



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES PARA EJECUTIVOS

(EPE)

**Estrategia de inserción del cacao peruano hacia el
mercado italiano**

Proyecto de Investigación para obtener la licenciatura presentado por los
alumnos:

Cavero Castillejos, Jeslin 0000-0002-4384-329X

De la Cruz Prado, Samuel Ángel 0000-0002-5048-3704

Asesor : Miguel Angel Esparta Sanchez

Lima, 2017

INTRODUCCIÓN	4
CAPITULO 1 MARCO TEÓRICO.....	5
1.1. CACAO, ALIMENTO DE LOS DIOS.....	5
1.2. ANTECEDENTES EN EL PERU	6
1.3. TIPOS Y VARIEDADES	7
1.4. LUGARES DE PRODUCCION	8
1.5. PROCESO DE POST-COSECHA.....	9
1.6. ROL DE PROMOCION DEL ESTADO.....	11
1.7. MERCADO ITALIANO	12
1.7.1. <i>Estadísticas</i>	14
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	15
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
2.1.1. <i>Propósito de la investigación:</i>	15
2.1.2. <i>Tipo de investigación</i>	15
2.1.3. <i>Preguntas de la investigación:</i>	15
2.2. CONTEXTO.....	16
2.3. MUESTRA O PARTICIPANTES.....	17
2.3.1. <i>Descripción de la Muestra</i>	17
2.4. DISEÑO O ABORDAJE PRINCIPAL	18
2.4.1. <i>Identificación de la estructura de la entrevista</i>	18
2.4.2. <i>El instrumento de investigación</i>	19
2.5. PROCEDIMIENTOS	19
CAPÍTULO III ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS	20
3.1. HALLAZGOS DE LA INVESTIGACION	20
3.2. BARRERAS DE LA INVESTIGACION	21
3.3. BRECHAS DE LA INVESTIGACION.....	22
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN DE RESULTADOS	23
4.1. NEGOCIO DEL PRODUCTO CACAO.....	23
4.2. VALOR FOB Y VOLUMEN DE EXPORTACION EN TONELADAS EN TONELADAS (TM) DEL CACAO.	24
4.3. DEMANDA INTERNACIONAL DEL CACAO.....	24
4.4. PRODUCCION NACIONAL DEL CACAO	25
4.5. SERVICIOS LOGISTICOS LOCALES.....	25
EXPERIENCIA.....	26
CONCLUSIONES.....	27

RECOMENDACIONES.....	28
BIBLIOGRAFIA	29
ANEXOS	33

INTRODUCCIÓN

Estudios estiman que el mercado de los productos orgánicos crece entre a 10% a 15% por año, siendo America del Norte y Europa su principal mercado. Hoy por hoy existe una preocupación que va creciendo día a día, el cual busca consumir productos orgánicos que no hayan sido modificados genéticamente o que en su cultivo no se haya utilizado algún químico para acelerar su proceso de crecimiento.

Esta tendencia de consumo sano comenzó a ganar relevancia en el mercado italiano a partir de la segunda mitad de los años 90, época en donde el Perú incremento sus programas de cultivos alternativos en toda la selva peruana, principalmente Huánuco, Ucayali y San Martín.

En la actualidad Perú es el segundo exportador a nivel mundial de cacao orgánico. Nuestro principal competidor es nuestro vecino Ecuador, quienes con una extensión de terreno cinco veces más pequeña que el nuestro, es el mayor exportador de cacao orgánico en el mundo.

Se debe resaltar la política país por parte del estado ecuatoriano el cual destino fondos no solo para el apoyo y fomento del “Cacao Arriba”, nombre que le dan al cacao ecuatoriano, sino que también a la investigación en sus principales zonas de producción.

La política país de nuestro vecino radica en las estrategias focalizadas en sus mercados objetivos, los cuales buscan un cacao con las características organolépticas que ellos buscan.

Por ello el ingreso del cacao peruano a los distintos destinos en el extranjero tienen que estar enfocados en las características aromáticas por la que tanto nos conocen alrededor del mundo. Este enfoque vamos a sustentarlo en la siguiente tesis; teniendo como país objetivo a Italia para determinar cuál o cuáles son las estrategias que se utilizan o se deben utilizar para su ingreso.

CAPITULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1. Cacao, alimento de los dioses

En los últimos años la palabra cacao se viene escuchando mucho alrededor del territorio peruano, esto también se ha repetido en el contexto internacional donde el cacao peruano, o en su defecto los chocolates hechos con cacao peruano, han obtenido premios, logros y/o reconocimientos, sobre todo si todo lo antes mencionado sucede en “Le Salon du Chocolat” que tiene como escenario la bella ciudad de Paris en Francia.

Y es que a este evento asisten las mejores chocolaterías (industriales y artesanales), productores de cacao, empresarios, aficionados o simplemente fans del chocolate a nivel mundial. En dicho evento no solo se premia el mejor grano de cacao o el mejor chocolate, sino que se premia más de 20 categorías (todas relacionadas al cacao/chocolate).

De igual manera como sucede con el Oktober Fest que el principal evento se realiza en Munich, para “Le Salon du Chocolat” se realiza en Paris.

De Europa regresamos a Latino America, en particular a México en donde la mayoría de los estudios concuerdan que los Mayas (250 D.C. – 900 D.C.) fueron los primeros en descubrir los secretos del cacao. Ellos cultivaban y procesaban el fruto del cacao (cosecha, fermentación y secado), más bien llama la curiosidad de que dicho proceso es el que se utiliza hoy en día para obtener los granos de cacao que son comercializados a todo el mundo.

Los mayas consumían el cacao como bebida y podía ser tomado por cualquier persona sin importar su estatus social, la única variación residía en que los más adinerados tomaban en vasos decorados por artistas especialmente calificados. Se debe tener en cuenta que los mayas consumían el chocolate junto con maíz e insumos picantes y era la bebida preferida de los reyes y sacerdotes Mayas.

Una vez que los Aztecas tomaron control de las tierras Mayas, también tomaron control de los conocimientos y secretos del cacao. El cacao para los aztecas fue un elemento clave para el enorme negocio azteca, tanto que comenzaron a utilizarlo como moneda de cambio.

