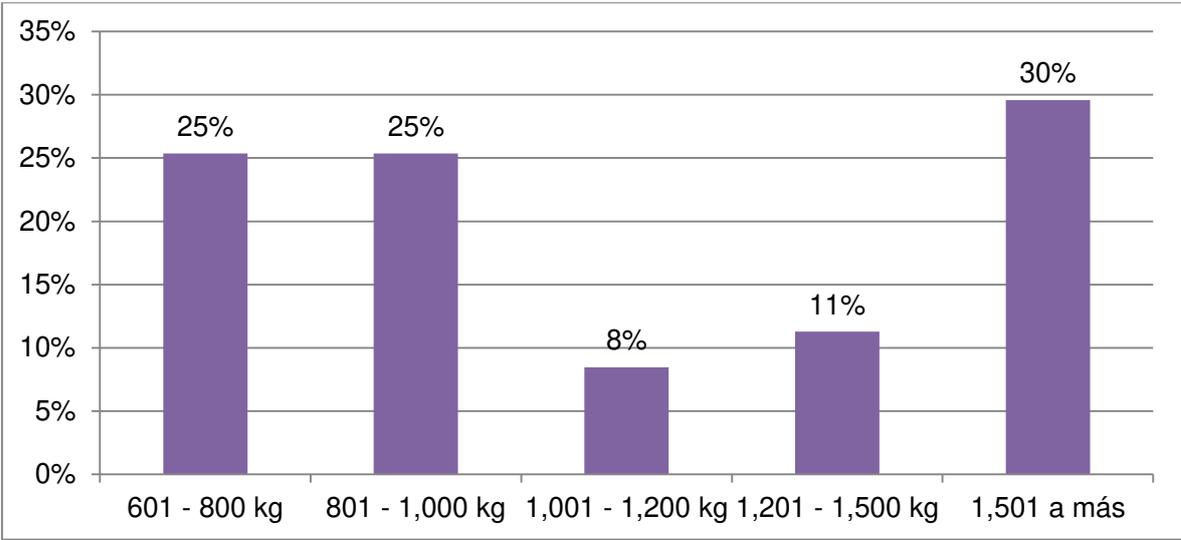


Figura 13: Porcentaje de productores según el rendimiento en kilogramos por hectárea que poseen de cacao convencional.
Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

En referencia al rendimiento por hectáreas de cacao convencional, el 30% de los productores tiene un rendimiento superior a 1,500 kilogramos por hectáreas; sin embargo, el 50% se concentra entre 600 y 1,000 kilogramos. El bajo rendimiento se debe principalmente a que la mayoría de los productores

solo cosechan lo que la planta les produce, sin esforzarse por manejar adecuadamente su cacao aplicando las buenas prácticas agrícolas y así mejorar su producción no solo en volumen sino también en calidad.

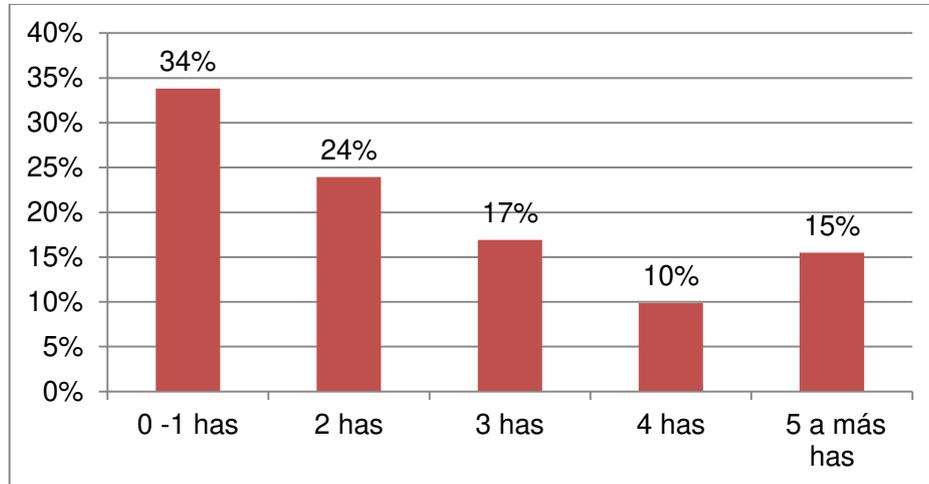


Figura 14: Porcentaje de productores según el número de hectáreas en producción que poseen de cacao orgánico.

Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

Respecto a la producción orgánica, la mayoría de productores solo poseen entre media y 1 hectárea de cacao orgánico conformando el 34% del total de la población orgánica en comparación a la producción convencional, esto se debe a varios motivos: miedo a arriesgar, falta de cultura orgánica en la zona, falta de motivación mediante un precio diferencial y falta de capital. El 24% de la población posee 2 hectáreas y el 15% de 5 hectáreas a más, este último grupo tiene una mayor conciencia orgánica y sabe más sobre el manejo del cacao orgánico.

Sin embargo, los agricultores que poseen pocas hectáreas de cacao orgánico comienzan con éste cultivo por la falta de capital, por lo tanto, no hacen uso de insumos químicos considerándose como orgánico, pero

conforme pasa el tiempo tienen una mayor tendencia de volver su producción convencional por la falta de cultura orgánica.

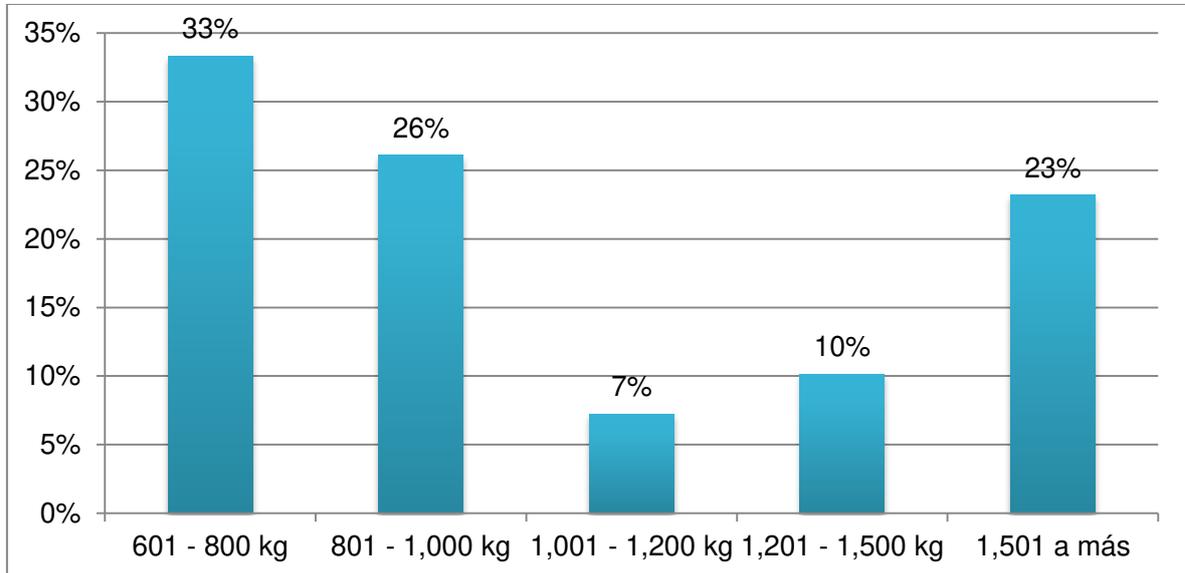


Figura 15: Porcentaje de productores según rendimiento en kilogramos por hectárea que posee de cacao Orgánico.

Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

El rendimiento por hectárea del cacao orgánico es menor al rendimiento del cacao convencional, el 33% produce entre 600 y 800 kilogramos por hectárea, y alrededor del 60% produce menos de 1,000 kilogramos, el cacao orgánico necesita más cuidados que el cacao convencional, ya que este tiene mayor susceptibilidad a las plagas; sin embargo, a diferencia del convencional, el cacao orgánico es sostenible en el tiempo, ya que se cuida el entorno donde se desarrolla haciéndola una tierra más fértil por la ausencia de insumos químicos, lo cual genera que a futuro el cacao orgánico tenga un mayor rendimiento.

Otro aspecto importante de la investigación es conocer la cultura asociativa de la provincia del Maraón, se tiene que el 76% de los productores de cacao de la zona no pertenecen a una cooperativa o alguna otra forma de asociación mientras que solo el 24% de los productores si pertenecen, como se puede observar en el siguiente gráfico:

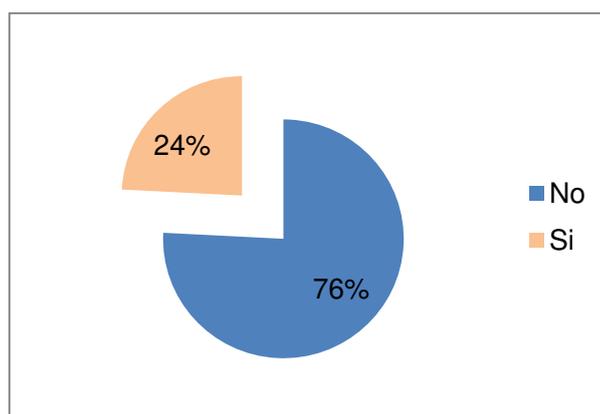


Figura 16: Porcentaje de participación de productores de cacao en cooperativas. Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

En el centro poblado Paraíso se encuentra la Cooperativa Agroindustrial Paraíso, la cual cuenta con 122 asociados a la fecha aproximadamente, anteriormente, contaban con mayor cantidad de asociados, pero se han ido retirando progresivamente debido a 2 temas puntuales: Demora en los pagos por la venta de su cacao y poca diferenciación en precios respecto a intermediarios. Por otro lado, productores que no han pertenecido a una cooperativa anteriormente no tienen información sobre su operación, los requisitos para pertenecer a la cooperativa o los beneficios de ser asociados. Algunos productores manifestaban la desconfianza que sienten hacia la cooperativa, transmitiendo falta de transparencia en sus actividades.

