

Desempeño Comercial de las Empresas Promovidas por el Desarrollo Alternativo

Perú, 2012

Junio, 2013

Perú: Desempeño Comercial de las Empresas Promovidas por el Desarrollo Alternativo/2012

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA

Carmen Masías Claux
Presidenta Ejecutiva - DEVIDA

Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito para Perú y Ecuador –UNODC

Flavio Mirella
Representante de UNODC en Perú y Ecuador

Hans Jochen Wiese
Asesor Técnico Principal del Programa Desarrollo Alternativo UNODC

Coordinación del informe

Gregorio Sáenz Moya
Responsable de Monitoreo y Evaluación del Programa Desarrollo Alternativo - UNODC

Federico Tong Hurtado
Coordinador de Comunicación, Investigación y Advocacy - UNODC

Diseño y diagramación

SH Sistema Gráfico

Notas explicatorias

El presente informe ha sido elaborado y publicado con el apoyo de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.

Los datos estadísticos empleados para la elaboración del presente informe provienen de la Superintendencia Nacional de Aduanas (SUNAD), Oleaginosa Amazónica S.A. (OLAMSA), Oleaginosa Padre Abad S.A. (OLPASA), Industria de la Palma Aceitera de Loreto y San Martín S.A. (INDUPALSA) y Oleaginosa del Perú S.A.(OLPESA). La información corresponde al periodo enero - diciembre de 2012.

Las denominaciones empleadas y la presentación del material en esta publicación no implican la expresión de opinión alguna de parte del Secretario General de las Naciones Unidas relativa a la situación jurídica de ningún país, territorio, ciudad o zona, o de sus autoridades, o respecto a la delimitación de sus fronteras o límites.

Este informe y otros informes similares pueden ser descargados de: www.devida.gob.pe y www.unodc.org/peruandecuador

Citar como:

Perú: Desempeño Comercial de las Empresas Promovidas por el Desarrollo Alternativo / 2012. OFICINA DE LAS NACIONES UNIDAS CONTRA LA DROGA Y EL DELITO – UNODC, COMISION NACIONAL

TABLA DE CONTENIDO

Presentación.....	11
Balance General.....	21
Reseña de las Empresas Asociativas promovidas por el Desarrollo Alternativo	28
Desempeño Comercial del Café	35
a. Desempeño comercial de las empresas de café monitoreadas.....	36
b. El café de las empresas monitoreadas en el mercado internacional	39
c. El café de las empresas monitoreadas en el mercado nacional	46
Desempeño Comercial del Cacao	51
a. Desempeño comercial.....	52
b. Importancia del Cacao y Derivados de las EDA en el mercado internacional	57
c. Importancia del Cacao y Derivados de las EDA en el mercado nacional y exportación ...	59
Desempeño Comercial de la Palma aceitera	65
a. Desempeño comercial	66
b. Importancia de la Palma aceitera de las EDA en el mercado internacional	69
c. Importancia de la Palma aceitera de las EDA en el mercado nacional	71
Desempeño Comercial del Palmito	75
a. Desempeño comercial	76
b. Importancia del Palmito de las EDA en el mercado internacional	77
c. Importancia del Palmito de las EDA en el mercado nacional	79
Tendencias y desafíos.....	81
a. Tendencias	82
b. Desafíos.....	84
Bibliografía.....	87

Índice de Cuadros y Gráficos

Índice de Cuadros

Cuadro 01: Principales indicadores del desempeño comercial del Desarrollo Alternativo, 2011-2012	14
Cuadro 02: Valor de las ventas de las empresas promovidas por el desarrollo Alternativo	22
Cuadro 03: Principales productos comercializados por las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo en mercados interno y externo, 2011-2012 (US\$)	23
Cuadro 04: Precio promedio de venta de los productos comercializados por las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo (US\$/TM).....	23
Cuadro 05: País de destino de las exportaciones de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$).....	25
Cuadro 06: Ingreso promedio per cápita de los socios integrados a las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)	27
Cuadro 07: Empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo al 2012	28
Cuadro 08: Base social de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo	30
Cuadro 09: Valor de las exportaciones de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)	37
Cuadro 10: Volumen de producción de café por principales países exportadores entre 2010 y 2012 (En miles de TM).....	40
Cuadro 11: Exportaciones de café por principales países entre 2011 y 2012 (En miles de TM).....	42
Cuadro 12: País de destino de las exportaciones de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)	44
Cuadro 13: Volumen de exportación de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo (TM)	44
Cuadro 14: Ranking de las 50 principales empresas exportadoras de café en diversas presentaciones	45
Cuadro 15: Valor de las importaciones de café en Perú entre 2011 y 2012 (En miles de US\$ CIF).....	48
Cuadro 16: Volumen de las importaciones de café en Perú entre 2011 y 2012 (TM).....	48
Cuadro 17: Valor de las exportaciones de cacao en grano sin tostar por empresa promovidas por el Desarrollo Alternativo (TM)	53
Cuadro 18: Valor de las exportaciones de cacao en grano sin tostar por empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo (US\$).....	53
Cuadro 19: Exportación de productos agroindustriales del cacao de Cooperativo Agroindustrial Naranjillo entre 2011 y 2012 (US\$)	56
Cuadro 20: Oferta, demanda y existencias mundiales de cacao en grano entre 2003 y 2012(En miles de TM)	57
Cuadro 21: Valor de las exportaciones de cacao en grano sin tostar por empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo (US\$).....	57
Cuadro 22: Mercado de destino de las exportaciones de cacao en grano entre 2011 y 2012 (US\$)	58

Cuadro 23: Ranking de las 46 empresas exportadoras peruanas de cacao en grano en 2012.....	62
Cuadro 24: Volumen procesado de racimo de fruta por empresas entre 2005 y 2012 (TM).....	67
Cuadro 25: Producción de aceite crudo de palma por empresa entre 2005 y 2012 (TM).....	68
Cuadro 26: Volumen de producción de almendra de palmiste por empresas entre 2005 y 2012 (TM).....	69
Cuadro 27: Superficie cultivada de palma aceitera en Perú entre 2006 y 2012/a (Expresado en Ha).....	72
Cuadro 28: Volumen de producción de Racimo de Fruta Fresca de palma aceitera (Expresado en TM).....	72
Cuadro 29: Volumen de importación de insumos industriales de palma aceitera entre 2011 y 2012 (TM).....	73
Cuadro 30: Ranking de empresas exportadoras de palmito de pijuayo entre 2011 y 2012 US\$).....	79

Índice de Gráficos

Gráfico 01: Evolución de las ventas de las empresas de productores promovidos por el Desarrollo Alternativo (Millones US\$).....	21
Gráfico 02: Mercado de destino de las ventas de la empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo en 2012 (Millones US\$).....	24
Gráfico 03: Mercados de destino de las exportaciones de las empresas vinculadas al Desarrollo Alternativo en 2011 y 2012.....	26
Gráfico 04: Comparativo del ingreso per cápita promedio mensual de las familias socias de las empresas.....	27
Gráfico 05: Base productiva de las empresas asociativas vinculadas al Desarrollo Alternativo.....	32
Gráfico 06: Evolución de las exportaciones de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2000 y 2012 (Millones US\$).....	36
Gráfico 07: Precio mensual del café tipo Arábica entre 2010-2012 (US\$/TM).....	38
Gráfico 08: Precio del café en las empresas y en mercado internacional (US\$/TM).....	38
Gráfico 09: Principales países productores de café en América 2012.....	41
Gráfico 10: Principales países productores de café en Asia y Oceanía en 2012.....	41
Gráfico 11: Principales países productores de café en Africa en 2012.....	41
Gráfico 12: Principales mercados de destino de las exportaciones de café peruano en 2012.....	43
Gráfico 13: Producción de café peruano entre 1999 y 2012 (TM).....	46
Gráfico 14: Producción de café peruano por principales regiones entre 2011 y 2012 (TM).....	47
Gráfico 15: Países de origen de las importaciones peruanas de café en 2011 (En miles de US\$ CIF).....	48