Entender como el cacao llego a convertirse en el chocolate que hoy en día consumimos, implicaría hacer una sola tesis acerca de la historia del cacao y nos remontaríamos a escenarios de la conquista española en latino América, su uso en las cortes españolas, las controversias con la iglesia católica, su expansión a otros países, su llegada a Estados Unidos y finalmente su masificación. (Chocomuseo, 2016)

1.2. Antecedentes en el Perú

La introducción del cacao en el Perú se dio en los años 30 en paralelo con el café, desarrollándose en la selva por pobladores andinos y algunos grupos de migrantes europeos; sin embargo, el difícil acceso a las zonas productoras encarecía el costo de transporte y por consiguiente generaba mayores costos del producto, situación que provoco el desarrollo del cultivo a paso lento.

En los 60, el departamento del Cusco concentraba la mayor producción seguida de Huánuco. Entre 1970 y 1980, el cultivo del cacao se expandió a otras zonas con condiciones climáticas favorables. En la década de los 80, se vio amenazado por el incremento del cultivo de hoja de coca que resultaba más rentable y requería de menos cuidados, situación que se complicó con la violencia generada por el terrorismo. En respuesta a este problema, y con el objetivo de erradicar la hoja de coca, el estado implemento programas de cultivos alternativos destacando el cacao que se convirtió en uno de los principales soportes de este programa, brindándoles a los agricultores facilidades de financiamiento y asesoramiento técnico para llevarlos a cabo.

El crecimiento empezó a hacerse más estable y sostenido con el desarrollo de la industria del cacao y mayores facilidades de acceso a mercados externos. A partir del 2007 el departamento de San Martín se convierte en el primer producto del país, desplazando al líder histórico (Cusco). En los últimos 10 años, la producción nacional creció a una tasa de 7.4%. En el 2008, el Perú se ubicó en el décimo segundo lugar como mayor productor mundial de cacao. (Maximixe, 2016)

1.3. Tipos y variedades

Al momento de comenzar a hablar sobre tipos y variedades de cacao, existen varias versiones sobre cuales son en realidad. La realidad es que en el mundo existen más de 100 variedades de cacao, pero que en su mayoría son clones que han sido injertados de otra variedad y que han sido probados durante varios años para luego tener el sustento necesario de demostrar que se ha creado una nueva variedad.

En esta tesis vamos a hablar sobre las 3 principales variedades y el principal clon.

En primer lugar, vamos a mencionar a la variedad “criollo”.

Criollo: Originario de Centro America y algunos países de Sur América, considerado dentro de la familia de “Cacaos Aromáticos”. Varios estudios datan que es una variedad proveniente de Venezuela, Colombia y el norte del Perú. Se caracteriza por ser rico en sabor y aroma por lo cual son altamente cotizados en el mercado del cacao. Su producción es baja y representa junto a la variedad Trinitario el 10% de la producción mundial. En el Perú contamos con variedades “aromáticas” las cuales provienen principalmente de Huánuco, San Martín y Ucayali pero tienen una particularidad de que son clones directos de la variedad “Criollo”.

Trinitario: Originario de Trinidad y Tobago, de ahí proviene el nombre de “Trinitario”. Pertenece a la familia de “Cacaos Aromáticos” y nace de injertar la variedad “Criollo” en una variedad “Forastero”.

Forastero: La variedad “Forastero” es la variedad más comercializada internacionalmente debido a los altos volúmenes de producción a nivel mundial. Su producción se concentra particularmente en África y en especial en los países de Costa de Marfil y Nigeria que juntos manejan un poco más del 50% de la producción mundial de cacao. Es una variedad son poco sabor y aroma, pero el más utilizados por las chocolateras industriales como Mars, Lindt, Nestle, Ferrero Group, etc. La variedad “Forastero” representa el 90% de la producción mundial y su cercanía con el continente europeo facilita las operaciones de abastecimiento de materia prima para sus chocolates.

1.4. Lugares de Producción

Posterior a la conquista americana, el cacao tuvo su ingreso en la aristocracia española donde causo mucho revuelo, pero principalmente aprecio. En los años venideros la forma de tomarlo cambio, como fue el agregarle leche para su consumo caliente.

Su consumo se popularizo por toda Europa lo que llevo a que los pedidos de granos aumentaran exponencialmente, pero debido a su baja producción y a su difícil extracción se tuvieron que tomar decisión para su producción a un nivel mucho mayor. Por ello los países europeos comenzaron a sembrar en sus colonias variedades de cacao, empleando mesoamericanos lo cual, y debido a su explotación por ser considerados esclavos, no tuvo ningún aspecto positivo debido a que las téticas condiciones terminaron por matarlos. Por tal motivo y con la finalidad de contar con un suministro constante de cacao, muchos países establecieron colonias plantadoras de cacao cerca al Ecuador o zonas con condiciones similares a las de Ecuador.

Por ejemplo, los ingleses plantaron árboles en Sri Lanka y Ghana, los holandeses en Java y Sumatra y los franceses en las Indias Occidentales y Costa de Marfil. Estos países enviaban el cacao a Europa para mantenerlo muy bien surtida de chocolate.

Si muy bien hay estudios que sostienen que el cacao proviene del Perú, en donde principalmente se habla de la variedad “Chuncho” proveniente del departamento de Cusco, ciudad de Quillabamba. Su introducción con fuerza se dio en los años 30 junto al café, hoy por hoy somos el 10 mo país productor a nivel mundial, pero somos el 2 do país productor de cacao orgánico a nivel mundial después de Ecuador.

La producción de cacao en el Perú desde unos inicios se concentraba principalmente en el departamento de Cusco, pero desde hace 15 años el departamento de San Martín paso a ser el principal productor gracias a programas que implemento el estado, en cooperación con otros países, para la promoción del cultivo de cacao, café y frutos exóticos.

Región	2015	Part. %
San Martín	25,817	45.70%
Cusco	8,083	14.30%
Ayacucho	6,180	10.90%
Junín	6,178	10.90%
Amazonas	4,275	7.60%
Huánuco	2,092	3.70%
Ucayali	1,598	2.80%
Cajamarca	993	1.80%
Tumbes	327	0.60%
Piura	258	0.50%
Loreto	254	0.40%
Pasco	241	0.40%
Puno	90	0.20%
La Libertad	56	0.10%
Madre de Dios	38	0.10%
Lambayeque	20	0.00%
Total	58515	100%

Fuente: Elaboración Propia

1.5. Proceso de post-cosecha

La post-cosecha es una actividad que a través del tiempo no ha cambiado mucho, son las mismas técnicas de fermentación y secado que se vienen realizando desde los mayas-aztecas tomaban el cacao como bebida. Consiste únicamente de dos actividades, la fermentación y el secado sin embargo también se mencionará un proceso más que es la cosecha.