Mientras que en el centro poblado Valle Santa Rosa de Yanahanca se encuentra la Cooperativa Valle Santa Rosa de Yanahanca que aún no tiene ni un año de formación. Los productores de la zona tienen poca cultura de asociatividad en comparación al Centro Poblado Paraíso, debido a que los intentos por conformar una asociación han fracasado. Hace 2 años se formó una asociación de productores cacaoteros pero fracasó por falta de recursos y asesoramiento. Los productores de la zona venden su cacao a los intermediarios que llegan al lugar, sin embargo, consideran que la presencia de una cooperativa y empresa procesadora de cacao los ayudaría a todos a mejorar la producción de cacao orgánico.

Por otro lado, la capacitación para el manejo adecuado del cacao es importante no solo para incrementar el rendimiento, sino también para mejorar la calidad del grano y asegurar la producción de cacao orgánico; sin embargo, al realizar el estudio se obtuvo como resultado que solo el 59% de los productores ha recibido capacitación, esto es una cifra baja considerando los programas del gobierno tales como PRODATU , PDA“ Programa de desarrollo alternativo” entre otros, y otras instituciones para capacitar a los productores.

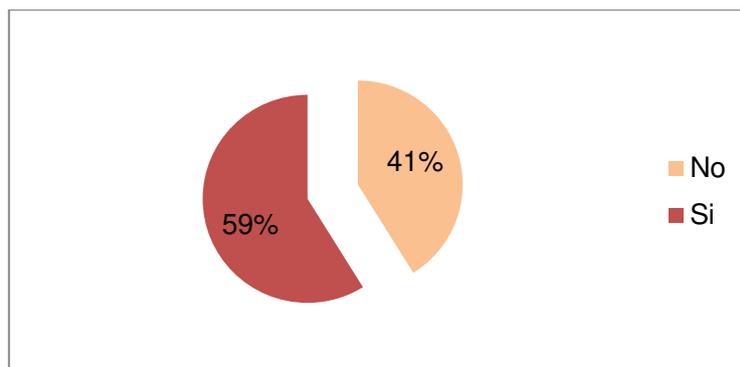


Figura 17: Porcentaje de productores que recibieron capacitación sobre el manejo de cacao orgánico.

Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

En cuanto a los productores que recibieron capacitación, el 23% aplicaron las prácticas agrícolas en su totalidad; y el otro 76% las aplicó parcialmente, los productores mencionaron que no aplicaron algunas de las prácticas agrícolas porque demandaban mucha inversión, otros solo aplicaron lo que entendieron y lo que les resultó más sencillo; y también existen productores con resistencia al cambio.

La educación cumple un factor fundamental para la comprensión y la adecuada aplicación de las prácticas agrícolas enseñadas durante las capacitaciones; sin embargo, las personas o entidades que realizan las capacitaciones no estudian previamente a su público objetivo, por lo tanto, no logran que los agricultores puedan comprender a cabalidad y sus intentos por incentivar la producción orgánica generalmente fracasa, estos factores limitan que las capacitaciones sean efectivas, cabe resaltar que las capacitaciones no son constantes por lo que muchos agricultores optan por no continuar con las prácticas enseñadas por falta de asesoramiento.

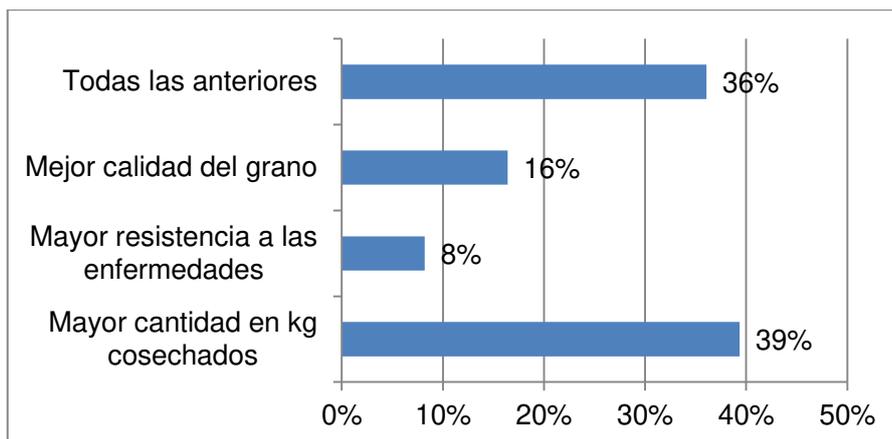


Figura 18: Porcentaje de productores según los beneficios obtenidos de las capacitaciones.

Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

Los productores que han recibido capacitación sobre el manejo de cacao orgánico expresaron haber obtenido una mayor cantidad de kilos cosechados en su producción orgánica, lo cual constituye un mayor nivel de producción, seguido por una mejor calidad del grano y un 8% obtuvo una mayor resistencia a las enfermedades. Los beneficios percibidos por los productores dependen del nivel de aplicación de las buenas prácticas agrícolas en la producción de cacao, ya que la mayoría lo aplicaba de manera parcial por las razones antes expuestas.

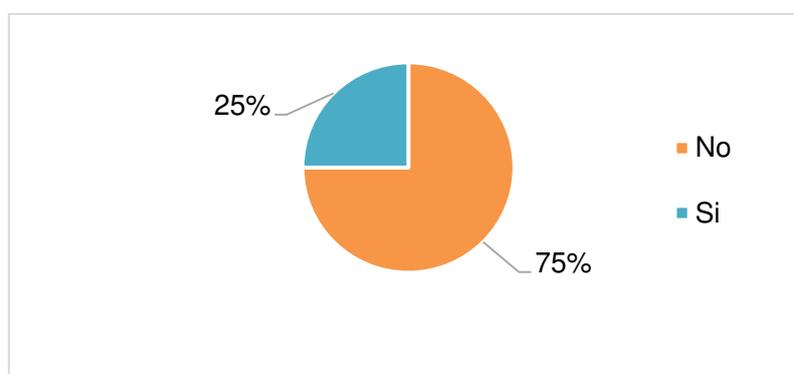


Figura 19: Porcentaje de productores que recibieron financiamiento para su producción de cacao.

Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

El financiamiento siendo un factor de gran importancia para la producción de cacao, es uno de los menos utilizados, solo el 25% de los productores encuestados solicitaron y obtuvieron financiamiento, el problema principal viene a ser el poco interés de los productores para solicitar financiamiento; es muy común que los visiten diferentes representantes de entidades bancarias; sin embargo, los requisitos que solicitan suelen ser demasiado complicados para los productores y el interés es considerado muy alto; además, existe desconocimiento acerca de los requisitos para poder acceder a un préstamo y los montos relativamente pequeños.

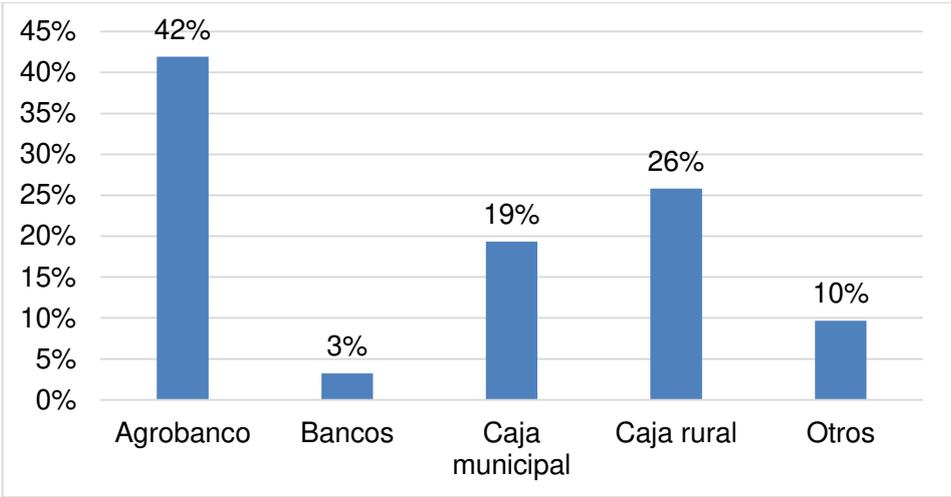


Figura 20: Porcentaje de productores según la entidad financiera donde se solicitó el préstamo.
Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

La entidad financiera más solicitada es Agrobanco, el 46% de los productores que recibieron financiamiento fueron otorgados por Agrobanco, una entidad financiera del Estado que actúa como instrumento para el desarrollo del sector agropecuario, cuenta con una gran cartera de ofertas

financieras; Agrobanco además de otorgar créditos también capacita a los cacaoteros a través del programa de Alfabetización Financiera, el cual viene a ser un instrumento para facilitar el manejo de las finanzas de los pequeños y medianos productores, el objetivo de este programa es elevar la productividad y la calidad del grano con el apoyo de Alianza Cacao Perú.

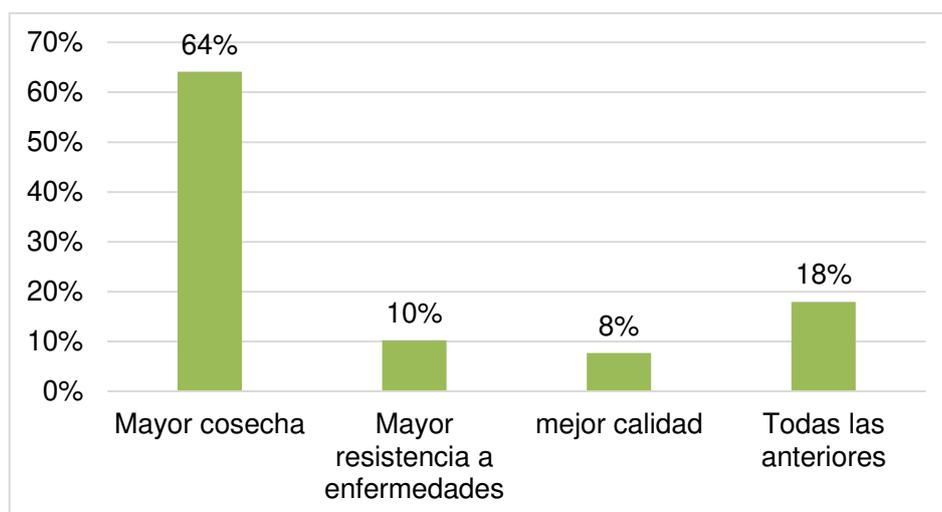


Figura 21: Porcentaje de productores según los beneficios obtenidos por el financiamiento.