Gráfico 16: Países de origen de las importaciones peruanas de café en 2012 (En miles de US\$ CIF)	49
Gráfico 17 : Evolución de las ventas de las exportaciones de cacao en grano de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2000 y 2012 (Millones US\$)	52
Gráfico 18: Evolución de los precios promedio de cacao en el mercado internacional, 2000-2012 (US\$/TM).....	54
Gráfico 19: Evolución mensual de los precios promedio de cacao en el mercado internacional, entre Agosto 2009 y Diciembre 2012 (US\$/TM)	55
Gráfico 20: Precio del cacao de las empresas y en mercado internacional (US\$/TM)	56
Gráfico 21: Destino de la producción de cacao en grano en 2012 (Total=57.9 miles de TM).....	59
Gráfico 22: Producción de cacao en grano en Perú (En miles de TM)	60
Gráfico 23: Exportación de cacao y derivados entre 2011 y 2012 (En miles de US\$).....	61
Gráfico 24: Importaciones de cacao y derivados por tipo de producto entre 2011 y 2012 (En miles de US\$)	63
Gráfico 25: Evolución de las ventas de las empresas comercializadoras de aceite crudo, almendra de palmiste y aceite de palmiste promovida por el Desarrollo Alternativo entre 2000 y 2012 (US\$).....	66
Gráfico 26: Ventas de las empresas de palma aceitera promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2012 y 2012 (En millones US\$).....	67
Gráfico 27: Producción mundial de aceite de palma entre 2010 y 2011 (En millones TM).....	70
Gráfico 28: Evolución de los precios de aceite de palma entre 2009 y 2012 (CIF Rodetterdan US\$/TM).....	71
Gráfico 29: Importación de aceite refinado de palma por país de origen (US\$).....	73
Gráfico 30: Evolución de las ventas de ASLUSA entre 2000 y 2012 (US\$).....	76
Gráfico 31: Variación del valor de las ventas de ASLUSA 2001 – 2012	77
Gráfico 32: Evolución de las exportaciones de palmito de pijuayo de ASLUSA entre 2000 y 2012.....	78
Gráfico 33: Mercado de destino de las exportaciones de palmito de pijuayo de Aslusa entre 2011 y 2012 (US\$)	78

Índice de Recuadros

Recuadro 1: Precio internacional del café	37
Recuadro 2: Precio internacional del cacao.....	54
Recuadro 3: Precio internacional de la palma.....	70

PRESENTACIÓN

En los últimos años, la opinión pública empieza a destacar el valor de las iniciativas que promueve el Desarrollo Alternativo para reemplazar a los cultivos ilegales de coca, porque sus propuestas al ser rentables y sostenibles constituyen las mejores alternativas para generar sustento y riqueza a las familias en un clima de paz social y libre del narcotráfico.

En este sentido, desde hace más de 20 años, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) en coordinación con el Estado Peruano promueve proyectos con notable impacto económico, social y ambiental. Estas iniciativas contribuyen a enfrentar, de manera simultánea y concreta, tanto al narcotráfico, a la pobreza, así como a la exclusión social que afecta a cientos de personas que se dedican a sembrar cultivos ilegales de coca como alternativa de ingresos.

Precisamente, el presente Informe muestra los resultados de las ventas de productos para el mercado exterior y local de 14 empresas de pequeños productores que mantuvieron o aún mantienen vínculos con las iniciativas impulsadas por UNODC en torno al Desarrollo Alternativo en coordinación con el Estado Peruano representado por DEVIDA y por otras agencias de cooperación internacional.

En esta tarea importante para promover el desarrollo y crecimiento sano de la economía familiar, regional y nacional se suman las 14 empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo, cuyo despliegue comercial es materia de análisis del presente informe, estas empresas en los últimos 13 años (entre el 2000 y 2012) generaron para el país US\$ 813.6 millones y contribuyeron con mejorar los ingresos de 26,957 familias, que actualmente forman parte de la cadena de valor del cacao, café, palma aceitera y palmito de pijuayo.

En el 2012, el balance comercial fue positivo para 5 empresas de un total de 14, que desde el 2000 UNODC y DEVIDA monitorean su desempeño. Fue un año duro para las empresas, debido a factores externos, principalmente, que incidieron en menores ingresos por la contracción de los precios internacionales, sin embargo, no declinaron en su afán de continuar ampliando el volumen de oferta y accediendo a nuevos mercados como Malasia, Australia, Singapur, Rumanía, Polonia, India, Líbano, Israel y Chile.

Consideramos que el punto de quiebre evidenciado en 2012 midió la fortaleza de las empresas, las mismas, que se mantuvieron dinámicas al desplegar nuevas inversiones (programas de fertilización y manejo fitosanitario de las plantaciones para mejorar la producción y productividad) y ampliaciones de sus bases productivas (nuevas áreas, mantenimiento, adquisición de nuevos equipos y/o ampliación de planta industrial),

que en el 2013 le generarán resultados positivos.

En este ranking del 2012 destacan nítidamente las 4 empresas asociativas vinculadas a la palma aceitera que se ubicaron en los primeros lugares en ingreso per cápita. Este sector continúa creciendo a ritmos desbordantes: entre el 2000 y el 2012, el valor acumulado de las ventas aumentó a un ritmo anual del 45% sustentados por la mayor oferta de materia prima en campo, que originó mayor utilización de la capacidad industrial de las fábricas de OLAMSA, OLPEA, OLPASA e INDUPALSA, lo que se tradujo también en reducción de costos.

Sin embargo, la influencia negativa del narcotráfico restó protagonismo a empresas como la Cooperativa Cafetalera Valle Río Apurímac y Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho, que operan en los valles de los ríos Apurímac y Ene –VRAE. Estas empresas se vieron debilitadas por el incremento de los costos de la mano de obra y por los menores recursos financieros para atender la campaña comercial que se mostró expectante por la variabilidad de los precios del café.

En síntesis, el 2012 reportó ingresos por más de US\$ 131 millones por ventas de café, cacao, derivados industriales del cacao, palmito de pijuayo, aceite de palma, palmiste y aceite de palmiste, mediante la labor destacada de las 14 empresas que agrupan a 26,957 socios, que voluntariamente se alejaron de la coca.

Estas expectantes cifras aún a pesar de la crisis financiera internacional demuestran la contundencia de los logros del Desarrollo Alternativo en su lucha constante contra los embates del narcotráfico, que tanto daño le hace al país, y en especial a nuestra juventud. El esfuerzo vale la pena, así como se reconoce el esfuerzo de las empresas contribuyen al desarrollo del país, aún en situaciones críticas, también merece reconocer los esfuerzos del Estado Peruano para redoblar esfuerzos y darle un nuevo impulso para fortalecer lo avanzado hasta la fecha y para replicar y ampliar el modelo de desarrollo rural basado en la asociatividad, que en los últimos 13 años aportó a la economía peruana más de US\$ 813 millones de dólares.