Cosecha

El árbol de cacao produce en promedio 700 kg de granos de cacao seco (7.5% humedad) por hectárea en un año. Su producción se podría decir que es en todo el año, pero consiste de dos periodos de tiempo de aproximadamente 5-6 meses cada uno.

El primer periodo es llamado “Campaña Grande” que abarca aproximadamente desde el mes de abril al mes de agosto, en la cual se produce alrededor del 80% de la producción nacional.

El segundo periodo es llamado “Campaña Pequeña” que inicia en el mes de setiembre y culmina en el mes de marzo, en la cual se produce alrededor del 20% de la producción nacional.

Hay que considerar que existen zonas y agricultores que aplican métodos para contar con una producción uniforme durante todo el año, tales como utilización de riego por aspersión o goteo y sobretodo utilización de abonos.

Esta actividad es permitida sin embargo se sugiere que en el año la planta pueda reposar durante el periodo de campaña pequeña debido a que el árbol del cacao puede recaer en agotamiento o sobre stress.

En campaña grande la cosecha de cacao se realiza cada 15 días y se recolecta en la forma de “baba de cacao”.

Esta “baba de cacao” es llevada en baldes a unos cajones de madera para poder iniciar su proceso de fermentación.

Fermentación

Es un proceso en donde los azucares del cacao (mucilago) se transforman en alcohol y luego ácido acético, el cual es similar a la fermentación de la uva para producir vino y vinagre.

Para ello se utiliza cajas de madera de tipo tornillo (madera que no cuenta con olor) y en forma piramidal. Los granos de cacao pasan por dos fases, anaeróbica y aeróbica y llegando a temperaturas no máxima a 50 °C.

A pesar de ser un proceso artesanal, se debe estar haciendo constantes mediciones, seguimiento y pruebas durante todo el proceso de fermentación que dura en promedio 6 días.

Secado

Una vez los granos hayan pasado por el proceso de fermentación, estos deberán reducir su humedad desde 45% a 7% en promedio. Para ello se utilizarán los módulos de secado que consiste en una especie de cama una base parecida al material de red pescar el cual esta a 1 metro y medio del suelo.

El secado se hace por dos partes, secado bajo sombra y secado directo.

El secado bajo sombra implica que los granos serán esparcidos en los módulos de secado, pero encima tendrán un techo de calamina transparente. Este proceso ayuda a que los granos reciban el calor necesario para que se evapore el ácido acético a través de la cascara sin sellar completamente el grano.

El secado directo consiste en recibir los rayos de sol directo al grano para que ayude a lograr la humedad solicitada por el estándar internacional.

1.6. Rol de promoción del estado

El cacao es el décimo tercer producto bandera del Perú, lo que conlleva a que el estado peruano a través de sus ministerios y/o organizaciones brindan un soporte constancia no solo a través de su promoción, sino que también a nivel financiero respaldando monetariamente proyectos de inversión.

El ministerio responsable de su promoción es el Ministerio de Agricultura y Riego apoyado por el Ministerio de la Producción. Además, cuenta con el apoyo de PromPerú para la organización de sus principales ferias en el Perú que son la Expo Alimentaria y el Salón del Chocolate.

En un nivel de financiamiento el estado, a través de DEVIDA, apoya al financiamiento de proyectos de inversión y desarrollo en las zonas golpeadas por el terrorismo o el narcotráfico, teniendo como proyecto bandera el sembrado de productos alternativos como el cacao, café y frutos exóticos.

Además, el rubro cacaotero cuenta con innumerables organizaciones, ONG's y fondos de cooperación internacional apoyando principalmente a las asociaciones y cooperativas asociadas al cacao. Facilitando créditos, insumos o soporte técnico para el desarrollo.

1.7. Mercado Italiano

Actualmente las 20 regiones que componen Italia son: Piemonte, Lombardia, Veneto, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Abruzzo, Campania, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria. Las regiones de Valle D'Aosta, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Sicilia y Cerdeña poseen un estatuto especial de autonomía del Gobierno Central. Al 1 de enero de 2015, el Istat1 reporta 8.047 Comunas y 110 provincias de las cuales dos autónomas, Trento y Bolzano.

Instituto Nacional de Estadísticas Italiano (<http://www.istat.it>)

Fuente: ISTAT, último dato disponible

El mercado

En Italia, según la legislación vigente (Directiva 2000/36/CE), se define chocolate el producto obtenido a partir de productos de cacao y azúcares que contengan como mínimo un 35% de materia seca total de cacao, porcentaje del cual al menos un 18% debe ser manteca de cacao y no menos del 14% cacao seco desgrasado.

En el mercado hay muchas variedades, que difieren por gusto o forma y según la calidad de los granos de cacao. También difieren por el método de procesamiento adoptado para la producción y elaboración del chocolate.

Según TradeMap, en el 2012 las importaciones italianas de chocolate representaron el 2,8% de las importaciones mundiales de chocolate.

Fuente: Al-Invest (<http://www.al-invest4.eu/>)

Proceso de compra

Las nuevas tendencias de consumo incentivan a los importadores, mayoristas y productores italianos y europeos a dirigirse hacia nuevos o determinados productos, como es el caso del chocolate orgánico, el chocolate del mercado del comercio justo y el chocolate fino.

En Italia el consumidor final de chocolate se está haciendo más responsable sobre el origen, la responsabilidad social, los ingredientes y los procesos utilizados.

Los nuevos consumidores que buscan nuevos sabores, texturas e innovaciones pueden ser un mercado de gran interés para los productores ecuatorianos. Asimismo, los compradores que buscan nuevas líneas de productos con certificados de calidad y de origen, representan buenas oportunidades para los productos ecuatorianos de calidad.

Los productores italianos de chocolate de confitería usualmente se acercan a sus propios proveedores con peticiones de nuevos productos.

Las ferias internacionales

Eurochocolate (<http://www.eurochocolate.com/>): es un festival anual de chocolate que toma lugar en Perugia en el mes de octubre. El festival se celebra desde 1992 y es uno de los festivales más grandes de Europa.

Salon du Chocolat (www.salonduchocolat.it/): es la principal feria europea y mundial de la industria internacional del chocolate que abarca nuevos territorios, nuevos gustos, nuevas tendencias y nuevos talentos. La feria es anual y se celebrada en varios lugares del mundo, entre estos en la ciudad de Boloña, Italia.

Una de las revistas italiana especializadas es Cioccolata & C. (<http://www.cioccoweb.it/>), proporciona información sobre las tendencias y la cultura gastronómica de los dulces.