Fuente: Encuesta; Elaboración: Propia.

El financiamiento fue destinado principalmente para la compra de insumos y el mantenimiento de las parcelas, y en segundo lugar para la ampliación de las chacras. Logrando como resultado que más de un 64% de los productores financiados obtuvieran una mayor cosecha, es decir, un mayor volumen de producción expresados en mayores kilos cosechados por hectárea. Por lo cual, se puede deducir que existe una relación directa entre el financiamiento y la producción de cacao de los agricultores.

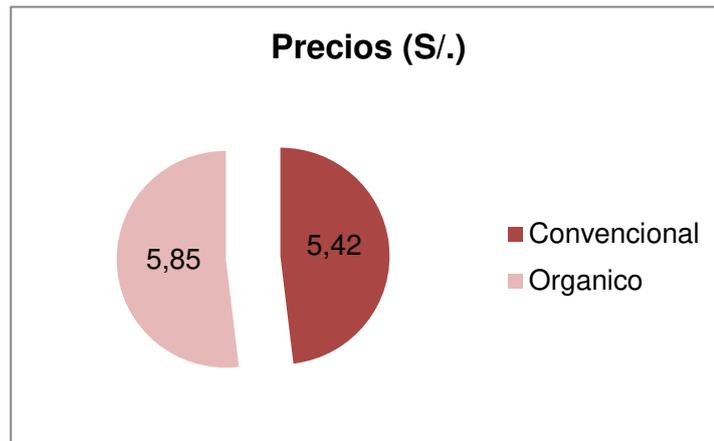


Figura 22: Precio promedio en chacra por tipo de cacao en soles.
Fuente: Elaboración Propia.

Durante el último bimestre se ha visto la caída del precio del cacao tanto convencional como orgánico, donde los productores venden en promedio su cacao convencional por kilo a S/5.42 y el cacao orgánico a S/ 5.85 con tan sólo S/ 0.43 céntimos de diferencia entre ambos tipos de cacao. Por esta razón, la mayoría de los productores destinan sus recursos a la producción de cacao convencional porque el precio del cacao orgánico no compensa los esfuerzos que requiere dicho cultivo, el cacao convencional rinde más a nivel de kilos cosechados para los productores de la zona y al momento de venderlo le genera mayores ingresos inmediatos pero sin pensar en la salud de sus chacras, ni la producción a largo plazo.

La baja del precio del cacao se debe a la caída de la bolsa de valores de Londres y Nueva York, cuyo precio por tonelada ha ido decreciendo progresivamente como consecuencia del aumento de la producción de cacao de Costa de Marfil, principal productor mundial de cacao, y la mayor presencia de Ecuador en la producción mundial del cultivo.

5.2 Cooperativas

Las cooperativas u otras formas de asociación representan un mecanismo fundamental para exportar los granos cacao de la zona, es por ello que también se estudió la situación actual de la cooperativa Agroindustrial Paraíso, la única cooperativa exportadora de la provincia de Marañón, otras cooperativas aún son pequeñas, están en proceso de formación, consolidación y venden solamente al mercado local.

La Cooperativa Agroindustrial Paraíso se fundó a inicios del 2013 y comenzó sus actividades de exportación en el año 2014, sin embargo, no realiza exportaciones de manera independiente, sino a través de una Central ubicada en el departamento de San Martín, la cual está constituida por 6 cooperativas: Cooperativa Agroindustrial Asproc, Cooperativa Agroindustrial Uchiza Ltda, Cooperativa Agroindustrial Cordillera Azul Nuevo Progreso Ltda, Cooperativa Agraria del Valle del Mishollo, Ltda, Cooperativa Agroindustrial Cpcacao Tocache Ltda y la Cooperativa Agroindustrial Paraíso Ltda (siendo la única ubicada en el departamento de Huánuco); independientemente la Cooperativa es una de las mayores aportadoras de granos de cacao a la Central teniendo como proyección a final del año 2017, una producción de 300 toneladas.

Actualmente, cuenta con 3 clientes Europeos: Zotter Schokoladen Manufaktur, ICAM y PRONATEC, a quienes les envían 100 kilos de granos de

cacao en muestras anualmente con la finalidad de cerrar un nuevo contrato de compra y venta. Cabe resaltar que debido a la volatilidad de los precios internacionales, se realizan contratos a futuro para minimizar el riesgo.

Para asegurar la calidad de su oferta exportable, la cooperativa se encarga de velar que los socios cumplan con los estándares de calidad necesarios para atender los requisitos del mercado internacional, para ello realizan análisis de suelos y trabajan de acuerdo a las normas de certificación, seleccionando los granos sanos y posteriormente a través de una máquina clasificadora de calidad.

La certificación de calidad es fundamental para acceder al mercado internacional, Se renueva cada año y tienen un alto costo, sin embargo, al pertenecer a la Central los gastos son compartidos.

Adicionalmente, el financiamiento ha cumplido un rol muy importante en el desarrollo y crecimiento de la Cooperativa Agroindustrial Paraíso, permitiéndole contar con capital de acopio para compra y venta de granos, expansión de sus instalaciones, adquisición de vehículos para el acopio y distribución de cacao, costos logísticos de exportación y certificaciones.

Como Central Cacao de Aroma cuentan con estrategias de marketing establecidas mediante representaciones en los países de los clientes, adicionalmente participan activamente en ferias nacionales e internacionales, cuentan con página web, página en Facebook y una marca conjunta; sin

embargo, la Cooperativa como entidad independiente no ha desarrollado estrategias de marketing a la fecha.

Por otro lado, la Cooperativa Agroindustrial Paraíso brinda capacitación sobre el manejo técnico de cacao orgánico mensualmente a todos sus asociados, mediante las Escuelas de Campos denominadas ECAS; a su vez, explican acerca de los beneficios de la exportación con la finalidad de concientizar a los agricultores sobre la importancia de producir cacao orgánico de calidad.

En el ámbito logístico, el difícil acceso para llegar al puerto del Callao desde el Centro Poblado Paraíso genera un alto costo y riesgo debido a la escasa infraestructura vial de la zona, viéndose reflejados en los costos de transporte y seguro aplicables a la distribución de la carga desde las instalaciones de la Cooperativa.

CAPÍTULO VI. DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación fueron obtenidos a través de encuestas a los productores y entrevista al Presidente de la Cooperativa Agroindustrial Paraíso localizada en la zona de estudio, quedando registrado dichas actividades mediante fotografías, videos, audios y cuestionarios completos.

En el caso de las herramientas utilizadas, como el cuestionario estructurado y la entrevista a profundidad, fueron sometidas a criterio de jueces expertos quienes observaron y recomendaron mejoras para la obtención de resultados más precisos de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Los resultados obtenidos en el estudio del área en mención no se pueden generalizar a la producción de cacao orgánico en todas las regiones del Perú, debido a las diferencias del tipo de suelo, condiciones climáticas, espacio geográfico y el nivel de educación de los productores; ni a la exportación de cacao orgánico puesto que las cadenas logísticas en cada zona de estudio son diferentes, así como la volatilidad de los precios internacionales aplicable a cada tipo de cultivo.

Sin embargo, se puede afirmar que los resultados obtenidos correspondientes al financiamiento y estrategias de marketing pueden ser aplicados a otros cultivos, debido a que se estudia su potencial de exportación, siempre y cuando los productores se encuentren organizados bajo alguna modalidad asociativa.

También se puede generalizar la metodología empleada en la investigación, ya que las herramientas e instrumentos utilizados cumplen la función de averiguar al detalle y recopilar la información necesaria sobre los factores claves y su influencia en la exportación de cacao orgánico.

- Limitaciones de la investigación

Dentro de las limitaciones que existieron en el desarrollo de la investigación se puede citar las siguientes: Datos sobre precios proporcionados por las fuentes oficiales (Dirección Regional de Agricultura de Huánuco) y poco fiables que se tuvieron que ajustar durante la fase de campo, educación de los productores, accesibilidad a las zonas productoras, disponibilidad de los productores y lejanía entre las casas de los mismos.

La estructura del cuestionario sufrió variaciones debido a que los rangos de precios fueron expresados tomando como referencia los datos de la Dirección Regional de Agricultura de Huánuco, los cuales no se ajustaban a la realidad de la zona.

La educación de los productores fue una limitación importante de la investigación porque dificultó el desarrollo de los instrumentos, la mayoría de los productores no comprendían las preguntas del cuestionario y otros eran analfabetos por lo que se tuvo que leer y explicar cada pregunta a los productores trayendo como consecuencia la demora en la realización de las encuestas.

La accesibilidad a las zonas productoras fue una limitación diaria debido a que las zonas estudiadas no contaban con vías de acceso directas por ausencia de puentes y pistas, recurriendo al transporte fluvial mediante balsas como única fuente de conexión entre la carretera principal y la zona en estudio.

Otra limitación fue la disponibilidad de los productores para responder las preguntas del cuestionario porque muchos de ellos estaban trabajando en sus parcelas y no tenían un horario definido de trabajo. Además, la falta de confianza de los productores en responder el cuestionario generó una serie de preguntas sobre la procedencia de las personas involucradas y la finalidad del estudio.

Por otro lado, para realizar los cuestionarios y entrevistas se efectuaron visitas al domicilio de cada productor, ya que al ser una zona rural se encontraban alejadas unas de otras, aumentando la demora en la realización de las actividades planeadas.

- Asociatividad y Producción

La producción y exportación de cacao orgánico requiere de Certificaciones Orgánicas que garanticen la calidad e inocuidad de los granos, así como también Certificación de Comercio Justo. Todas las certificaciones necesarias constituyen un costo alto de inversión, es por eso que la Cooperativa Agroindustrial Paraíso al pertenecer a una Central en Tocache comparte los gastos generados por las certificaciones entre todos los actores involucrados,

tal como indica Promperu (2013), que la asociatividad genera volúmenes de oferta exportable y permite compartir costos, beneficios y riesgos de manera conjunta para la obtención de certificaciones de calidad.