La hoja de ruta del actual gobierno, se orienta principalmente a disminuir los altos niveles de pobreza en el campo en un contexto de crecimiento más inclusivo, así como a reducir las brechas de competitividad que presenta el agro peruano, bajo un enfoque de desarrollo sostenible. En este marco las cifras acumuladas y las que presentamos vislumbran una ruta alentadora en este sentido.

Importantes señales y acciones muestra el Gobierno en su lucha contra las drogas y el narcotráfico, como se evidenció en el 2012 cuando logró el record en erradicación de cultivos de coca para fines ilícitos, 14,234 hectáreas, 38% más con respecto al año anterior. Asimismo, en sus previsiones para el 2013 continuará con las acciones de erradicación, direccionando su accionar hacia zonas de alta incidencia cocalera como el VRAEM y en Alto Huallaga (Monzón), que concentran el 52% de las áreas cultivadas con coca en el Perú, y en el campo militar, prevé fortalecer y mejorar la infraestructura militar en el VRAEM, e impulsar el plan tripartito con Colombia y Brasil para desarrollar operaciones simultáneas y coordinadas con las fuerzas armadas de los tres países en la zona de triple frontera.

Queda aún tareas pendientes por abordar, como la mejora de las condiciones de crédito, políticas tributarias, ampliación y mantenimiento de la infraestructura vial, marco normativo para garantizar el desarrollo sostenido de la palma aceitera ante una inminente expansión, entre otras labores que le corresponde abordar al Estado Peruano.

La evidencia de más de una década nos va mostrando que el Desarrollo Alternativo, es el medio más eficaz para garantizar en las zonas con cultivos de coca ilegal erradicadas o en las que son potencialmente aptos para la expansión, la formación de estructuras económicas legales, con propuestas económicas sostenibles que promueven polos de desarrollo y contribuyen a mejorar la pobreza y la exclusión social de miles de familias, así como, promover mayor acceso en las comunidades de los programas del Gobierno (identidad, salud, saneamiento, etc.).

Resumen Ejecutivo

A. DESEMPEÑO 2012 Y EVOLUCIÓN

US\$ 131.3 millones fue el monto facturado por las 14 empresas asociativas promovidas y/o apoyadas por el Desarrollo Alternativo, que agrupan a 26,957 familias de productores ex – cococaleros que actualmente cultivan 78,644 hectáreas. Si bien el monto de ventas fue inferior en 13.5% respecto al 2011 cabe recordar que el año 2000 las ventas alcanzaron los US\$ 20.9 millones.

En suma, en el periodo 2000-2012, las empresas asociativas monitoreadas aportaron a la economía nacional más de **US\$ 813 millones**.

Cuadro N° 01: Principales indicadores del desempeño comercial de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo, 2011-2012

	Valor de venta			Volumen de venta (en TM)		
	2011	2012	Var. %	2011	2012	Var. %
Tipo de mercado (en millones USD)						
General	151.8	131.3	-13.5%			
Exportación	114.5	89.08	-22%			
Local	37.3	42.2	13%			
Productos (en millones USD)						
Café	87.1	59.9	-31%	13,980	13,262	-5%
Palma aceitera	37.3	42.21	13%	31,494	40,317	28%
Cacao	24.2	26.2	8%	6,997	9,952	42%
Pijuayo para palmito	0.622	0.335	-46%	198	115	-42%
Ingresos (en miles USD)						
Ingreso familiar per cápita anual	5,779	5,024	-13%			

El café, el cacao, la palma aceitera y el palmito son los productos emblemáticos promovidos por el desarrollo alternativo. Se trata de cultivos permanentes y que son susceptibles de recibir procesamientos agroindustriales.

En cuanto al **valor de ventas por tipo de producto, el café fue una vez más el principal producto de exportación.** En 2012, reportó ingresos por US\$ 59.9 millones, monto inferior en 31% con respecto al año anterior.

- Por segundo año consecutivo, **el segundo producto en importancia en valor de ventas fue la palma aceitera**, que generó ingresos por US\$ 42.2 millones, monto que superó en 13% a los ingresos registrados en 2011.
- Al tercer lugar fue desplazado el cacao en grano y los derivados del cacao con ingresos que alcanzaron una facturación total de 26.2 millones de dólares, superando en 8% las ventas del año anterior.
- Al final, se ubicó el palmito de pijuayo, que registró ventas por 334,672 dólares, inferior en 46% respecto al 2011.

En cuanto al volumen de ventas¹ por tipo de producto desagregado.

- La palma aceitera se ubicó en el primer lugar, alcanzando las 40,3 mil TM, superando en 28% la producción obtenida el 2011 (31,5 millones de TM).
- El café registró el 2012 una disminución de 5% respecto al año anterior, alcanzando 13,262 TM, ligeramente inferior a las 13,980 TM del 2011.
- El cacao registró un importante crecimiento del 42% al pasar de 6996TM obtenidas el 2011 a 9,952 TM.
- El palmito de pijuayo en conservas registró el 2011 una disminución de 83 TM (-42%) con respecto al año anterior.

No solo exportaciones, el mercado nacional también cuenta...

67.8% de las ventas se orientaron hacia el mercado de exportación. Esto significó ingresos por más de **US\$ 89'363,107** (incluye café, cacao, derivados de cacao y, en menor medida, el palmito de pijuayo); superando en dos veces a las ventas en el mercado nacional (aceite crudo de palma, almendra de palmiste, aceite de palmiste y también el palmito de pijuayo).

- Desde el año 2000 las exportaciones han crecido más de 4 veces (empezó en US\$ 20.2

¹Nota.- Los productos son distintos y por tanto las unidades de medida, por convención no es posible sumar todo (por ejemplo, el chocolate tiene distinta categorización frente al aceite de palmiste). Tomando en consideración esta precisión, la sumatoria alcanza a las 63,644 TM comercializadas mediante 16 líneas de producción.

millones).

Las ventas en el mercado interno pasaron del 24.6% el 2011 a representar el 32.2% del monto total comercializado de ventas. El mercado local viene mostrando un mayor dinamismo alcanzando US\$ 42' 434,471, es decir +13% que el 2011 cuando se registraron ventas por el orden de 37.1 millones de dólares.

- Desde el año 2000 las ventas han crecido más de 500 veces (empezó apenas en US\$ 800 mil).