1.7.1. Estadísticas

Volumen de exportación (TM)

			Peso Neto (Kg)					
Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2013	2014	2015	Var.% 2015/2014	Part.% 2015	Crec.% 2015/2013
		TOTAL	106,796	197,568	2,610,730	1221.43%	100.0%	394.43%
1	1801002000	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, TOSTADO	106,796	197,568	2,610,730	1221.43%	100.0%	394.43%

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Planteamiento del Problema

2.1.1. Propósito de la investigación:

El propósito de esta investigación cualitativa es describir, comprender e interpretar de la producción y exportación del cacao durante el periodo del 2013-2015. Se hablará con los participantes potenciales que están inmersos y conforman la cadena agro exportadora de cacao. Se utilizarán entrevistas personalizadas a profundidad para recoger los datos.

2.1.2. Tipo de investigación

Se trabajó una investigación de teoría fundamentada porque se quería conocer si había existido un impacto directo en el incremento de la producción de cacao y la curva de las exportaciones de cacao en sus diferentes presentaciones. Todo ello a través de un fundamentado recojo y análisis sistemático de datos que nos explican el problema de investigación. Las fuentes de datos utilizadas fueron las entrevistas a profundidad que representaron un medio abierto, flexible y sobre todo íntimo para el recojo e intercambio de información, a la vez representan la mejor opción cuando el problema de estudio es difícil de observar y se debe recurrir a personas especializadas inmersas en el sector.

2.1.3. Preguntas de la investigación:

Pregunta principal

¿Cuáles son las principales estrategias de inserción del cacao peruano hacia los mercados de Italia?

Pregunta específico

¿Actualmente existen estrategias de inserción para el mercado italiano?

¿Se han establecido estrategias de inserción al mercado italiano para las cooperativas, asociaciones y empresas privadas dedicadas al cacao?

2.2. Contexto

El contexto inicial de la investigación fue que todos los entrevistados fueron programados para entrevistas personales, de las cinco personas para entrevistar se llegó a concretar la entrevista con cuatro de ellos debido a la disponibilidad y cercanía con los entrevistadores.

Todos los entrevistados fueron muy amables y tenían una gran disposición para acceder a las entrevistas, la gran mayoría se enteraba de las preguntas durante la entrevista, solo en algunos casos nos pidieron enviar el cuestionario días previos a la entrevista para conocer los puntos claves y saber cómo abordar las preguntas.

Durante las entrevistas, se notaba el gran dominio de información sobre el problema de investigación que tenían los entrevistados, fueron claros y específicos con sus respuestas, solo en algunos casos fue necesario repreguntar para obtener una respuesta concreta, pero todas las entrevistas fueron fluidas y directas.

Algunos entrevistados durante las entrevistas recomendaban contactar a otras personas que podrían completar la información brindada, a los que no lo hicieron se les consultó sobre posibles contactos para entrevistar y la gran mayoría brindó información relevante, solo en algunos casos nos dijeron que no podrían brindar datos personales de contactos en otras entidades.

En el desarrollo de la entrevista, algunos entrevistados específicamente los exportadores o gerentes de empresas estuvieron preocupados por la confidencialidad de la información, ante esto se les aseguró la seguridad y protección de los datos brindados.

Antes de finalizar las entrevistas, muchos de los entrevistados comentaron su amplia disposición para un futuro contacto si lo requeriéramos, asimismo brindaron información personal y material complementario para nuestro análisis. En algunos casos, también solicitaron se les pueda enviar una copia virtual de la tesis de esta manera podrían analizar la información y conocer las conclusiones de la investigación, se les prometió que si tendrían la oportunidad de revisar nuestra tesis una vez esté concluida.

2.3. Muestra o Participantes

2.3.1. Descripción de la Muestra

La muestra no responde a un cálculo probabilístico sino es una muestra de expertos que son entrevistados que tienen relación con el contexto del problema de la producción y la exportación de cacao, para ello necesitábamos seleccionar entrevistados que nos pudieran ayudar a entender y mejorar las herramientas para la comercialización de cacao. Para ello se definieron cuatro segmentos que se van a detallar a continuación,

Empresas exportadoras.

Cooperativas y/o asociaciones.

Estado.

Gremios.

Proveedores de servicio, envases y embalajes.

El perfil de los entrevistados fueron Directores, Socios, Directores y Gerentes de los segmentos detallados líneas arriba.

Entre las empresas, organizaciones y gremios entrevistados tenemos a,

Ministerio de la Producción.

Promperú.

Asociación de Exportadores – ADEX.

Cooperativa Agroindustrial Naranjillo.

Percacao.

2.4. Diseño o abordaje principal

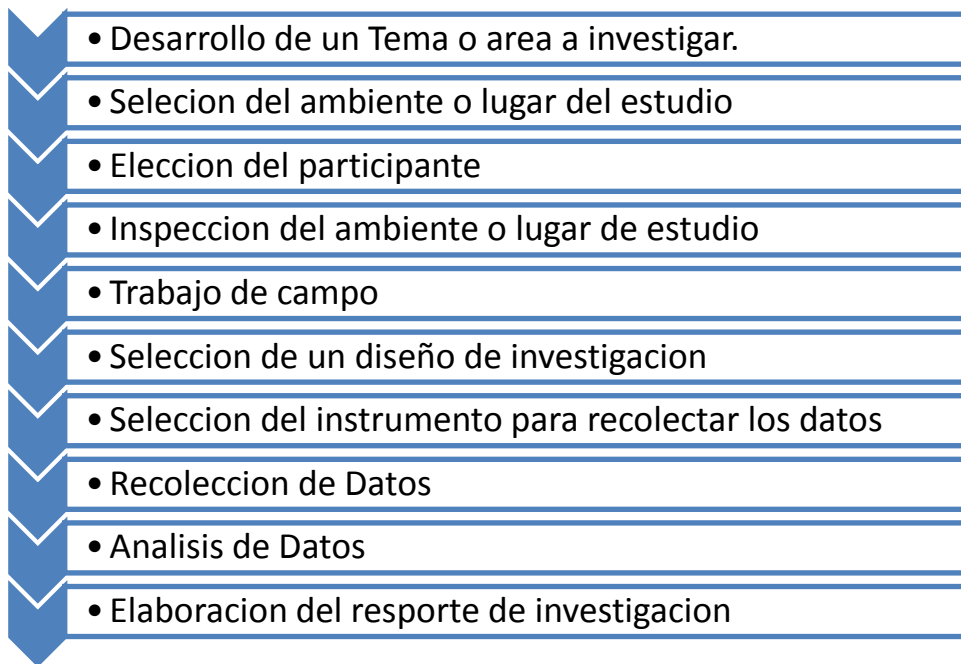
2.4.1. Identificación de la estructura de la entrevista

Se llevó a cabo una entrevista personal semi – estructurada.

