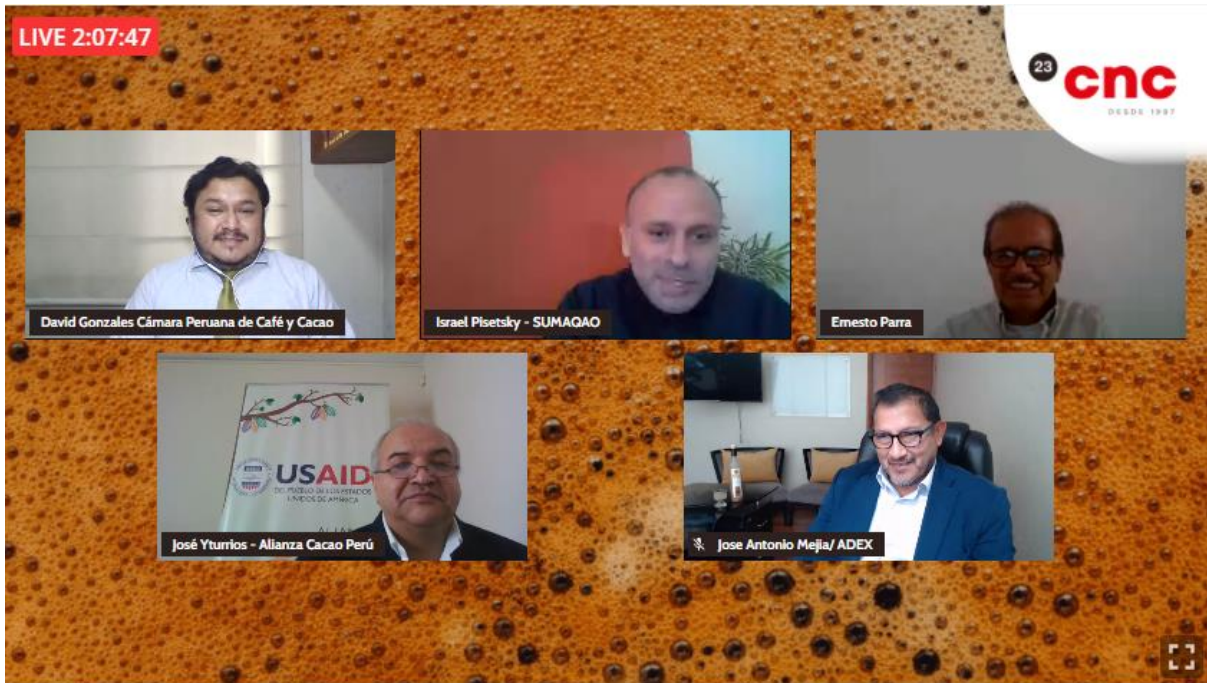




CAMARA
CAFE & CACAO

ALIANZA
CAFÉ PERUANO SOSTENIBLE



Perú: el reto de producir 250 mil toneladas de cacao al 2030 Expertos explican las posibilidades y prioridades

Hoy en la **23 Convención Nacional del Café y Cacao, la nueva normalidad del café y cacao del Perú, retos y oportunidades: Esteban Tinoco**, analista de la **Organización Internacional de Cacao** compartió su perspectiva del mercado internacional.

Según Esteban, Perú ha tenido uno de los mayores crecimientos en su producción; situándose en 150.000 toneladas. Es un volumen considerable en América Latina.

“ Perú ha sido el país con mayor tasa de crecimiento de producción anual, ha tenido una tasa de 13% anual. De manera paralela, el ingreso familiar en las regiones productoras de San Martín, Huánuco y Ucayali ha crecido 62%. Es un logro importante ” José Yturrios, director nacional de Alianza Cacao Perú.USAID.



El destino de las exportaciones netas de cacao, sin incluir chocolates, señala la importancia de Asia, pues países como **Indonesia y Malasia han incrementado su capacidad de transformación y con ello la demanda de cacao peruano como materia prima.**

Asia puede considerarse como un mercado emergente. Países como China, India, Rusia, Nigeria e Indonesia tienen y registran una tasa de crecimiento del consumo entre 2 y 3% anual, superior al mercado saturado de Europa. Por ello, Perú debe mirar también al este del mundo.

Según José Mejía, presidente del Comité de Cacao de Adex, **los países asiáticos no tienen restricciones tan estrictas sobre los niveles de cadmio**, por ello resultan países destino accesibles para productos como el polvo de cacao, que desde hace 4 años tiene las puertas cerradas en Europa por sus elevados niveles de cadmio.