Las empresas asociativas de palma aceitera mostraron el mayor dinamismo en las ventas al crecer entre el 16.9% y 22.3%. Asimismo, se mantuvieron estables en el desempeño comercial de las empresas asociativas de café y/o cacao como COPAIN (-0.2%), CECOVASA (-0.2%), y con una ligera disminución ORO VERDE (-7.3%) y ACOPAGRO (-9.7%),

- Por valor facturado, 5 de las 14 empresas asociativas con mayores ventas reportaron ingresos por **99,1 millones de dólares (75.5% del total)**.
 - COCLA se ubica largamente como la empresa asociativa con mayores ventas, el 2012 alcanzando 42,3 millones de dólares (32.2% del total).
 - Le siguen OLAMSA (19,4 millones de dólares), COPAIN (13,8 millones de dólares), CECOVASA (12,3 millones de dólares) y OLPESA (11.1 millones de dólares). En conjunto facturaron 56,8 millones de dólares (43.3%).
- En contraste, las 4 empresas con menor facturación registraron saldos contables en negativo, sumando apenas un total de 4,9 millones de dólares (3.7% del total).
 - Si bien la CAT es la tercera con menor facturación, sin embargo, registró un balance comercial favorable debido a mayores despachos del cacao, pasando de 591 mil dólares el 2011 a 1.3 millones de dólares el 2012(132.4%).
 - En cambio no favoreció a ASLUSA (-55%), que reportó una notoria caída en sus ventas, explicado por la disminución de la capacidad de proceso, al carecer de recursos financieros para acopio de chontas.
 - Igual situación ocurrió con las 2 cooperativas afincadas en el VRAE que reportaron una retracción en las ventas: CACVRA (-60.9%) y EL QUINACHO (-51.2%), debido al débil posicionamiento frente a la expansión de los cultivos de coca vinculado al narcotráfico que continúa distorsionando la economía legal; al provocar el incremento de los costos de los factores de producción y absorción de la mano de obra para las labores agronómicas en campo y, para la elaboración de droga.

Europa y EE.UU siguen siendo los principales destinos de las exportaciones...

Alemania y Estados Unidos explicaron el 51% del total de ingresos (45.5 millones de dólares) en 2012. El otro 38,3% lo representan Bélgica, Inglaterra, Holanda, Italia, Canadá y Suecia.

En conjunto estos 8 países representaron el 89,3%.

- Asimismo, las empresas continuaron fortaleciendo sus estrategias de diversificación de mercados, encontrándose en franca expansión los despachos hacia Asia y Oceanía y en crecimiento a países de la región.
- Alemania es el mercado que más creció porcentualmente el 2012 respecto al año anterior (26%); ubicándose como el principal país de destino al pasar las ventas de US\$ 20,299,912 millones a US\$ 26,057,5106 millones.
- En contraste, Bélgica pasó del primer al tercer lugar al registrar una disminución de las ventas de 24,6 a 11,2 millones dólares (-54%).

Los mejores ingresos familiares per cápita se han registrado en las 4 empresas asociativas de palma aceitera. OLAMSA, generó los más altos ingresos para sus socios, al registrar en promedio US\$ 25,664 por familia; superando los US\$ 19,856 obtenidos el 2011. Luego se ubican OLPASA con US\$ 13,469 (-18%), INDUPALSA con US\$ 11,116 (-8%) y OLPESA con US\$ 8,558 (34%).

- La más importante mejora en los ingresos familiares anuales lo registró la CAT cuyas familias de productores asociadas recibieron el US\$ 5,406, superando los US\$ 2,326 recibidos el 2011 (mayor crecimiento porcentual: 132%).
- Si bien COCLA se ubica en el primer lugar en cuanto a valor de ventas, mostró signos de una disminución de ingresos al pasar de US\$ 7,726 el 2011 a US\$ 5,292 en el 2012 (-32%).
- Especial preocupación merecen las cooperativas ubicadas en pleno corazón del VRAE.
- El ingreso más bajo se registró en la CACVRA en el VRAE, con US\$ 418, (-61%). Para el análisis más fino debe tomarse en consideración que cuenta con un total de 1,800 socios y, que se encuentra ubicada en una de las zonas más convulsionadas del país, lo que hace aún más compleja su actividad productiva.
- El Quinacho mostró una drástica reducción del -51.2% en sus ventas, lo que significó una reducción de sus ingresos hasta por US\$ 6,044 al año por familia asociada (12,383 fue el ingreso per cápita el 2011).
- Asimismo, disminuyó el ingreso de ASLUSA (-55%) que recibieron US\$ 1,195 es decir, US\$ 1,460 menos que el 2011.

A pesar de la disminución de las ventas algunas de las empresas asociativas ampliaron ligeramente su base social y productiva.

- La base de asociados registró un ligero crecimiento: pasó de 26,265 el 2011 a **26,957**

familias asociadas el 2012.

- COCLA cuenta con la mayor base social, alcanzando hasta 8,000 asociados, seguido de CECOVASA con 4,581 que mantuvieron su padrón igual al año anterior.
 - Las demás empresas asociativas no mostraron mayor cambio en lista de asociados.
 - COPAIN mostró un mayor dinamismo en su padrón de asociados que se incrementó de 4,000 a 4,500 asociados respecto al 2011.
 - Divisoria y OLPASA mostraron muy ligeros crecimientos en el padrón de asociados.
 - Se mantienen como las empresas con una menor base social la CAT con apenas 254 asociados y ASLUSA con 261 asociados.
- La base productiva también continuó su tendencia al crecimiento hasta cubrir una superficie total de **78,644 hectáreas** distribuidos en la producción de los cuatro cultivos permanentes promovidos por el Desarrollo Alternativo. Se trata de una superficie de cultivos lícitos que superan a las 62,500 has. de hoja de coca (más de 16 mil has.).
 - Encabezan esta lista COCLA con 21,000 has. dedicadas al cultivo del café en el Cuzco, seguido de COPAIN con 12,000 has, que producen café y cacao en el valle del Alto Huallaga y, CECOVASA con 11,563 has de producción de café en la Amazonía de Puno.
 - En contraste, las empresas asociativas con menor superficie cultivada están asentadas en Tocache y Uchiza. Se trata de ASLUSA, que contabiliza 660 has. dedicadas al cultivo del pijuayo para el palmito y la CAT con 900 has. en las que se produce cacao, y que en los próximos años producirá cacao aromático y fino.
 - El área cultivada en promedio es **3 ha por familia**, destacan las parcelas de palma que abarcan en promedio 7 has.

B. IMPACTO DEL DESARROLLO ALTERNATIVO

En base a la evidencia proporcionada por los 13 años de monitoreo de las 14 empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo y sin minimizar los retos y desafíos pendientes, se puede afirmar que existen indicadores precisos y alentadores que nos indican que el Desarrollo Alternativo genera importantes impactos en el plano económico y comercial, social y ambiental.

Consolidación del modelo empresarial asociativo como alternativa lícita y rentable frente al narcotráfico

Las ventajas que ofrece a las familias este modelo empresarial asociativo radica en el doble beneficio que les ofrece: (i) expansión productiva, comercial y servicios (asistencia técnica, créditos, etc.), al ser socio de la asociación (accionista mayoritario de la empresa); y, (ii) utilidades, al ser accionista individual de la empresa.

Lo avanzado entre el 2000 y el 2012 se traduce en los siguientes indicadores:

- **Más empresas asociativas agroindustriales que muestran solidez en la selva peruana.** En el 2000 operaban 8 empresas entre cooperativas y sociedades anónimas; y desde hace 4 años la cifra aumentó a 14.

- **Más familias de campesinos que dejaron la coca para dedicarse a los cultivos alternativos.** La base de asociados se ha duplicado y mantiene su tendencia de crecimiento: pasó de menos de 12,300 familias el año 2000 a 26,957 socios en el 2012 (+118%).

Este aumento sostenido en el número de asociados a las organizaciones de productores, es un indicador de confianza y refugio en opciones como la asociatividad que permite a los agricultores y a sus empresas acceso directo a mercados más competitivos a lo largo de los años.

- **Mayor base productiva superando incluso la superficie de cultivos de coca.** Pasar de 12,500 ha. hasta cubrir una superficie total de **78,644 hectáreas** es un logro contundente, superando incluso las 62,500 ha. de superficie de coca (UNODC: 2012).