El Autor Hernández SAMPIERI , en su libro Metodología de la Investigación McGraw-Hill Interamericana, México D.F 2003, nos indica que para realizar un buen levantamiento de información en un estudio cuantitativo, se puede aplicar secuencialmente , se comienza con una idea que va acotándose, y una vez delimitada, se establecen objetivos y preguntas de investigación , se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica, Después se analizan objetivos y preguntas cuyas respuestas tentativas se traducen en hipótesis, se elabora o selecciona un plan para probar hipótesis y se determina una muestra. Por último, se recolectan datos utilizando uno o más instrumentos de medición, los cuales se estudian la mayoría de las veces a través del análisis estadístico y se reportan los resultados.

Cabe señalar que en la recolección de los datos podría involucrarse un instrumento de naturaleza cualitativa como la aplicación de una entrevista abierta.

Por su parte de las investigaciones cualitativas, el proceso no se aplica necesariamente secuencial. En la mayoría de tales estudios la secuencia seria como se muestra en la siguiente figura.



2.4.2. El instrumento de investigación

El instrumento utilizado fue el de entrevista semi – abierta a profundidad a un experto. La entrevista la desarrollo uno de los estudiantes quien tomo el rol de interlocutor y el otro estudiante se encargaba de anotar toda la información en la bitácora. La entrevista se llevó a cabo tomando como apoyo la guía de entrevista desarrollada para las entrevistas.

2.5. Procedimientos

Recomendaciones Se trabaja en función a los segmentos y categorías Se analiza: - Agrupamiento - Aspectos comunes - Aspectos distintivos Luego de realizar dicho agrupamiento se ejecuta una técnica de escrutinio para el análisis Posteriormente se aplican las técnicas de procesamiento a través de una matriz por categorías (tabla 14.10 de Sampieri) Página 446. Cuando las categorías ya han sido respondidas satisfactoriamente, se cierra la investigación

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

El presente capítulo se trabajará conforme a los dos objetivos planteados en el trabajo de investigación que son Averiguar y comprobar si actualmente existen estrategias de inserción para el mercado italiano y Establecer estrategias de inserción al mercado italiano para las cooperativas, asociaciones y empresas dedicadas al cacao.

3.1. Hallazgos de la investigación

Las entrevistas realizadas en el trabajo han permitido obtener varios hallazgos relevantes para nuestra investigación, las cuales se muestran a continuación:

- **Categoría: Negocio del Producto Cacao**

El estado cuenta con medidas para implementar el crecimiento de las exportaciones del cacao. Dichas medidas las podemos visualizar en el Plan Operativo Institucional - POI. El estado mediante Promperú, viene promoviendo las exportaciones con el importante apoyo de los agregados comerciales, ubicados estratégicamente en los diferentes países del globo.

Los Gremios, como la Asociación de Exportadores - ADEX, continúan apoyando a la internacionalización de las empresas, mediante diferentes proyectos de apoyo, tales como ALLINVEST, CBI. Este apoyo se viene realizando de la mano con la alianza publico privada, tales como Minagri, Produce, Mincetur, Senasa, Digesa, y los diferentes Gobiernos Regionales.

- **Categoría: Valor Fob y Exportación en Tm de Cacao**

Las exportaciones del cacao, en sus diferentes presentaciones, se ha visto incrementada en el periodo 2013 - 2015.

Según lo que nos indica la empresa agroexportadora PERCACAO, las exportaciones del cacao, se han incrementado en un 10% en el periodo del 2013-2015.

- **Categoría: Demanda Internacional**

La demanda del cacao, se ha incrementado, en el periodo 2013-2015, pues contamos con diferentes TLC vigentes que nos permiten penetrar nuevos mercados.

De acuerdo a lo que indica, la Asociación de exportadores, en el periodo 2013 - 2015, existe un incremento en la demanda mundial del cacao. Y se ha podido comprobar que, en el país de Tailandia, se ha elevado el consumo de chocolate.

Según el último estudio realizado por la consultora internacional MAXIMIZE, la demanda internacional se incrementó en 10.3% en el periodo 2013-2015. favoreciendo a toda la cadena agroexportadora del cacao.

- **Categoría: Producción del Cacao**

El Gremio exportador, indica que por fuentes del MINAGRI, se ha podido comprobar un incremento en la producción nacional del cacao, en el periodo 2013 - 2015.

La producción del cacao se ha incrementado en las diferentes zonas productoras del cacao. Así como en los departamentos de Huánuco y San Martín, en los cuales se viene desarrollando la empresa PERCACAO.

- **Categoría: Servicios Logísticos**

Existe una incomodidad por parte de las cooperativas, asociaciones y empresas agroexportadoras respecto a la falta de una empresa calificada y profesional para la atención de envíos de productos derivados del cacao en las rutas de los departamentos de Huánuco, Ucayali y San Martín. La informalidad existente en los transportistas, así como también el descuido de las carreteras dificulta su extracción desde campo.

3.2. Barreras de la investigación

Las barreras que se encontraron durante el trabajo de investigación no obstaculizaron el normal desenvolvimiento del cronograma de actividades, pues se llegó a conseguir medidas alternativas para obtener la información y cumplir con los objetivos trazados.

Entre las barreras halladas, se detallan las siguientes:

Existe burocracia en algunos organismos del estado, para poder solicitar entrevistas. Se comprobó que existe el apoyo, pero no una verdadera disponibilidad de algunos funcionarios del estado para concertar entrevistas personales.

3.3. Brechas de la investigación

En el presente trabajo de investigación no hubo brechas, porque a pesar de no realizar una entrevista con un representante de un organismo público, dicho funcionario proporcionó la información estadística solicitada. Cabe mencionar que esta información no se encontraba publicada oficialmente en su portal web.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo se desarrolla en base a los objetivos planteados en todo el reporte de Resultados de un proceso cualitativo. Estos objetivos son: comunicar resultados y señalar estrategias, los cuales se detallan mediante una descripción narrativa de las categorías utilizadas en la investigación del problema de las estrategias de la inserción del cacao en el mercado italiano. Los resultados por cada categoría se detallan a continuación:

4.1. Negocio del Producto Cacao

Averiguar y comprobar si actualmente existen estrategias de inserción para el mercado italiano.