Además, la asociatividad les permite a los productores asociados tener acceso a mayores capacitaciones y/o asistencia técnica lo cual les genera un mayor rendimiento del cultivo por hectárea, en consecuencia mayor volumen y calidad del grano, en comparación con los productores no asociados quienes obtienen un rendimiento promedio de 700 kilos por hectárea, es decir, 35% menos que los productores asociados. Dichos resultados validan lo expuesto por la Comunidad Andina (2014) respecto a las capacitaciones y asistencia técnica brindada a los productores, quienes han obtenido buenos resultados respecto a la productividad del cacao orgánico en el proyecto ejecutado.

Adicionalmente, instituciones como DEVIDA brindan capacitación a los productores donde asociados y no asociados pueden participar; sin embargo, los productores no logran comprender todas las prácticas enseñadas, es por eso que la Cooperativa Agroindustrial Paraíso cuenta con Escuelas de Campo para Agricultores - ECA'S para transmitir conocimientos y técnicas sobre el cultivo de cacao a sus asociados. Por tal motivo, se reafirma los beneficios expuestos por FINAGRO (2012) respecto a la asociatividad: asistencia técnica y transferencia del conocimiento, acceso a nuevos mercados, entre otras.

La Cooperativa Agroindustrial Paraíso mediante las ECAS'S no solo brinda capacitación sobre las buenas prácticas agrícolas sino también sobre los

beneficios de la exportación, aspecto que MINCETUR (2008) menciona como ventaja de la asociatividad: mejora del conocimiento técnico-productivo y comercial.

- **Financiamiento**

En la provincia de Maraón sólo el 25% de los productores han solicitado y obtenido financiamiento, donde la mayoría de los recursos fueron destinados para la compra de insumos y/o ampliación de parcelas generando una mayor cosecha de cacao orgánico entre los financiados, lo cual Cartagena (2010) confirma al expresar que la falta de financiamiento genera poco volumen de producción del cultivo.

A su vez, existen diferentes instituciones que brindan préstamos y/o créditos en el sector agrario como Agrobanco, bancos comerciales, intermediarios financieros especializados (cajas municipales y rurales) y los fondos de inversión; en este caso, existe una aplicación de la teoría a la práctica por parte de Agrobanco y los intermediarios financieros especializados en la zona del Maraón, siendo las instituciones más representativas en el otorgamiento de préstamos y créditos agrícolas, convirtiéndose en buen aporte para la mejora de la producción.

El financiamiento también abarca a las cooperativas de productores donde Viteri (2011) concluye que la inversión para la producción de cacao constituye una fuerte debilidad para las asociaciones de productores; sin

embargo, esta investigación refuta lo dicho por Viteri debido a que la Cooperativa Agroindustrial Paraíso, con 4 años de creación, no cuenta con una estructura financiera débil, lo cual se ve reflejado en la exportación de los granos de cacao orgánico, mediante el financiamiento a través de bancos y participación en proyectos nacionales.

- Tecnología

La tecnología asociada a nivel de producción de cacao orgánico, según el estudio realizado por Torres & Rodríguez (2015) mediante la transferencia de tecnología a los productores de cacao en Santander – Colombia se logró incrementar la producción, ingresos y la competitividad del cultivo, asimismo, el INIA (2011) implementó nuevas tecnologías como la poda coronal, fertilización potásica logrando como resultado el incremento del rendimiento en un 45% y el aumento de la rentabilidad en un 43%.

En referencia a los resultados obtenidos en la presente investigación, en la práctica existen pocas herramientas y maquinarias que pueden ser utilizadas en la etapa de producción como la motoguadaña y fumigadora permitiendo reducir costos y tiempo; sin embargo, la tecnología a la que hace referencian Torres y Rodríguez así como también el INIA está relacionada al desarrollo de clones y prácticas agrícolas. En ese sentido, el factor estudiado serían las prácticas agrícolas. El enfoque del factor en esta investigación está asociado a nivel de Cooperativas y/o asociaciones, quienes se ven beneficiados por el uso

de la tecnología con máquinas empleadas en la selección y clasificación de granos para la exportación.

- Precios Internacionales

Los resultados de la investigación reafirman que los precios del cacao Orgánico y el cacao convencional son diferentes, tal como Gutiérrez (2007) afirma, el Perú es competitivo en la producción de cacao orgánico y tiene mejores oportunidades en los mercados especiales, aun cuando los precios del cacao genérico se vean afectados a futuro, los precios en los mercados especiales de cacao orgánico se mantienen; asimismo (Barrientos, 2015) menciona que el cacao orgánico llega a valorizarse en el mercado internacional de un 30% a 40% sobre el cacao convencional; sin embargo, esta variación en los precios se percibe con mayor claridad a nivel de empresas, cooperativas u otra forma de asociación, debido a la práctica constante de contratos a futuros y mercados diferenciados; por otro lado a nivel de productores independientes no resulta ser tan diferenciado, los precios suelen ser similares debido a que, generalmente, se comercializan como cacao genérico por la falta de conocimiento de algunos productores en la zona de estudio.

- Logística Interna

La Logística es un tema que está estrechamente relacionada a la actividad de las Cooperativas y/o Asociaciones, para la Cooperativa Agroindustrial Paraíso los costos de transporte y seguros son elevados debido al difícil acceso a la zona y la deficiente infraestructura vial, lo cual reafirma lo expuesto por

MINCETUR (2010) quien indica que los costos logísticos representan el 21,8% del valor FOB, siendo el transporte el componente que genera mayor costo a causa del mal estado en que se encuentren las carreteras rurales, así como también a la informalidad del sistema de transporte terrestre rural.

- Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing para fomentar la actividad comercial son indispensables en la exportación de cacao orgánico en la región, en ese sentido, la Central Cacao Aroma pone en práctica algunas estrategias de marketing: Posee una página web y una página en Facebook, participa activamente en ferias internacionales, además cuentan con un bróker en el extranjero que busca activamente potenciales clientes, tal como indica la teoría Elzakker & Eyhorn (2010) la participación en ferias internacionales es una estrategia fundamental para conocer potenciales compradores, sus necesidades y entablar negociaciones.

- Contraste de hipótesis

El volumen de producción de cacao influye de manera positiva en la exportación de cacao orgánico debido a la gran demanda de los clientes internacionales tanto en volumen como calidad; mediante transacciones comerciales de 100 toneladas promedio por cliente, cantidad que un productor independiente no puede lograr con sus propios recursos.

Por lo mismo, la asociatividad es un factor que influye directamente en la exportación de cacao orgánico en la zona de estudio, debido a que mediante las cooperativas se logra obtener una buena oferta exportable a través de las capacitaciones mensuales que se realizan, con el fin de garantizar la calidad del grano y que los productores puedan comprender y aplicar las prácticas agrícolas enseñadas, así como concientizarlos sobre la producción orgánica. A su vez, la oferta exportable permite a la cooperativa tener poder de negociación con los proveedores y la apertura de mercados internacionales.

Respecto al financiamiento, influye directamente en la exportación de cacao orgánico debido a que la Cooperativa debe hacer frente a los costos de las certificaciones orgánicas, costos logísticos, infraestructura y costo social (enfocado al proceso productivo a cargo de los agricultores). Además, el financiamiento permite a los productores obtener una mejor oferta exportable mediante la ampliación de parcelas y la compra de insumos y herramientas.

La tecnología influye de manera regular en la exportación de cacao orgánico, debido a que al ser exportado en grano sin ningún valor agregado no requiere el uso de maquinarias para un proceso de transformación, siendo aplicado, principalmente, en el proceso de selección y clasificación de granos.

La fluctuación de los precios internacionales no tiene un gran impacto en la exportación de cacao orgánico debido al uso frecuente de contratos a futuro para cada transacción comercial, fijándose precios desde las negociaciones sin

que estos se puedan ver afectados por los cambios de precios en la bolsa, además los mercados para el cacao orgánico y el cacao convencional son diferentes, siendo este último más susceptible a la baja de precios, ya que son determinados por los grandes productores de cacao a nivel mundial.

La logística influye directamente en la exportación de cacao orgánico, la deficiente infraestructura vial como la ausencia de puentes y carreteras en mal estado en la zona de estudio, generan elevados costos de transporte y seguros, lo cual tiene un impacto directo en los beneficios económicos percibidos como consecuencia de la exportación.

El marketing resulta ser un factor fundamental para la exportación de cacao orgánico, puesto que la participación en ferias internacionales permite captar nuevos clientes, establecer relaciones comerciales y concretar ventas, así como también permite conocer a la competencia para establecer estrategias de mejora.

6.2 Propuesta para la exportación directa de cacao orgánico en la provincia de Marañón

Para poder exportar directamente se requiere de una oferta exportable óptima de cacao teniendo en cuenta el volumen y la calidad ofertada al cliente internacional. A través de la presente investigación se ha podido identificar el nivel productivo de la zona cacaotera, obteniendo información sobre el número de hectáreas que posee cada productor y el rendimiento por cada una de ellas en

campana, expresados en kilogramos, en base a la investigación se puede exponer los siguientes cálculos:

De la muestra de 124 productores de cacao de la zona, 71 de ellos cuentan con cacao orgánico representando 113 toneladas de producción orgánica por campana grande, lo que equivale a 7 contenedores de 20 pies al año.

Por su parte, la Cooperativa Agroindustrial Paraíso cuenta con 68 productores de cacao orgánico asociados, lo cual representa una producción orgánica estimada de 264 toneladas por campana grande, lo que equivale a 16 contenedores de 20 pies al año.

Queda notado la diferencia de toneladas producidas entre los 71 productores parte de la muestra y los 68 productores asociados de la cooperativa, puesto que su rendimiento es totalmente diferente debido al nivel de capacitación, captación y aplicación de las buenas prácticas agrícolas enseñadas en las mismas.

Por tal motivo, se propone la formación de una cooperativa de segundo grado entre la Cooperativa Agroindustrial Paraíso y Cooperativa del Alto Valle de Yanahanca ubicadas en la provincia de Marañón, con el objetivo de exportar directamente su oferta de cacao orgánico mediante una misma marca sin perder su autonomía jurídica.