- **Mayor cobertura geográfica.** Estas 14 empresas asociativas operan en los más importantes valles cocaleros del Perú (Alto Huallaga, Aguaytía, el VRAE, La Convención e Inambari – Tambopata), abarcando 7 regiones, desde San Martín, Huánuco, Ucayali, Loreto, Ayacucho, Cuzco y Puno.

En suma, se cuenta con un mayor número de empresas asociativas, con una creciente base social y productiva, sustentados en el sostenido éxito comercial expresado en mayores montos y volúmenes de ventas.

Mayor competitividad y acceso directo a mercados exteriores y locales

- El modelo empresarial asociativo permite a los productores acceso directo a los mercados exteriores y locales.

- Se registra un salto cuantitativo y cualitativo entre el 2000 y el 2012: La competitividad marca la pauta.

- **Mayor diversificación de productos:** la oferta comercial pasó de 5 productos el 2000 a 16 relacionada con los cuatro cultivos permanentes.

- **Mayor valor agregado:** si bien el café y el cacao en grano son los principales productos en monto y volumen de ventas, sin embargo, las empresas incorporaron más productos con mayor valor agregado: chocolates, cocoa, aceite de palmiste, entre otros.
- **Mejor calidad:** las empresas muestran una creciente atención y preocupación por la calidad, para lo cual adecuaron y ofertaron sus productos a mercados altamente exigentes en calidad: café y cacao orgánico y gourmet, y próximamente lo harán con el cacao aromático y fino.

Mejora sostenida en el ingreso familiar per cápita anual

- **Casi se cuadruplicó el ingreso de las familias ex – coccaleras.** Entre el 2000 y el 2012 el ingreso familiar per cápita anual pasó de US\$ 1,366 el 2000, a promediarse en US\$ 5,024 (13,248 nuevos soles al tipo de cambio de 2.63 nuevos soles).
- **Los ingresos anuales de las familias se incrementaron en 367%, frente al 53% de avance de la Remuneración Mínima Vital (RMV).** El año 2000 la RMV de 410 nuevos soles superaba a los 397 soles que recibían las familias productores. Si comparamos la RMV del 2012 fijada en 750 nuevos soles (lo que representa un ingreso anual de 9,000 nuevos soles), con los 13,248 nuevos soles anuales del 2012, nos arroja ingresos superiores en 68%.

Menor presión a la deforestación de los bosques al desarrollar actividades productivas lícitas y rentables.

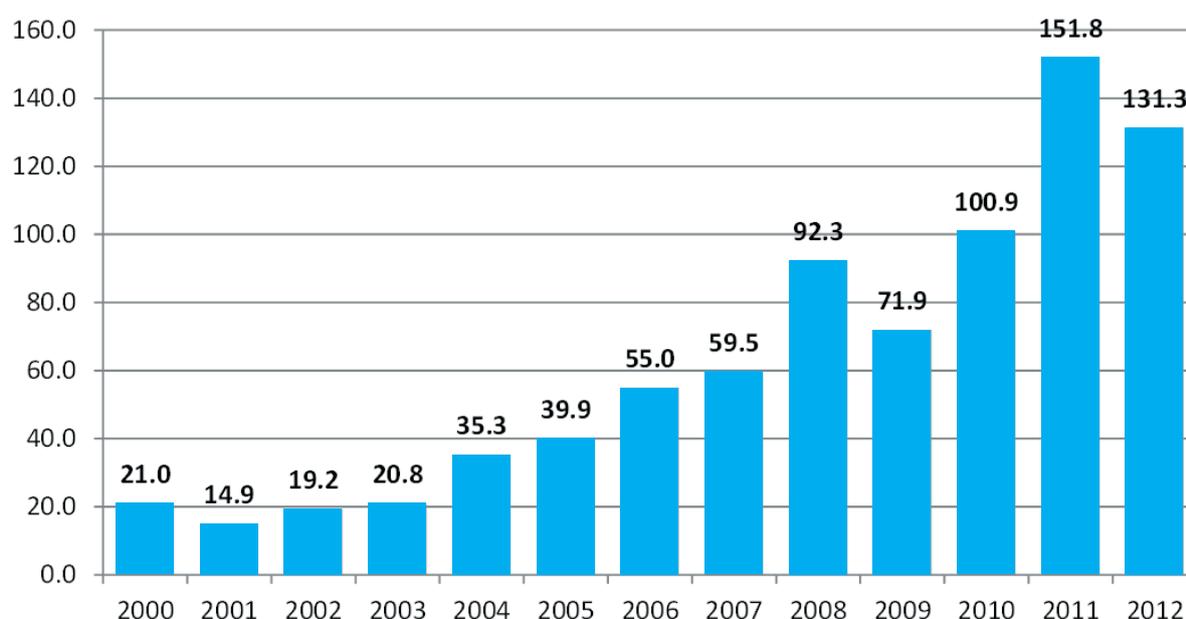
Las cooperativas y empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo asentaron a los socios y accionistas en las zonas de producción, reduciendo así la expansión de la agricultura migratoria depredadora de recursos medioambientales.

En este escenario, es imperativo que el Estado considere mayor promoción a estos emprendimientos por los impactos positivos que generan a nivel económico, social, individual y ambiental al mitigar procesos de deforestación. El desarrollo de este sector se debe ordenar empezando con una planificación del territorio y su respectiva zonificación ecológica-ambiental protegiendo zonas de bosque existentes.

Balance General

Durante el año 2012, las empresas promovidas por el Desarrollo alternativo reportaron ingresos por US\$ 131 millones. Si bien esto significa una disminución del 13.5% respecto al 2011, la cifra aun se mantiene en la tendencia de crecimiento sostenido desde el año 2000.

Gráfico 1: Evolución de las ventas de las empresas de productores promovidos por el Desarrollo Alternativo (Millones US\$)



Fuente: SUNAT, OLAMSA, OLPESA, OLPASA, INDUPALSA

La disminución del resultado final se explica debido a que 10 de las 14 empresas reportaron reducción en sus ventas que, en el mayor de los casos, alcanza hasta el 60.9%. En este escenario, la disminución del 31.5% de los ingresos de COCLA tuvo un peso importante, al tratarse del principal generador de ingresos en la suma de las ventas de las empresas monitoreadas.

Cuadro 02: Valor de las ventas de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)

Empresa	2011	2012	Var.%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	61,805,260	42,332,866	-31.5%
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	13,893,732	13,860,017	-0.2%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia (CECOVASA)	12,374,544	12,355,775	-0.2%
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (CAC ACOPAGRO)	9,403,729	8,489,757	-9.7%
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	4,953,325	2,417,761	-51.2%
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	4,682,515	4,338,995	-7.3%
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurímac (CACVRA)	1,921,183	751,915	-60.9%
Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria (CAC DIVISORIA)	4,116,083	2,830,983	-31.2%
Cooperativa Agroindustrial Tocache (CAT)	590,789	1,373,215	132.4%
Agroindustria Santa Lucia S.A (ASLUSA)	743,349	334,672	-55.0%
Oleaginosa Amazónica S.A (OLAMSA)	15,885,139	19,427,471	22.3%
Oleaginosa Padre Abad S.A. (OLPASA)	6,461,135	6,642,297	2.8%
Industria de la Palma Aceitera de Loreto y San Martín S.A. (INDUPALSA)	5,447,936	5,013,206	-8.0%
Oleaginosa del Perú S.A. (OLPESA)	9,518,860	11,125,855	16.9%
Total	151,797,578	131,294,785	-13.5%

Fuente: SUNAT, OLAMSA, OLPESA, OLPSA, INDUPALSA

La disminución de los ingresos de estas empresas encuentra explicación en varios factores. Por un lado, la tendencia decreciente de los *commodities* en el mercado internacional para el café, el cacao y la palma aceitera, situación influenciada por una mayor oferta mundial disponible, debido a las buenas cosechas registradas en Brasil con el café y en Malasia e Indonesia con el palma.