El equipo concluye, que si existen estrategias para la inserción para el mercado italiano. Actualmente existe un Plan Operativo de Desarrollo Institucional – Poi, el cual fue elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y viene siendo ejecutado y difundido por la Oficina de Promoción a las Exportaciones – Promperú. Además, existen Organizaciones no Gubernamentales, Gremios y empresas privadas que fomentan la producción y promoción del cacao.

Establecer estrategias de inserción al mercado italiano para las cooperativas, asociaciones y empresas dedicadas al cacao.

Se ha confirmado que existen estrategias generales para la promoción del cacao en los mercados internacionales a través de la Oficina de Promoción a las Exportaciones – Promperú, estas no son estrategias específicas, sino que vienen a ser estrategias a nivel país, pero enfocadas en una canasta agroexportadora.

Las herramientas, programas y apoyos a las cooperativas, asociaciones y empresas dedicadas al cacao, no son aprovechado al máximo por ellos.

Se ha recogido información de que las cooperativas, asociaciones y empresas dedicadas al cacao, no vienen haciendo un correcto uso de las herramientas, programas y apoyos brindados por el estado y entidades privadas.

En tal sentido, recomendamos a las cooperativas, asociaciones y empresas dedicadas al cacao, que dentro de su plan de trabajo anual consideren beneficiarse a través de las herramientas, programas y apoyos que ofrecen el estado, gremios y/o programas privados.

A los demás agentes involucrados, los cuales brindan soporte, apoyo y financiamiento, se recomienda un control más minucioso para las herramientas otorgadas y ofrecidas.

4.2. Valor Fob y Volumen de Exportación en Toneladas en Toneladas (TM) del Cacao.

Comprobar que entre el 2013-2016 las exportaciones de cacao y sus derivados incrementaron.

El equipo concluyo, que las exportaciones de cacao incrementaron en un 11.3%

Si existieron un incremento de cacao, en el periodo del 2013-2016, esta información fue brindada por el gremio de la Asociación de Exportadores-ADEX.

Comprobar que entre el 2013-2016 la producción de cacao y sus derivados incrementaron.

Anteriormente se mencionó, que el Ministerio de Agricultura, no cuenta con información fresca de la producción de cacao.

4.3. Demanda Internacional del Cacao.

Comprobar la existencia de una tendencia de consumo del cacao orgánico dentro del mercado europeo.

El grupo concluye, que se ha comprobado una tendencia al consumo de cacao orgánico en el mercado europeo, Según Carmen Rosa Chávez, especialista de la cadena productiva del cacao del Ministerio de Agricultura, , mientras que un europeo consume en promedio 10 kilos de chocolate al año, un peruano apenas consume 600 gramos. Si a

eso se suma el hecho de que el Perú es el segundo productor mundial de cacao orgánico (60 mil toneladas en el 2012 – Fuente Minagri)

Además, la producción de cacao del año pasado generó 6,3 millones de jornales anuales, beneficiando directamente a más de 40 mil familias e indirectamente a 200 mil personas en todo el país.

Para conseguir una mayor identificación con este producto, la idea es difundir logros como la calificación de la Organización Internacional del Cacao dada al Perú, que certifica que nuestro país es responsable del 36% de cacao fino y de aroma que se produce a nivel mundial.

Por otro lado, Natalia Ida del Greco, en su libro “Estudios sobre tendencias de consumo de alimentos”, nos menciona sobre la existencia de un crecimiento significativo en la tendencia a lo orgánico y ecológico. Se indica que es previsible que aumenten los canales dedicados a este tipo de producto, e incluso las secciones dedicadas a ellos dentro de los canales más habituales.

4.4. Producción Nacional del Cacao

Las cifras locales e internacionales de interés (producción y exportaciones) son de desconocimiento por parte de las cooperativas y asociaciones.

Se ha encontrado que por el lado de los directivos y de la plana gerencial, más que un desconocimiento hay un desinterés por saber los índices de producción nacional y exportaciones a nivel país.

En tal sentido, el grupo recomienda a las cooperativas y asociaciones contar una visión macro, acceder a datos de información manejadas por las entidades competentes e informarse regularmente de toda información de interés referente al cacao.

4.5. Servicios Logísticos Locales

Determinar si la logística actual es suficiente para abastecer un crecimiento exponencial sobre la venta de cacao.

Después de realizar la entrevista a la empresas exportadora y a la cooperativa, se concluyó que , si existe un transporte para trasladar el cacao de la ciudad de tingo maría a la ciudad de lima. Pero que este transporte no es el ideal, existe mucha informalidad.

EXPERIENCIA

Entrevista a emprendedores

Se tuvo la oportunidad de conocer a empresarios que se iniciaron en el rubro agroexportador con empresas familiares muy pequeñas y han aprendido de generación en generación el “now how” del negocio y que actualmente se vienen internacionalizando con éxito en los diferentes mercados globales

Próximos eventos coordinados por la Asociación de Exportadores

En la entrevista con el funcionario representante de la Asociación de Exportadores informo que, a mediados del presente año 2017, se realizara el salón del cacao, en coordinación con funcionarios italianos del Instituto Italo Latinoamericano. Asimismo, indicaron que brindan apoyo al agroexportador mediante diferentes proyectos como el CBI.

CONCLUSIONES

Concluimos que, si existen estrategias de internacionalización por parte del estado peruano, para las empresas agroexportadores, estas estrategias se encuentran en el Plan Operativo Institucional – POI.

Concluimos que las estrategias de internacionalización que brinda el estado peruano, son transversales, y no específicos para el cacao.

Concluimos que la mayoría de empresas agroexportadoras, no cuentan con un área de investigación de mercados.

Concluimos que el servicio logístico que se brinda para el transporte del cacao en el mercado local, para su inmediata internacionalización, no es el óptimo, pues existe mucha informalidad y poca calidad en el servicio brindado.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones antes mencionadas, se realiza las siguientes recomendaciones:

Se recomienda que el estado peruano, mediante sus instituciones como MINCETUR y PROMPERU, elaboren estrategias firmes para introducir el cacao en el mercado italiano.

Se recomienda que los gremios y las instituciones del estado, trabajen de manera coordinada para absolver todas las oportunidades de inversión y de negocios que existe en Italia, y puedan beneficiar a las empresas, cooperativas y productores de cacao.

BIBLIOGRAFIA

AGRO BANCO 2011 Tu banco agrario. Consulta: 23 de setiembre de 2010. AMPEX 2011

Asociación Macro regional de Productores para la Exportación. Consulta: 23 de setiembre de 2011

BANCO MUNDIAL 2010 “Un Nuevo Clima para el Desarrollo”. En Banco Mundial. “Panorama General, Un nuevo clima para el desarrollo”. Washington DC:

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial, pp. 5 -6. Consulta: 24 agosto de 2011. CAPELLE, Jan. 2009 Towards a Sustainable Cocoa Chain.