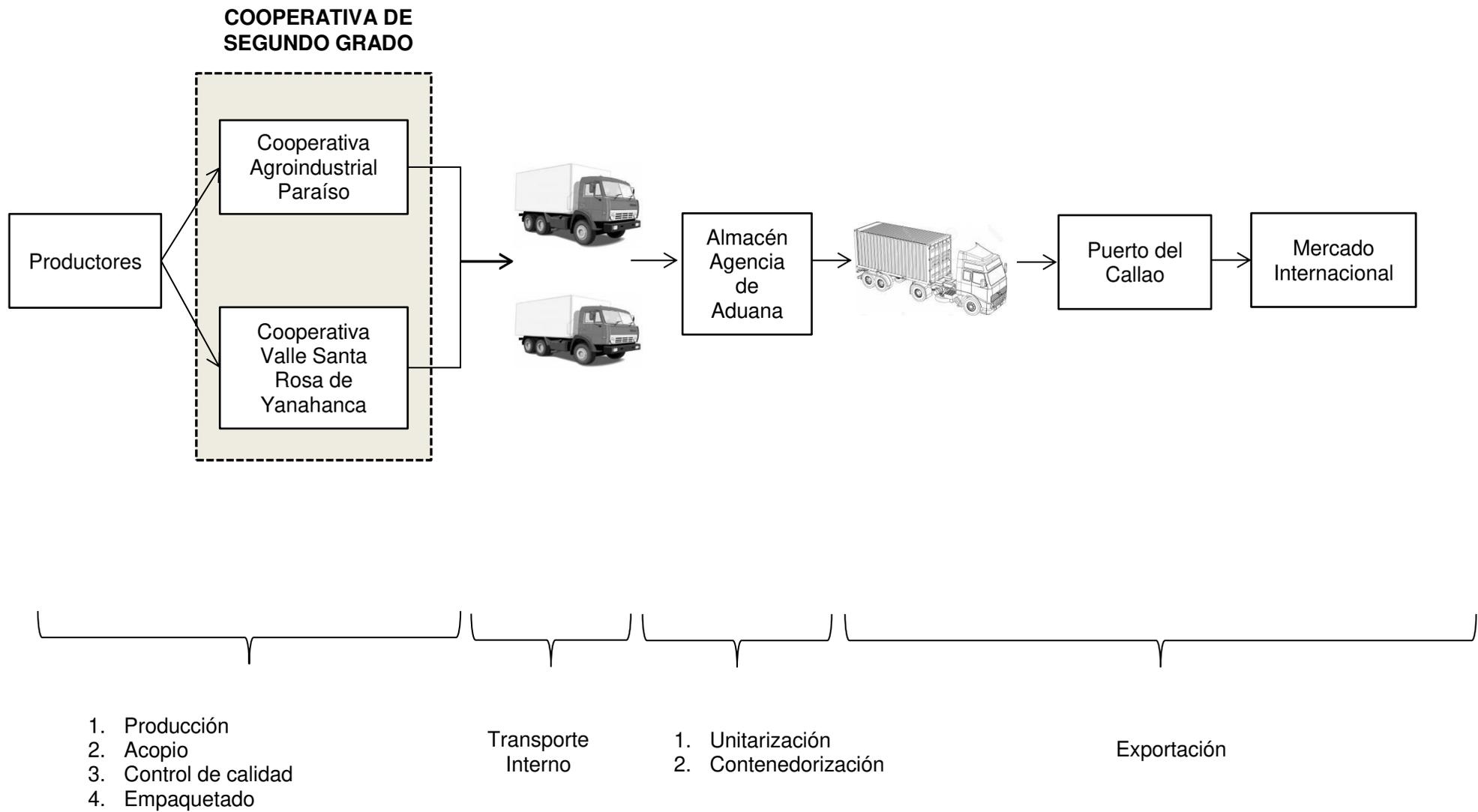


Figura 23: Propuesta de cadena de exportación de cacao orgánico.
 Fuente: Elaboración propia.

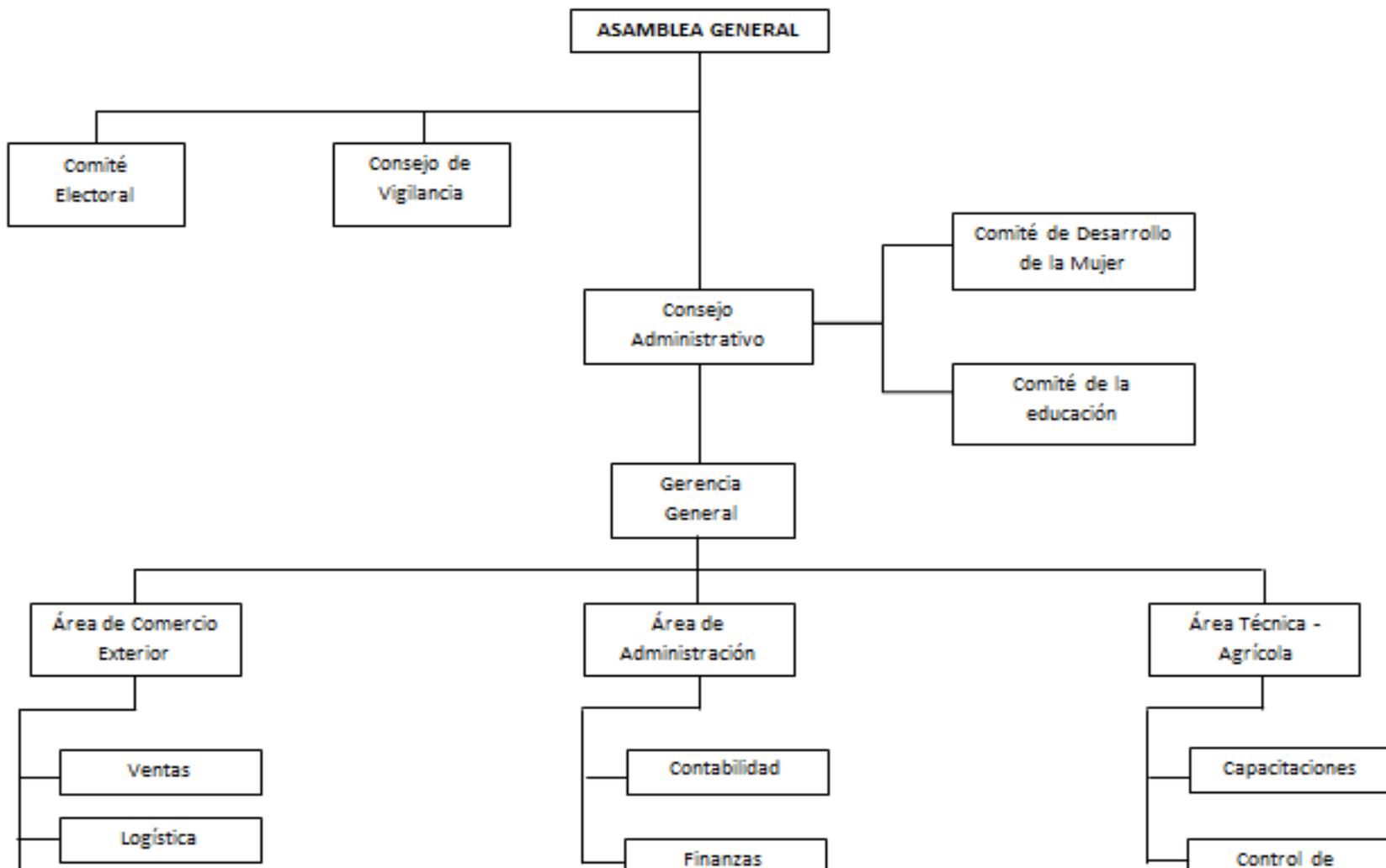


Figura 24: Propuesta de organigrama de Cooperativa de Segundo Grado.
 Fuente: Elaboración Propia.

CONCLUSIONES

1. Los factores claves para la exportación de cacao orgánico en la provincia de Marañón – Huánuco son: la logística interna, la asociatividad, el financiamiento, las estrategias de marketing y la producción; mientras que la tecnología y la volatilidad de los precios internacionales no tienen un impacto significativo en el proceso de exportación. Adicionalmente, se encontraron dos nuevos factores influyentes: falta de concientización sobre la producción de cacao orgánico y el bajo nivel de educación de los productores.
2. El volumen de producción es un factor clave en la exportación de cacao orgánico para satisfacer la demanda de los clientes internacionales, la provincia de Marañón cuenta con el volumen requerido.
3. El grado de asociatividad en la provincia de Marañón es bajo, el cual se expresa en la calidad del cacao orgánico ofertado, por lo tanto, se constituye en un factor clave para su exportación.
4. El financiamiento es un recurso importante para los productores y las cooperativas permitiendo incrementar y mejorar la oferta exportable de la zona.
5. La tecnología tiene un impacto regular en la exportación de cacao orgánico como producto sin valor agregado por su uso poco frecuente en el proceso de producción y exportación.
6. La volatilidad de los precios internacionales influye de manera regular en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Marañón al ser un mercado diferenciado.

7. La logística interna influye de manera directa en la exportación de cacao orgánico de la provincia de Marañón por el difícil acceso a la zona geográfica.
8. Las estrategias de marketing se han convertido en un factor fundamental para la exportación de cacao orgánico, dado que mediante su aplicación la Cooperativa Agroindustrial Paraíso ha logrado captar nuevos clientes en el mercado internacional.