Por otro lado, se encuentran los problemas climáticos y estructurales que afectaron la producción del cacao en los países del África Occidental, incidiendo en las altas y bajas de los precios.

Asimismo, otro de los factores con peso significativo, fue la crisis financiera internacional, principalmente en la Eurozona y en Estados Unidos, como consecuencia de los ajustes fiscales. A esto, se suma el replanteamiento de las metas de crecimiento de economías emergentes como China, por debajo del 10%, lo que impactó en la reducción del consumo mundial y, por consiguiente, en la demanda.

Otro factor que incidió en esta reducción es el peso que tiene el café en la sumatoria de las ventas, al tratarse de un producto exportado por siete de las empresas monitoreadas. Al 2012, este producto generó el 67% de los ingresos por exportación y 47% de las ventas globales. Por tal razón, la reducción de sus precios ha resultado determinante en el acumulado global de la venta de los productos.

Cuadro 03 : Principales productos comercializados por las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo en mercados interno y externo, 2011-2012 (US\$)

Descripción de partida arancelaria	2011	2012	Var. %
a. Mercado externo	114,484,508	89,085,956	-22%
Café sin tostar, sin descafeinar, los demás	87,068,318	59,875,244	-31%
Los demás cacao en grano, entero o partido, crudo	24,191,713	26,222,911	8%
Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 1.65%	1,294,475	1,414,524	9%
Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo.	467,858	767,848	64%
Palmitos, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarados	743,349	334,672	-55%
Chocolates y sus preparaciones alimenticias, en bloques, sin rellenar	84,271	317,600	277%
Pasta de cacao, sin desgrasar.	276,673	98,202	-65%
Cacao en grano, entero o partido, tostado.	26,062	37,996	46%
Cascara, cascarilla, películas y demás residuos de cacao.	39,196	15,298	-61%
Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%	0.00	915	
Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao.	0.00	653	
Café sin descafeinar, en grano, tostado.	2,145	93	-96%
Café sin descafeinar, molido, tostado.	3,168	0.00	-100%
Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente.	287,280	0.00	-100%
b. Mercado interno	37,313,070	42,208,829	13%
Aceite crudo de palma	35,950,331	40,544,212	13%
Palmiste	663,939	576,934.48	-13%
Aceite de palmiste	698,800	1,087,682.52	56%
Total	151,797,578	131,294,785	-14%

Fuente: SUNAT, OLAMSA, OLPESA, OLPASA, INDUPALSA

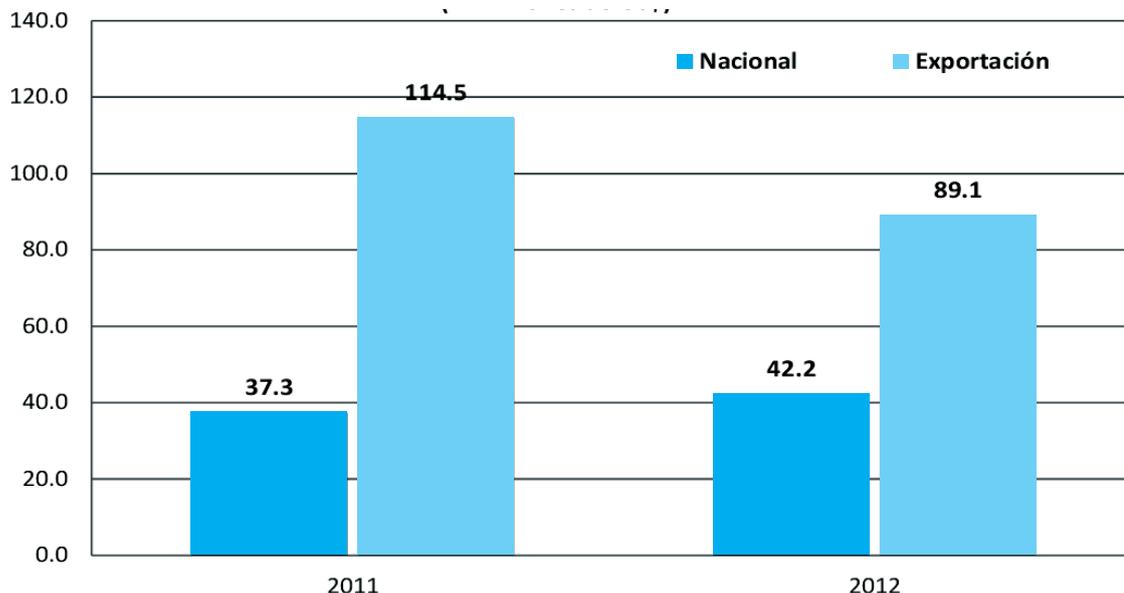
Respecto al valor de venta promedio por TM de los principales productos comercializados, el cacao en polvo, el palmito, la pasta de cacao y el cacao en grano tostado registraron incrementos en sus precios, superando el 50% como fue caso del palmito de pijuayo. Sin embargo, el resto de productos comercializados no registró caídas en sus cotizaciones, como fue el caso de la cascarilla de cacao que disminuyó en 61%.

Cuadro 04: Precio promedio de venta de los productos comercializados por las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo (US\$/TM)

Descripción de partida arancelaria	2011	2012	Var. %
a. Mercado externo			
Café sin tostar, sin descafeinar, los demás	6,228	4,515	-28%
Los demás cacao en grano, entero o partido, crudo	3,457	2,635	-24%
Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 1.65%	4,244	4,025	-5%
Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo.	5,107	5,390	6%
Palmitos, preparados o conservados de otra forma, incluso azucarados	1,882	2,903	54%
Chocolates y sus preparaciones alimenticias, en bloques, sin rellenar	11,000	9,451	-14%
Pasta de cacao, sin desgrasar.	5,613	6,667	19%
Cacao en grano, entero o partido, tostado.	5,200	5,290	2%
Cascara, cascarilla, películas y demás residuos de cacao.	1,307	510	-61%
Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%		5,229	
Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao.		5,442	
Café sin descafeinar, en grano, tostado.	14,550	9,300	-36%
Café sin descafeinar, molido, tostado.	14,550		
Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente.	3,800		
b. Mercado interno			
Aceite crudo de palma	1,159	1,038	-10%
Palmiste	285	279	-2%
Aceite de palmiste	1,142	1,098	-4%

Fuente: SUNAT, OLAMSA, OLPESA, OLPASA, INDUPALSA

Gráfico 2: Mercado de destino de las ventas de la empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo en 2012 (En millones de US\$)



Fuente: SUNAT, OLAMSA, OLPESA, OLPASA, INDUPALSA

Al analizar la situación por alcance del mercado, se observa que la variación entre el 2011 y el 2012 muestra noticias alentadoras sobre la expansión del mercado nacional. Si bien, la contracción del valor de las exportaciones impactaron negativamente en la sumatoria total de las ventas, el crecimiento del mercado interno amortiguó el impacto de esta situación. Así, mientras las ventas al mercado de exportación disminuyeron en promedio 22%, las ventas al mercado interno aumentaron en promedio 13%, al pasar de US\$ 37.3 millones a US\$ 42.2 millones entre el 2011 y 2012.