OXFAM International Research Paper. Bélgica. Enero. Consulta: 06 diciembre de 2011

CENTRO PERUANO DE ESTUDIOS SOCIALES. 2009 “El programa de compensaciones para la competitividad”. Consulta: 04 de enero de 2011.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ 2008 Ley 29196. Ley de Promoción de la Producción Orgánica o Ecológica. 29 de enero. 2000 Ley 27360. Ley de promoción del sector agrario. 30 de octubre. 1997 Ley 26887. Ley General de Sociedades. 05 de diciembre. CONSEJO NACIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS. 2011 Reglamento Técnico de Productos Orgánicos. Consulta: 27 de agosto de 2011.

DIARIO GESTIÓN 2011 “Perú y la Unión Europea firmaron TLC bilateral”.Gestión. Economía. Lima, 13 de abril. Consulta: 03 de setiembre de 2011. 2011 El TLC con la UE regiría desde enero de 2012.Gestión. Economía. Lima, 18 de enero. Consulta: 03 de setiembre de 2011. DIRECCIÓN REGIONAL AGRARIA 2010 “Cacao por distritos: Superficie instalada, superficie de cosecha, rendimiento y producción”. San Martín.2011 “Organizaciones cacaoteras de la región San Martín 2011”. San Martín.

ESCUELAS DE CAMPO PARA AGRICULTORES DE CACAO EN EL PERÚ. 2011 Experiencias, resultados y lecciones aprendidas 2006-2007. Consulta: 27 de agosto de 2011. FOOD AND AGRICULTURE

ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS 2009 Final Data Countries by commodity. Consulta: 29 de setiembre de 2011.

GOBIERNO REGIONAL DE SAN MARTÍN 2011 Proyecto Especial Alto Mayo. Publicaciones: Nota de Prensa N° 5-2011. Consulta: 26 de abril de 2011. INDEX MUNDI 2011 Cocoa Beans Price USD per metricton. Consulta: 10 de octubre de 2011. INSTITUTO DE

CULTIVOS TROPICALES (ICT) 2004 “Beneficio de Grano de Cacao”. En Depósito Legal Biblioteca Nacional del Perú. “Manejo Integrado del Cultivo y Transferencia de Tecnología en la Amazonía Peruana”. Tarapoto: Castillo, pp. 118-119

INSTITUTO DEL BIEN COMÚN. 2010 Valoración cultural de los pueblos Awajún y Wampis. Consulta: 27 de agosto de 2011.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA 2007 “Resultados, Impactos y Lecciones Aprendidas”. En Instituto de Cultivos Tropicales (ICT). “Escuelas de Campo de de Cacao en el Perú Escuela de campo para agricultores”. Consulta: 23 de setiembre de 2010.

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN AGRARIA (INIA) 2010 “Programas Nacionales de Investigación de Cultivos Agroindustriales Cacao”. En Ministerio de Agricultura. Diagnóstico Situacional”. En Ministerio de Agricultura. “Paquete Tecnológico de Manejo Integrado del Cacao” .Lima: INIA. Consulta: 23 de setiembre de 2010.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE – TRADE MAP. 2011 Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Consulta: 29 de setiembre de 2011. <www.trademap.org

MAXIMIXE 2011 Informe Riesgos de Mercado: Cacao y Derivados. Rendimiento de la Producción Mundial por países 2007 – 2009.

MINISTERIO DE AGRICULTURA 2009 “Desarrollar una Sistematización Participativa de la Experiencia de Formulación del Acuerdo o Compromiso de Competitividad de la Cadena Agroproductiva de Cacao – Chocolate, entre los años 2004 – 2009”. Informe de Consultoría. Lima. Consulta: 22 de agosto de 2011. 2010 “Diagnóstico Situacional”. En Ministerio de Agricultura. “Plan Estratégico Institucional PEAH 2010-2020 del Huallaga”. Tingomaría: MINAG, pp. 24. 2011 Producción del cacao: Data de 1950 al 2010. Lima.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - MINCETUR. 2003 “Perfil del mercado y competitividad exportadora de cacao”. Lima. Consulta: 20 de agosto de 2011. PUEBLOS DEL ALTO MAYO. Departamento de San Martín. 2011 Pueblos Indígenas – Problemática. Consulta: 27 de agosto de 2011.

SOLUCIONES PRÁCTICAS - ITDG 2009 “Medios de vida sostenibles para las comunidades mestizas y Awajún”. Boletín informativo de proyectos – BIP 1 del Proyecto Buen Vivir. Moyobamba, número 1, pp. 1- 2.

SULLCA, BENITO. 2010 Paquete tecnológico de manejo integrado del cacao. Tarapoto. Consulta: 21 de agosto de 2011. RED DE CITEs 2011

Centros de Innovación Tecnológica. CITE Cacao. Consulta: 02 de octubre de 2011. .
SOLUCIONES PRÁCTICAS - ITDG 2011 Medios de vida sostenibles para la comunidad mestiza y Awajún. Consulta: 30 de agosto de 2011.

SUNAT 2011 Texto único ordenado de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo decreto supremo N° 055-99-EF. Texto actualizado al 15.03.2007 en base al decreto supremo N° 055-99-EF. Consulta: 02 de agosto de 2011.

TRADING CHARTS 2011 Commodity futures prices quotes for Cocoa.Consulta: 10 de octubre de 2011.

ANEXOS

Anexo 1

Asociaciones y Cooperativas productoras de cacao

El mercado del cacao en el Perú está manejado por las Asociaciones, Cooperativas y empresas privadas. Estas dos primeras, son una figura social donde un grupo pequeño o grande de productores se unen para poder obtener una mejor oferta y mejores condiciones si es que junta la producción de los agricultores.

El estado peruano y distintas organizaciones sin fines de lucro, brindan apoyo a este tipo de figuras sociales. Actualmente existen una ley cooperativista emitida por el estado que regula y fomenta su difusión. Para ello promueve a las asociaciones que se conviertan en cooperativas debido a que de esa manera pueden acceder a mayores beneficios.

Cooperativas / Asociaciones

Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo – Coopain

Cooperativa Agraria Cafetalera Satipo – CAC Satipo

Cooperativa Agroindustrial Tocache

Cooperativa Agraria Cafetalera Oro Verde

Central de Productores Agropecuarios de Amazonas – CEPROAA

Asociación Regional de Productores de Cacao de Tumbes – ARPROCAT

Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurímac Ltda. – CACVRA

Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa Ltda.