RECOMENDACIONES

1. Las cooperativas y/o entidades del Estado deben brindar capacitaciones constantes, aplicadas de acuerdo a la realidad de la zona y al nivel educativo de los productores, con un plan de seguimiento y evaluación de los resultados.
2. Existe gran potencial en la zona para la exportación directa de cacao Orgánico debido a la producción masiva de cacao, esto se debe a que desde hace algunos años la producción de cacao se ha convertido en la actividad económica principal en la zona. Las empresas deberían tomar esta realidad como una oportunidad de negocio y desarrollo, pero no exportar solo cacao en grano, sino también en productos con valor agregado que les permitan acceder a mejores precios.
3. Fortalecer las asociaciones y/o cooperativas presentes en la región, mediante una mayor transparencia y compromiso con los asociados, de manera que se pueda generar confianza no solo a los asociados sino también a los productores independientes, asimismo lograr concientizar y fomentar la producción de cacao orgánico.
4. Participación constante de ambas Cooperativas en proyectos de inversión pública, para la ampliación del área de almacén, la adquisición de vehículos de transporte para la distribución de la mercadería y/o mejoramiento de sus infraestructuras. Además, brindar apoyo a los productores para incrementar su producción cacaotera orgánica, no solo en la facilitación para el acceso al crédito, sino también en la orientación para el uso correcto del mismo.

5. La Cooperativa Agroindustrial Paraíso tiene la capacidad no solo de comercializar cacao en grano sino también productos con valor agregado como chocolates, cocteles y otros elaborados en base a cacao; para ello, es necesario la adquisición de tecnologías de producción de acuerdo al producto con mayor potencial realizando un previo estudio de mercado.
6. Se recomienda que las asociaciones y/o cooperativas, centros de acopio, empresas independientes, brinden precios diferenciados en chacra para el cacao orgánico y el convencional, ofreciendo un precio superior por la producción orgánica y así fomentar este tipo de producción amigable con el medio ambiente y la salud del consumidor.
7. Se recomienda el planteamiento de un proyecto de inversión para la construcción de 1 a 2 puentes de transporte y peatonales que unan a la Provincia de Marañón (Huánuco) con el Distrito de Nuevo Progreso (San Martín) para tener acceso a la carretera central y transportar los sacos de cacao orgánico en menor tiempo, a menor costo y con menor riesgo a los almacenes en el Callao, para continuar con el proceso de exportación.
8. La Cooperativa Agroindustrial Paraíso requiere consolidarse con una marca propia en el mercado internacional, por tal motivo se recomienda la creación de una página web y mayor participación en ferias nacionales e internacionales como una organización independiente.
9. Se recomienda realizar otras investigaciones acerca de la producción de cacao orgánico en diferentes zonas rurales del Perú o en otros lugares del mundo, debido a que la realidad de cada zona es diferente en varios aspectos, originando otros factores claves en su exportación.

BIBLIOGRAFÍA

1. Agraria. (23 de Setiembre de 2010). Resaltan necesidad de Marketing en productos orgánicos. Recuperado de <http://agraria.pe/noticias/resaltan-necesidad-de-marketing-en-productos-organicos-697>
2. Agro Negocios Perú. (2015). Cómo obtener financiamiento para un proyecto agrícola o agroindustrial. Recuperado de <http://agronegociosperu.org/noticias/como-obtener-financiamiento-para-un-proyecto-agricola-o-agroindustrial.htm#.VTbXAvDRbMs>
3. Andina. (16 de Mayo de 2017). Perú es segundo productor de cacao orgánico en el mundo, según Appcacao. Recuperado de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-peru-es-segundo-productor-cacao-organico-el-mundo-segun-appcacao-667129.aspx>
4. Asociación de Exportadores. (2015). Boletín semanal Perú Exporta. Recuperado de http://www.adexperu.org.pe/Descargas_Documentos/boletin_/boletin_semanal_peru_exporta_n132.pdf
5. Báez Barraza, K. (2005). Impacto de la innovación tecnológica en la sustentabilidad de los sistemas de producción de campesinos Pehuenches Comuna de Lñquimay- IX región de la Araucanía. (Tesis de Pregrado), Universidad de Chile. Chile. 156 pp.
6. Bamber, P., & Fernández, K. (2012). Mejora en la cadena de valor del cacao orgánico en Perú. Recuperado de http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/02/CACAO_Peru_FINAL2012_esp.pdf
7. Bardales Saucedo, E. (23 de setiembre de 2014). Perú produciría 9% de cacao que consume el mundo si tuviera 200,000 nuevas hectáreas. Gestión.

- Recuperado de <http://gestion.pe/mercados/peru-produciria-9-cacao-que-consume-mundo-si-implementa-200000-nuevas-hectareas-2109235>
8. Barrientos, P. (2015). La Cadena de Valor del Cacao en Perú y su oportunidad en el mercado mundial. *Revista de la Universidad de Medellín*, 18 (37), 129-156.
 9. Brandley, F. y Calderón, H. (2006). Marketing Internacional. Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
 10. Cartagena. (2010). Estudio Socio - Económico de la producción de cacao orgánico en la zona de Pasaje, del cartón Ventanas, Provincia de los Ríos. (Tesis de Pregrado), Universidad Agraria del Ecuador. Ecuador. 87 pp.
 11. Centro de Exportaciones e Inversiones. (2010). Asociatividad. Recuperado de http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf
 12. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2013). Asociatividad para el Comercio Exterior. Lima.
 13. Comisión nacional para el desarrollo y vida sin drogas. (s.f). Proyecto desarrollo alternativo Tocache Uchiza II - PRODATU II. Recuperado de <http://www.devida.gob.pe/institucion/direccion-de-asuntos-tecnicos/proyecto-desarrollo-alternativo-tocache-uchiza-ii-prodatu-ii/>
 14. Cruz Cuevas, A. (28 de diciembre de 2013). Déficit de cacao y chocolate es una oportunidad para el Perú. La República. Recuperado de <http://larepublica.pe/28-12-2013/deficit-de-cacao-y-chocolate-es-una-oportunidad-para-el-peru>
 15. Datasur. (22 de febrero de 2017). Base Aduana Detalladas. Recuperado de Datasur: <http://www.datasur.com>

16. Debenham, N. (22 de enero de 2014). Perú podría ser el líder mundial en exportación de cacao. Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/peru-podria-lider-mundial-exportacion-cacao-noticia-1704459>
17. Díaz, J., Díaz, O., Mora, S., Rendón, R., & Tellez, R. (2014). Cacao in México: Restrictive factors and productivity levels. México. Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdf/chiljar/v74n4/at04.pdf>
18. Dirección regional de agricultura de Huánuco. (2017). Series histórica agrícola. Recuperado de <http://www.huanucoagrario.gob.pe/index.php/2015-05-27-21-24-35/serie-historica-agricola>
19. El Comercio. (18 de Noviembre de 2014). El mundo ve con angustia que se está quedando sin chocolate. El Comercio. Recuperado de http://elcomercio.pe/economia/mundo/mundo-ve-angustia-que-se-esta-quedando-sin-chocolate-noticia-1772378?ref=flujo_tags_36388&ft=nota_15&e=titulo#comentarios
20. Elzakker, B. y Eyhorn, F. (2010). *La Guía de Negocios Orgánicos: Desarrollar cadenas de valor sostenibles con los pequeños agricultores*. 1° ed. Alemania: IFOAM.
21. Fondo para el financiamiento del sector agropecuario. (2012). La Asociatividad, estrategia de competitividad para los pequeños productores. Recuperado de <https://www.finagro.com.co/noticias/la-asociatividad-estrategia-de-competitividad-para-los-peque%C3%B1os-productores>
22. Food and agriculture organization of the United Nations. (2015). Ventajas y desventajas. Recuperado de <http://www.fao.org/ag/ca/es/1c.html>

23. Food and agriculture organization of the United Nations. (2008). ¿Qué son las buenas prácticas agrícolas?. Recuperado de http://www.fao.org/prods/gap/index_es.htm
24. Freire, J. (2009). La comercialización del cacao. Recuperado de <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8lozAQAAMAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=asociatividad+de+productores+de+cacao&ots=kS0Uf0lv8J&sig=4sJ8EkNZgrt5Zi6qzzJuktXss4#v=onepage&q&f=false>
25. Gestión. (22 de diciembre de 2013). Consumidores de chocolate provocan déficit récord en la producción de cacao. Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/economia/consumidores-chocolate-provocan-deficit-record-produccion-cacao-2084303>
26. Gestión. (01 de setiembre del 2016). Cacao peruano llega a duplicar precio del mercado internacional debido a su alta calidad. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/mercados/cacao-peruano-llega-duplicar-precio-mercado-internacional-debido-su-alta-calidad-2169143>
27. Guerrero, D., Girón, C., Madrid, A., Mogollón, C., Quiroz, C., & Villena, D. (2012). Diseño de la línea de producción de chocolate orgánico. Piura: PIRHUA.
28. Gutierrez, M. (2007). Prácticas de control de calidad de cacao en centro de acopio. Gobierno Regional de Piura, Piura.
29. Humán Untiveros, E., & Vargas Vásquez, M. (2013). Evaluación del impacto socio - económico del potencial exportador del cacao orgánico al mercado chino. Caso: Cooperativa Agraria Pangoa. (Tesis de Pregrado), Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. 136 pp.

30. Inforegión. (6 de Noviembre de 2013). Perú es el segundo productor mundial de cacao orgánico. Recuperado de <http://www.inforegion.pe/171088/peru-es-el-segundo-productor-mundial-de-cacao-organico/>
31. Instituto Nacional de Innovación Agraria (2011). Tecnología: Manejo integrado de la moniliasis en plantaciones de cacao nativo. Lima.
32. International Cocoa Organization. (2016). Monthly Averages of Daily Prices. Recuperado de http://www.icco.org/statistics/cocoa-prices/monthly-averages.html?currency=usd&startmonth=01&startyear=2016&endmonth=12&endyear=2016&show=table&option=com_statistics&view=statistics&Itemid=114&mode=custom&type=1
33. International Cocoa Organization. (2012). Cacao Productividad y mejoramiento de la calidad: Un enfoque participativo. Obtenido de <http://www.icco.org/projects/by-location/10-projects/147-cocoa-productivity-and-quality-improvement-a-participatory-approach.html>
34. Lazo Calle, A. (2006). Transferencia y adopción tecnológica en el cultivo de cacao, en el alto Huallaga un estudio de caso. (Tesis de Maestría), Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. 89 pp.
35. López, J. (2008). Oportunidades y limitaciones para el posicionamiento de pequeños cafetaleros de Costa Rica y sus empresas asociativas en mercados de café diferenciados. (Tesis de Maestría), Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Costa Rica. 124 pp.
36. Lozano, F. (2010). La Asociatividad como Modelo de Gestión para promover las exportaciones en las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 5 (2), 161-191.