Cuadro 05: País de destino de las exportaciones de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)

País	2011	2012	Var.%
Alemania	20,299,912	26,057,510	28%
Estado Unidos	22,058,598	19,432,215	-12%
Bélgica	24,650,733	11,248,555	-54%
Inglaterra	6,816,464	5,233,345	-23%
Holanda	9,072,668	4,893,775	-46%
Italia	6,279,241	4,620,698	-26%
Canadá	6,765,959	4,197,995	-38%
Suecia	7,785,297	3,980,573	-49%
Malasia		2,560,301	
Suiza	2,012,270	1,685,300	-16%
Japón	1,543,381	851,946	-45%
México	1,098,725	838,935	-24%
Francia	760,550	501,371	-34%
España	1,299,144	450,815	-65%
Australia		450,090	
República de Corea del Sur	306,082	354,957	16%
Dinamarca	908,068	351,452	-61%
Nueva Zelanda	280,610	319,537	14%
Singapur		225,322	
Rumania		224,936	
Finlandia	186,723	189,956	2%
Colombia	510,478	185,918	-64%
Polonia		85,688	
India		85,337	
Líbano		39,938	
Israel		16,500	
Chile		2,311	
China (Taiwan)	228,244	680	-100%
Irlanda	501,820		-100%
Australia	375,953		-100%
Brasil	287,280		-100%
Noruega	184,975		-100%
Islandia	118,385		-100%
Kosovo	31,547		-100%
Total	114,363,107	89,085,956	-22%

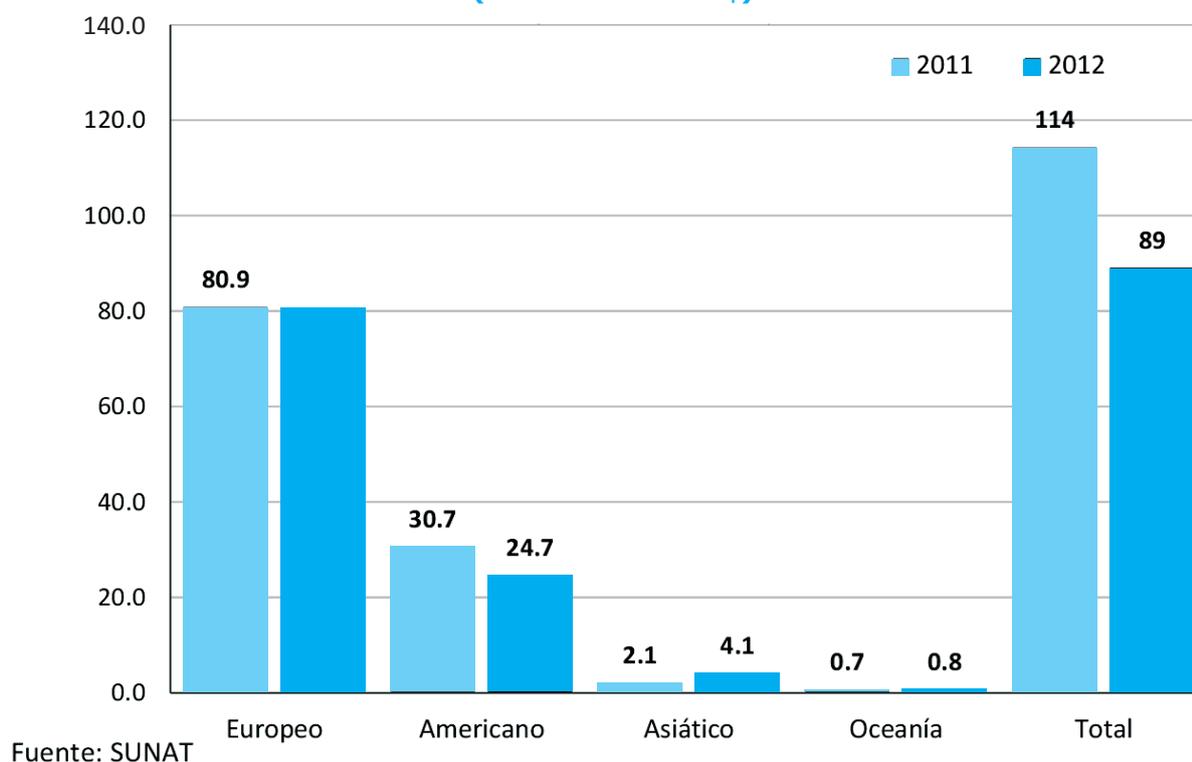
Fuente: SUNAT, OLAMSA, OLPESA, OLPASA, INDUPALSA

Durante el 2012, Alemania lideró la lista de los principales mercados de destino de las exportaciones de las empresas monitoreadas, mostrando a su vez un incremento del 28% con respecto al 2011. Los principales productos exportados al mercado alemán fueron el cacao en grano, el café, la cascara y cascarilla de cacao y el licor de cacao. Por otro lado, Corea del Sur (16%), Nueva Zelanda (14%) y Finlandia (2%), también han mostrado un incremento entre estos dos años.

Si bien el monto de ventas a Estados Unidos se contrajo en promedio ha retrocedido en un 12% en el 2012 respecto al año previo, se mantiene como el segundo mercado de destino más importante, al explicar el 22% del total. A este mercado, se destinan el cacao en grano, café, cacao en polvo y licor de cacao.

La reducción de la demanda de productos de exportación en 2012 se evidenció principalmente en el mercado Europeo. Los ingresos provenientes de la Eurozona, descendieron en 26% con respecto al año anterior. Exceptuando Alemania y Finlandia, en el resto de países la caída de los ingresos varió entre 23% y 100%. La crisis financiera internacional que afectó en la reducción del consumo en los mercados europeos fue determinante. Asimismo, si bien el mercado americano fue el segundo en importancia, las caídas de los ingresos registrados en Estados Unidos (12%), Canadá (38%), México (24%) y Colombia (64%) restringieron una mayor dinámica comercial.

Grafico 03: Mercados de destino de las exportaciones de las empresas vinculadas al Desarrollo Alternativo en 2011 y 2012 (En millones de US\$)



Este desempeño impactó en el ingreso per cápita promedio de las familias asociadas a las empresas monitoreadas al 2012, al llegar a US\$ 5,024, monto menor en 13% con respecto al año anterior. Los efectos de la menor actividad comercial reflejados, principalmente en las empresas que destinan productos para exportación, producto de la restricción de los mercados y bajas cotizaciones, incidieron en el balance final.

Sin embargo, si se compara con la Remuneración Mínima Vital (US\$ 284.4 o equivalente a S/. 750), el ingreso per cápita de las familias asociadas a las empresas fue superior en 1.4 veces la RMV, al registrar en promedio a US\$ 418.6 por mes o S/. 1,104. Asimismo, comparada con los ingresos reales promedio per cápita mensuales generados en la zona rural en el noveno decil (S/. 560.9²) los ingresos de los socios de las empresas vinculadas al Desarrollo Alternativo fueron superiores en 1.96 veces.