“ No debemos dejar de mirar a Europa. Si bien es un país con requerimientos estrictos , ofrece una oportunidad para integrar su enfoque de economía circular a los modelos de negocios peruanos. La adaptación a las exigencias del mercado nos permitirá evolucionar y crecer de manera sostenible al 2030”. **José Mejía. Presidente del Comité de Cacao de Adex,**

Luego de la pandemia, **se aprecia una tendencia de segmentación dentro de los consumidores internacionales.** Hoy, hay consumidores más dispuestos a pagar una prima por productos elaborados a base de cacao con alto valor agregado

Lo anterior, significa una **oportunidad para que Perú atienda a nichos que demandan cacao fino de aroma.** Sin embargo, debido



a los volúmenes que maneja, **el país también está en posición de satisfacer la demanda de las grandes chocolateras** . Si Perú logra crear una oferta de calidad y volumen a las transformadoras internacionales, podría cotizar a precios altos.

“ Debemos crecer alineados a las demandas específicas de los clientes. Incrementar la producción de cacao no implica que todo sea fino de aroma. Debe segmentarse la oferta con claridad para tener ofertas diferenciadas y rentables. Es necesario hilar fino para crecer de manera organizada sin perder la posibilidad de negociar los precios” **José Mejía. Presidente del Comité de Cacao de Adex,**

Los esfuerzos de incrementar la productividad, deben integrar iniciativas para satisfacer **los requerimientos de sostenibilidad que pronto se volverán la norma del comercio internacional**, es decir, Perú deberá demostrar que la cadena de valor del cacao que exporta es libre de deforestación, contaminantes químicos, trabajo infantil, etc.

El país debe buscar también incrementar su capacidad de transformación. No debe olvidar que el cacao sufre de sobreoferta y precios volátiles. Por ello, **parte de su estrategia al incrementar la producción debe considerar la manufactura de productos a base de cacao semi-elaborados**

Cabe resaltar la importancia de incrementar el consumo local del cacao y sus derivados, pues **consolidar el mercado interno genera estabilidad e independencia del mercado internacional**. Perú podría dar un salto en la promoción del consumo interno como sus países vecinos: Brasil y Colombia.

Una mirada a los productores

Hay oportunidades, confirmó José Yturrios, pero para aprovecharlas **deben considerarse la heterogeneidad tremenda entre los**



productores de cacao. Según el experto al formular una estrategia nacional se deben considerar los diferentes puntos de partida de los grupos de productores, de pequeña y mayor escala, y evaluar sus condiciones y posibilidades para personalizar los programas de capacitación técnica.

Los estudios que se realizan en el países sirven para plantear estrategias adecuadas a cada una de las situaciones particulares de los productores. Sus resultados indican que los grupos de productores se **diferencian principalmente por tres factores: nivel de adopción tecnológica, número de hectáreas cosechadas y precio percibido del cacao.**

Consideraciones específicas para los grupos de productores incluyen: distintos niveles de organización. A mayor nivel de organización se tiene un mejor modelo de negocios, pudiendo obtener así un precio 10% mayor. Además: el factor limitante más importante es la inversión. El monto neto para iniciar con la actividad productiva de cacao asciende a casi 9000 soles.

Lo anterior condiciona a que los productores tengan distintos niveles de ingresos y por lo tanto, las oportunidades factibles para cada grupo son diferentes. **Las estrategias diferenciadas son necesarias y clave para la efectividad de los proyectos de cacao que actualmente se implementan en el país**

Agenda

José Mejía propone 3 líneas de acción en la agenda:

- 1.- Seguridad alimentaria: ofrecer cacao producido con prácticas sostenibles
- 2.. Medio ambiente: trabajar en el acondicionamiento de zonas productoras para cumplir con los requerimientos del mercado internacional
3. Trazabilidad: implementar sistemas digitales en la cadena de valor para brindar a información al cliente de dónde proviene el cacao que adquiere



Según el experto el impacto del trabajo en estas líneas se relajará en las primas del mercado.

A lo anterior, se suma el aporte de **Israel Pisetsky**, gerente de **SUMAQAQO**:

4. La formalización del agricultor: a nivel individual el productor debe valorar la transacción económica con una empresa . Es importante que los medios de pagos sean diversos y que el agricultor esté más inmerso en la tecnología. De esta manera, los proyectos tienen mayor potencial de funcionar.

También el aporte de **Ernesto Parra**, gerente de la cooperativa **Colpa de Loros, en Ucayali**:

5. Alineamiento de propuestas tecnológicas: la implementación de una tecnología en campo debe alinearse a dos objetivos: el cuidado del medio ambiente e incremento del rendimiento por unidad de superficie. Asimismo, debe integrar los requerimientos del país destino según la partida específica de cacao.

Cámara Peruana de Café y Cacao

29-06-21

comunicaciones@camcafeperu.com.pe