37. Maldonado, G. (2012). Determinantes e impactos de la asociatividad para el comercio justo: El caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010. (Tesis de Pregrado), Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. 170 pp.
38. Manzaneda, F., & Cortéz, J. (2016). Efectos de los factores productivos sobre el cultivo de Cacao (*Theobroma cacao*) en Alto Beni del departamento de La Paz. Revista de la Carrera de Ingeniería Agronómica - UMSA. Recuperado de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/apt/v2n1/v2n1_a02.pdf
39. Marco Trade News. (4 de marzo de 2014). Demanda de cacao superaría la producción mundial. Marco Trade News. Recuperado de <http://www.marcotradenews.com/noticias/demanda-de-cacao-superaria-la-produccion-mundial-18381>
40. Ministerio de Agricultura y Riego. (2011). Ficha técnica del cacao. Recuperado de http://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/biblioteca-virtual/ficha-tecnica-2011/ficha_cacao.pdf
41. Ministerio de Agricultura y Riego. (2012). MINAG declara patrimonio natural de la nación al cacao peruano. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/notas-de-prensa/notas-de-prensa-2012/6836-minag-declara-patrimonio-natural-de-la-nacion-al-cacao-peruano>
42. Ministerio de Agricultura y Riego. (2016). Estudio del cacao en el Perú y el mundo: Un análisis de la producción y el comercio. MINAGRI, Lima.
43. Ministerio de Agricultura y Riego. (2012). Manejo técnico de cultivo del cacao blanco de Piura. Lima, Perú.

44. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2003). Perfil de mercado y competitividad exportadora de cacao. Recuperado, de <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/penx/pdfs/Cacao.pdf>
45. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2008). Asociatividad. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf
46. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). Análisis Integral de la Logística en el Perú. Lima.
47. Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo. (2003). Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
48. Morales, F. (2013). Los productores de cacao tipo nacional en la provincia de los Ríos-Ecuador: Un análisis socioeconómico. (Tesis de Maestría), Universidad Federal de Viçosa. Brasil.
49. Perú Huánuco. (2017). Provincia de Marañón. Obtenido de http://www.peruhuanuco.com/maranon_economia.html
50. Ramírez, R. (2014). Aspectos generales de la agricultura convencional y la agricultura ecológica. *Boletín de la Sociedad Geográfica de Lima*, 127 (1), 85-98.
51. Rosales, R. (1997). Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYME. Caracas, Colombia.

52. Servicio Nacional de Sanidad Agraria. (2017). Producción Orgánica. Obtenido de https://www.senasa.gob.pe/senasa/wp-content/uploads/2015/07/Preguntas-Frecuentes_DIAIA1.pdf
53. Servicio Nacional de Sanidad Agraria. (s.f). Exportaciones. Recuperado el 26 de abril de 2015, de <http://www.senasa.gob.pe/senasa/exportacion-3/>
54. Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias. (2015). Estadísticas Agrarias. Obtenido de <http://siea.minag.gob.pe/calendario/#>
55. Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2011). Perfil del mercado: Cacao y chocolate. Recuperado el 21 de marzo de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/449446210rad9a799.pdf>
56. Solís, A., & Moreno, E. (2014). Estudio de factibilidad para promover la producción de cacao nacional por medio de la asociación de pequeños productores de San Antonio, la Troncal. (Tesis de Pregrado), Universidad Católica. Guayaquil, Ecuador.
57. Suaza, L. (2012). Asistencia técnica rural a los productores de cacao (*Theobroma l*) en el municipio de Campolegre (Huila): Análisis de los aspectos económicos, sociales y técnicos. Caso CPGA “Ecosistema la Siberia” periodo 2005 –2009. (Tesis de Maestría), Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.
58. Torres, & Rodríguez. (2015). Análisis de la adopción de tecnología mejorada para la producción de cacao en el municipio de Rionegro - Santander. (Tesis de Pregrado), Universidad Santo Tomas Bucaramanga. Colombia.
59. Vega, E. (2012). El caso de la cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COOPAIN). Expresión de Biocomercio en el Perú. (Tesis Magisterial). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. 136 pp.

60. Viteri, H. (2011). Asociatividad para comercialización de café y cacao en las provincias de Orellana y Sucumbios. (Tesis de Maestría), Escuela Politécnica Nacional. Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Operacionalización

Variables (tipo)	Dimensiones	Indicador
<p><u>Variable dependiente</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Exportación <p>Conjunto de bienes y servicios comercializados por un país a otro estado o territorio extranjero.</p>	<p>El nivel de exportación de cacao orgánico en la zona.</p>	<p>Volumen de exportación anual.</p>
<p><u>Variable independiente</u></p> <p>Los factores influyentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción <p>Describe la capacidad o el nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asociatividad <p>Es un esfuerzo conjunto de todos los miembros que la integren, donde se persigue un objetivo en común y se distribuyen riesgos y beneficios de manera justa y equitativa pero sin perder la independencia de cada uno.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento <p>Mecanismo que permite a una empresa o persona contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos empresariales o personales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnología <p>Es el conjunto de conocimientos, experiencias, habilidades y técnicas a través de las cuales nosotros los</p>	<p>La capacidad de producción de cacao orgánico.</p> <p>El nivel de asociatividad en la zona.</p> <p>El acceso a fuentes de financiamiento formales.</p> <p>El uso de tecnología en el proceso de exportación.</p>	<p>Producción en kilogramos. Rendimiento por hectárea. Cantidad de hectáreas en producción.</p> <p>Cantidad de cooperativas y/o asociaciones. Número de productores asociados.</p> <p>Número de productores con acceso a crédito agrícola. Línea de crédito de las cooperativas.</p> <p>Tiempo empleado en el proceso de selección y empaquetado de granos.</p>

<p>seres humanos cambiamos, transformamos y utilizamos nuestro entorno con el objetivo de crear herramientas, máquinas, productos y servicios que satisfagan nuestras necesidades y deseos.</p> <p>- Logística interna Son todos aquellos procesos de la cadena de suministro que tienen lugar dentro del país de origen del exportador.</p> <p>- Precios internacionales Es la variabilidad de los precios del valor de referencia. Estadísticamente, es la desviación estándar de los rendimientos de los precios de dicho valor.</p> <p>- Estrategias de marketing Son acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado</p>	<p>El nivel de influencia de la logística interna</p> <p>La variación de los precios de cacao orgánico.</p> <p>La aplicación de estrategias de marketing.</p>	<p>Costos logísticos incurridos en el transporte local. Tiempo de transporte local.</p> <p>Precios cotizados en el mercado internacional y su fluctuación.</p> <p>Tamaño de la cartera de clientes.</p>
--	---	---

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p><u>Problema general</u></p> <p>¿Cuáles son los factores claves para la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón - Huánuco?</p>	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Determinar los factores claves que influyen en la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón – Huánuco.</p>	<p><u>Hipótesis general</u></p> <p>Los factores claves para la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón – Huánuco son: La producción, el financiamiento, la asociatividad, el uso de la tecnología, las estrategias de marketing, la volatilidad de los precios y la logística interna.</p>	<p><u>VARIABLES DE ESTUDIO</u></p> <p>Variable dependiente El nivel de exportación de cacao orgánico en la zona.</p> <p>Indicador:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Volumen de exportación anual. <p>Variable independiente Los factores influyentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacidad de producción de cacao orgánico. <p>Indicadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Producción en kilogramos. 2. Rendimiento por hectárea. 3. Cantidad de hectáreas en producción.
<p><u>Problema específico</u></p> <p>•¿Cómo influye el volumen de producción en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Marañón?</p>	<p><u>Objetivo específico</u></p> <p>•Determinar cómo influye el volumen de producción en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Marañón,</p>	<p><u>Hipótesis derivadas</u></p> <p>•El aumento del volumen de producción influye de manera positiva en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Marañón porque aumenta su poder de negociación ante los clientes internacionales.</p>	

<p>•¿Cómo influye el nivel de asociatividad de los productores en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón?</p> <p>•¿Cómo influye el financiamiento recibido por parte de los pequeños productores de la provincia de Maraón en la exportación de cacao orgánico?</p> <p>•¿Cómo influye el uso de tecnología en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón?</p>	<p>•Determinar cómo influye el nivel de asociatividad de los productores en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón.</p> <p>•Determinar cómo influye el financiamiento recibido por parte de los pequeños productores de la provincia de Maraón en la exportación de cacao orgánico.</p> <p>•Determinar cómo influye el uso de tecnología en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón.</p>	<p>•El nivel de asociatividad de los productores influye directamente en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón debido a que al compartir costos, riesgos, recursos y beneficios de manera conjunta pueden afrontar de manera competitiva y formal el mercado internacional.</p> <p>•El financiamiento recibido por los productores de la provincia de Maraón influye de manera positiva en la exportación de cacao orgánico puesto que los productores podrán financiar la compra de sus insumos, materiales y equipos y además podrán financiar el costo de las certificaciones orgánicas exigidas en el mercado internacional.</p> <p>•El uso de tecnología influye de forma positiva en la exportación de cacao orgánico en la provincia de Maraón porque se reduciría los costos y el tiempo en la obtención del producto final, logrando ser competitivos y eficientes en el mercado internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El nivel de asociatividad en la zona. <p>Indicadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cantidad de cooperativas y/o asociaciones 2. Número de productores asociados <ul style="list-style-type: none"> • El acceso a fuentes de financiamiento formales. <p>Indicadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Número de productores con acceso a crédito agrícola. 2. Línea de crédito de las cooperativas. <ul style="list-style-type: none"> • El uso de tecnología en el proceso de exportación. <p>Indicador:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo empleado en el proceso de selección y empaquetado de granos.
---	---	---	---