Asociación de Pequeños Productores de Cacao de Piura – APPROCAP

Cooperativa Agraria Cafetalera Alto Urubamba Ltda.

Asociación de Productores Agropecuarios San Cristóbal – APASC

Cooperativa Agraria Cafetalera “El Quinacho” Ltda.

Comité Central de Productores Agropecuarios – San Alejandro – COCEPASA

Cooperativa Agraria Cacaotera ACOPAGRO

Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria

Cooperativa Agraria NORANDINO Ltda.

Asociación de Productores Cacaoteros y Cafetaleros del Amazonas – APROCAM

Cooperativa Agraria Cafetalera La Palma

Central de Organizaciones Productoras de Café y Cacao del Perú – Café Perú

Cooperativa Agroindustrial ASPROC – NBT Ltda.

Cooperativa Agraria San Gaban Ltda.

Asociación de Productores de Cacao de los Valles de la Convencional y Tanatile –
APROCAV

Asociación de Productores KEMITO – ENE

Cooperativa Agraria de Cacaoteros de Campos Verdes

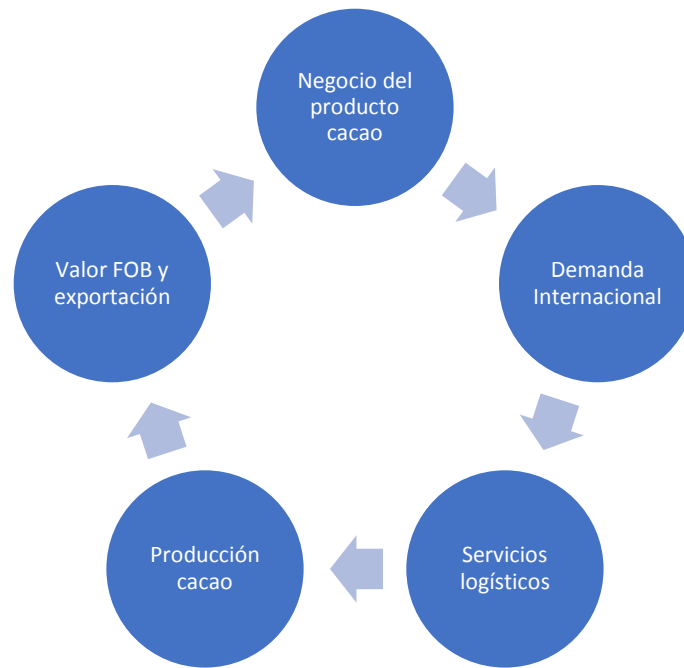
Asociación Distrital de Productores Agropecuarios Frontera del Chinchipe

Cooperativa de Productores de Cacao Alto Huallaga

Anexo 2

Guía de preguntas

Hemos elaborado una guía de preguntas enfocada en cuatro principales categorías,



Segmentos

Se determinaron cinco segmentos para las entrevistas, los cuales fueron,

Empresas exportadoras.

Percacao, Gerente General. , Jeslin Caverro.

Cooperativas y/o asociaciones.

Cooperativa Agroindustrial Naranjillo, Gerente Comercial., Yoni Estrada

Estado.

Ministerio de la Producción.

Consultora, Maria Cecilia Perez, Promperú.

Coordinadora, Maria del Pilar Alarcon

Gremios.

Asociación de Exportadores – ADEX

Gerente de Agroexportaciones, Paula Carrion

Asociación de Exportadores – ADEX

Analista Comercial, Mónica Camones

Proveedores de servicio, envases y embalajes.

Cespedes Express, Gerente General, Edgar Cespedes

Categorías

Se establecieron cinco categorías, cada uno con un promedio de tres preguntas por categoría.

Negocio del producto cacao.

¿Por qué su empresa decide apostar por el cacao?

¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado del cacao?

¿Qué proyectos de innovación tienen con respecto a nuevas líneas de productos de cacao?

¿Cuáles fueron las medidas implementadas para favorecer al producto cacao?

¿Qué tipo de capacitación ofrece y a quiénes principalmente están dirigidos?

¿Cuál es la frecuencia y duración de las capacitaciones?

¿Su organismo tiene una relación fluida y constante con los programas de apoyo a los productores/exportadores de los otros ministerios?

¿Cada cuánto tiempo se organizan reuniones entre ustedes?

¿El Perú realiza investigaciones científicas y de laboratorio para la mejora

Valor FOB y exportación en toneladas de cacao

¿Por qué cree que ambas variables han disminuido gradualmente entre el período 2013-2015?

¿Cuáles considera que fueron los factores relevantes que influyeron?

¿Las exportaciones disminuyeron porque se exportó menor cantidad de toneladas o bajó el precio? ¿Cuál es su opinión al respecto?

Demanda internacional

¿Considera que la demanda de cacao se mantuvo estable en el período 2013-2015?

¿Cuáles fueron las variables que influyeron?

Tenemos información de que la demanda del mercado de asia ha aumentado. ¿En qué aspecto le afectó o le favoreció?

Producción de cacao

¿En qué regiones están ubicados sus cultivos?

¿En dónde realizan la producción de cacao?

¿Ustedes son productores o acopiadores del producto?

¿Cuántos centros de acopio maneja la cooperativa/asociación?

¿Su producción disminuyó entre los años 2013 a 2015?

¿Qué otros factores relevantes influyeron en la producción durante este período?

¿Su producción disminuyó porque se exportó menor cantidad de toneladas o debido a que el precio bajó? ¿Cuál es su opinión sobre este punto?

Servicios logísticos

¿Transportan el producto terminado desde provincia a Lima?

¿La oferta de transporte interno fue suficiente en el año 2013 para atender la demanda de los exportadores de cacao?

¿Cuál es la ruta óptima de transporte por carretera desde provincias hasta Lima?

En líneas generales, ¿los actuales servicios logísticos satisfacen las necesidades de los exportadores de cacao?

En líneas generales, ¿los actuales servicios logísticos satisfacen las necesidades de los exportadores de cacao?

¿Cuáles son los productos y/o servicios que ofrece en relación al cacao?

¿Dentro de su línea de negocio, cual es la experiencia que tiene para los productos derivados del cacao?

¿Cuál es la diferencia competitiva en relación a otras empresas de su rubro?

¿Maneja contratos con sus clientes?

¿Cuáles son sus expectativas respecto a los productos/servicios que se prestaran para el 2017?