<p>•¿Cómo influye la volatilidad de los precios internacionales en la exportación de cacao orgánico en la provincia del Maraón?</p> <p>•¿Cómo influye la logística interna en la exportación de cacao orgánico de los pequeños productores de la provincia de Maraón?</p> <p>•¿Cómo influyen las estrategias de marketing en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Maraón?</p>	<p>•Determinar cómo influye la volatilidad de los precios internacionales en la exportación de cacao orgánico en la provincia del Maraón.</p> <p>•Determinar cómo influye la logística interna en la exportación de cacao orgánico de los pequeños productores de la provincia de Maraón.</p> <p>•Determinar cómo influyen las estrategias de marketing en la exportación de cacao orgánico de los productores de la provincia de Maraón.</p>	<p>•La constante fluctuación de los precios internacionales del cacao influye directamente en la oferta exportable de cacao orgánico, ya que aquellos productos que cuentan con certificación orgánica pueden acceder a mejores precios.</p> <p>•Los altos costos de la logística interna a causa de la dificultad para acceder a las zonas de cultivo y acopio, influyen en la exportación de cacao orgánico, ya que, los tiempos de tránsito son mayores y suponen un alto porcentaje del valor exportado.</p> <p>•La adecuada aplicación de las estrategias de marketing influyen en el incremento de la oferta exportable de cacao orgánico, la ventaja de un producto orgánico es que posee características y cualidades valoradas en el mercado internacional que pueden ser potenciadas mediante actividades de promoción y publicidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La logística interna. <p>Indicador:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Costos logísticos incurridos en el transporte local. 2. Tiempo empleado en el transporte local. <ul style="list-style-type: none"> • La variación de los precios de cacao orgánico. <p>Indicador:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Precios cotizados en el mercado internacional y su fluctuación. <ul style="list-style-type: none"> • La aplicación de estrategias de marketing. <p>Indicador:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tamaño de la cartera de clientes.
---	---	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 3. Definición de términos básicos

- **Asociatividad:** Mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas, personas o territorios en donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto, para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes.
- **Tecnología:** Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.
- **Asistencia técnica:** Servicios profesionales o especializados que sirven de apoyo para las organizaciones sociales que carecen de dichas capacidades.
- **Financiamiento:** Aportar el dinero necesario para una empresa. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.
- **Tonelada:** Unidad de peso o capacidad que se usa para expresar el desplazamiento, peso muerto, porte y arqueado de los buques. Unidad de peso equivalente a 1000 kg.
- **Hectárea:** Medida de superficie equivalente a 10000 m².
- **Cacao:** Árbol de América, de la familia de las esterculiáceas, de tronco liso de cinco a ocho metros de altura, hojas alternas, lustrosas, lisas, duras y aovadas, flores pequeñas, amarillas y encarnadas, cuyo fruto se emplea como principal ingrediente del chocolate.
- **Exportación:** Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero.

- **Logística Internacional:** Eficiente administración de todas las variables que intervienen en la cadena de suministro. Cuidando que cada elemento cumpla con su función específica y aporte valor a dicha cadena.
- **Cooperativa:** Asociación que es formada por productores, vendedores o consumidores de un producto, que tiene como fin repartir el lucro o beneficio por igual entre sus miembros.
- **Buenas prácticas agrícolas:** Un conjunto de condiciones necesarias para asegurar a los consumidores un producto alimenticio más sano y seguro (inocuo), al reducir o minimizar los riesgos de contaminación, física, química y microbiológica de los alimentos durante toda la cadena productiva.
- **Rendimiento:** Proporción que surge entre los medios empleados para obtener algo y el resultado que se consigue.

Anexo 4. Cuestionario estructurado

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

¿Cuáles son las fortalezas que influyen en la exportación de cacao orgánico en su región y por qué?

.....

.....

1 ¿Qué tipo de cacao produce?					
a. Convencional	<input type="checkbox"/>	b. Orgánico	<input type="checkbox"/>	c. Ambos	<input type="checkbox"/>
2 ¿Cuántas hectáreas de cacao convencional tiene en producción?					
a. 0-1 has.	<input type="checkbox"/>	b. 2 has.	<input type="checkbox"/>	c. 3 has.	<input type="checkbox"/>
				d. 4 has.	<input type="checkbox"/>
				e. 5-a más has.	<input type="checkbox"/>
3 ¿Cuál es la producción de cacao convencional en kilogramos por hectáreas?					
a. 300 -500 kg.	<input type="checkbox"/>	b. 501-600 kg.	<input type="checkbox"/>	c. 601-700 kg.	<input type="checkbox"/>
				d. 701-800 kg.	<input type="checkbox"/>
				e. 801 a más kg.	<input type="checkbox"/>
4 ¿Cuántas hectáreas de cacao orgánico en producción?					
a. 0-1 has.	<input type="checkbox"/>	b. 2 has.	<input type="checkbox"/>	c. 4 has.	<input type="checkbox"/>
				d. 4 has.	<input type="checkbox"/>
				e. 5 a más has.	<input type="checkbox"/>
5 ¿Cuál es su producción de cacao orgánico en kilogramos por hectárea?					
a. 300 -500 kg.	<input type="checkbox"/>	b. 501-600 kg.	<input type="checkbox"/>	c. 601-700 kg.	<input type="checkbox"/>
				d. 701-800 kg.	<input type="checkbox"/>
				e. 801 a más kg.	<input type="checkbox"/>
6 ¿Pertenece a una cooperativa o alguna otra forma de asociación de productores?					
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>		
7 La asociación a la que pertenece ¿ha realizado alguna exportación?					
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>	c. En proceso	<input type="checkbox"/>
8 Producto de la exportación ¿Qué le ha exigido la cooperativa para mejorar su producción?					
a. Ausencia de insumos químicos	<input type="checkbox"/>	b. Mejora en el manejo de cacao	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
c. Mejora de la calidad del grano	<input type="checkbox"/>	d. _____	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
9 ¿Ha recibido capacitación sobre el manejo de cacao orgánico por parte de la cooperativa?					
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>		
10 ¿Ha aplicado fácilmente las prácticas agrícolas enseñadas en la capacitación?					
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>		
11 ¿En que medida ha aplicado las prácticas agrícolas?					
a. Todas	<input type="checkbox"/>	b. lo que entendí	<input type="checkbox"/>	c. Ninguna	<input type="checkbox"/>
12 ¿De qué manera la capacitación lo ha ayudado a mejorar su producción?					
a. Mayor cantidad de kg. Cosechados	<input type="checkbox"/>	b. Mejor calidad del grano	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
c. Mayor resistencia a las enfermedades	<input type="checkbox"/>	d. Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
13 ¿A que precio vendía su cacao antes de pertenecer a la cooperativa?					
a. 5 -6 S/.	<input type="checkbox"/>	b. 7 S/.	<input type="checkbox"/>	c. 8 S/.	<input type="checkbox"/>
				d. 9 S/.	<input type="checkbox"/>
				e. 10 S/. a mas	<input type="checkbox"/>
14 ¿A que precio vende su cacao convencional actualmente?					
a. 7-8 S/.	<input type="checkbox"/>	b. 9-10 S/.	<input type="checkbox"/>	c. 11 S/.	<input type="checkbox"/>
				d. 12 S/.	<input type="checkbox"/>
				e. 13 S/. a más	<input type="checkbox"/>
15 ¿A qué precio vende su cacao orgánico actualmente?					
a. 7-8 S/.	<input type="checkbox"/>	b. 9-10 S/.	<input type="checkbox"/>	c. 11 S/.	<input type="checkbox"/>
				d. 12 S/.	<input type="checkbox"/>
				e. 13 S/. a más	<input type="checkbox"/>
16 ¿Ha recibido algún beneficio como consecuencia de la exportación?					
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>		
17 ¿Qué tipo de beneficio?					
a. Económico	<input type="checkbox"/>	b. Insumos y/o materiales	<input type="checkbox"/>	c. Capacitación	<input type="checkbox"/>
				d. Otros: _____	
18 ¿Recibe financiamiento a través de la cooperativa a la que pertenece?					
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>		
19 ¿Ha recibido financiamiento de alguna otra institución para su producción? Mencionar					
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>	_____	
20 ¿Ante que institución gestionó el préstamo para la mejora de su producción?					
a. AgroBanco	<input type="checkbox"/>	b. Caja municipal	<input type="checkbox"/>	c. Caja rural	<input type="checkbox"/>
				d. Bancos	<input type="checkbox"/>
				e. Otras	<input type="checkbox"/>
21 ¿Con que finalidad solicitó el financiamiento?					
a. Compra de insumos	<input type="checkbox"/>	b. Mano de obra	<input type="checkbox"/>	c. Herramientas	<input type="checkbox"/>
				d. Ampliación de parcelas	<input type="checkbox"/>
				e. Todas	<input type="checkbox"/>
22 ¿De que manera el financiamiento le ha ayudado a mejorar su producción?					
a. Mayor cosecha	<input type="checkbox"/>	b. Mejor calidad	<input type="checkbox"/>	c. Mayor resistencia a enfermedades	<input type="checkbox"/>
				e. Todas	<input type="checkbox"/>

Anexo 5. Entrevista a profundidad

1. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la exportación de cacao orgánico desde su región y porque?
2. ¿De qué manera la copa ha hecho la exportación de cacao orgánico en la región?
3. ¿Cuenta con la oferta exportable necesaria para cumplir con la necesidad de sus clientes?
4. ¿Qué Tecnologías y técnicas aplican para asegurar la calidad de su oferta exportable?
5. ¿De qué manera influye la fluctuación de los precios internacionales en la exportación del cacao orgánico?
6. ¿dónde percibe una mayor utilidad en el mercado nacional o internacional?
7. ¿Ha recibido algún incentivo por parte del gobierno central por la exportación?
8. ¿Han solicitado financiamiento, ante que instituciones y con qué finalidad?
9. ¿De qué manera afecta la logística en la exportación del cacao orgánico?
10. ¿Cuánto porcentaje representa el costo logístico del costo unitario?
11. ¿Qué estrategias de marketing realizan para hacer conocer su producto?
12. ¿Tienen marca propia?
13. ¿Brindan capacitación sobre el cacao orgánico?
14. ¿Qué requisitos se necesita para asociarse a la cooperativa?
15. ¿Qué beneficios le ofrecen a sus asociados?
16. ¿Tienen planes a futuro de trabajar de manera independiente y exportar de manera directa?