² http://www.inei.gob.pe/DocumentosPublicos/Pobreza_InformeTecnico.pdf

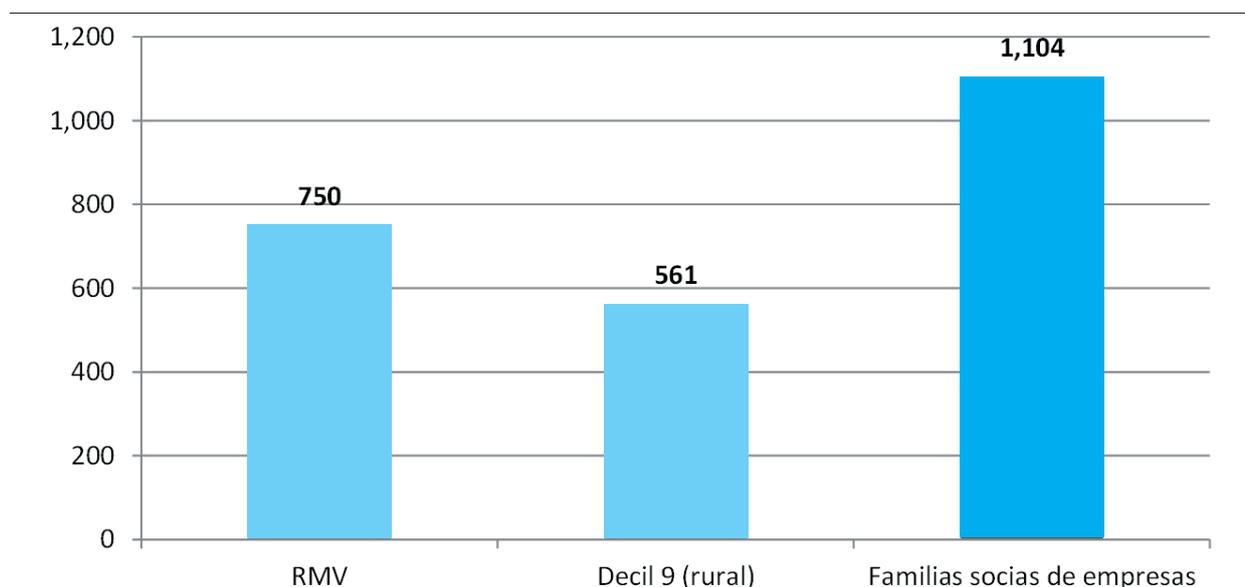
Cuadro 06: Ingreso promedio per cápita de los socios integrados a las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)

Empresa	2011	2012	Var. %
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	7,726	5,292	-32%
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	3,473	3,465	-0.2%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia (CECOVASA)	2,701	2,697	-0.2%
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (CAC ACOPAGRO)	4,702	4,245	-10%
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	12,383	6,044	-51%
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	3,902	3,616	-7%
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurimac (CACVRA)	1,067	418	-61%
Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria (CAC DIVISORIA)	6,704	4,611	-31%
Cooperativa Agroindustrial Tocache (CAT)	2,326	5,406	132%
Agroindustria Santa Lucia S.A (ASLUSA)	2,655	1,195	-55%
Oleaginosa Amazonica S.A (OLAMSA)	19,856	25,664	29%
Oleaginosa Padre Abad S.A. (OLPASA)	16,399	13,419	-18%
Industria de la Palma Aceitera de Loreto y San Martín S.A (INDUPALSA)	12,080	11,116	-8%
Oleaginosa del Perú S.A. (OLPESA)	6,384	8,558	34%
Total	5,779	5,024	-13%

Fuente : SUNAT, OLAMSA, OLPASA, INDUPALSA, OLPESA

En resumen, si bien el panorama muestra una reducción en el resultado global de las ventas, producto de la contracción de la demanda a raíz de la crisis internacional, la tendencia al crecimiento se mantiene, principalmente sustentada en la expansión del mercado nacional. Situación que se refleja en los ingresos de los asociados a las empresas, que a un ritmo mensual se mantiene por encima de la RMV.

Grafico 04: Comparativo del ingreso per cápita promedio mensual de las familias socias de las empresas (S/.)



Fuente: INEI-SUNAT-OLPESA, OLAMSA, INDUPALSA, OLPASA

Reseña de las Empresas Asociativas promovidas por el Desarrollo Alternativo

Se trata de 14 empresas asociativas surgidas en los más importantes valles cocaleros del Perú, como el Alto Huallaga, Aguaytía, el VRAE, La Convención e Inambari-Tambopata. En total abarcan 7 regiones, desde San Martín, Huánuco, Ucayali, Loreto, Ayacucho, Cuzco y Puno.

Cuadro N°07: Empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo al 2012

Empresa	Ámbito	Año de creación	# de socios	Has
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	Leoncio Prado, Huamalíes, Pachitea (Huánuco), Tocache (San Martín), Padre Abad (Ucayali)	1964	4,500	12,000
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	La Convención y Calca (Cusco)	1967	8,000	21,000
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurimac (CACVRA)	Huanta y La Mar (Ayacucho), La Convención (Cusco)	1969	1,800	6,300
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandía (CECOVASA)	Sandía (Puno)	1970	4,581	11,563
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	Huanta y La Mar (Ayacucho), La Convención (Cusco)	1971	400	1,600
Cooperativa Agroindustrial Tocache (CAT)	Tocache-Uchiza (San Martín)	1990	254	900
Agroindustria Santa Lucia S.A (ASLUSA)	Tocache-Uchiza (San Martín)	1994	268	475

Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	Lamas (San Martín)	1996	450	1,201
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (CAC ACOPAGRO)	Juanjui, Saposoa, Bellavista y Picota (San Martín)	1997	1,800	3,600
Oleaginosa Amazónica S.A (OLAMSA)	Coronel Portillo (Ucayali)	1998	800	8,000
Cooperativa Agraria Cafetera Divisoria (CAC DIVISORIA)	Leoncio Prado, Huamalíes, (Huánuco), Tocache (San Martín), Padre Abad (Ucayali)	2001	800	1,228
Industria de la Palma Aceitera de Loreto y San Martín S.A. (INDUPALSA)	Lamas-Yurimaguas, (San Martín-Loreto)	2005	399	2,433
Oleaginosa del Perú S.A. (OLPESA)	Tocache -Uchiza (San Martín)	2007	704	5,780
Oleaginosa Padre Abad S.A. (OLPASA)	Padre Abad - Ucayali	2008	400	2,189

Fuente: Monitoreo UNODC

La estrategia de apoyo de UNODC a las 14 empresas asociativas en coordinación con el Estado Peruano, durante los años de labor, cubrió diferentes campos:

En el plano productivo, incluyó apoyo en la expansión de los cultivos, mejora de la calidad en cacao y café, mejora de la producción y productividad de los cultivos agroindustriales de palma aceitera y pijuayo.

En el plano comercial y financiero, se promovió el financiamiento para el acopio y la comercialización a los mercados exteriores.

En el caso de las 4 empresas palmicultoras se impulsó la implementación de plantas industriales de extracción de aceite crudo de palma.

En el campo organizacional, la estrategia de desarrollo alternativo de UNODC contribuyó a la creación y/o fortalecimiento de las 14 empresas asociativas.

Por base social. La base de asociados continua en crecimiento: pasó de 23,749 el 2010 a 26,957 socios en el 2012 (+14%).

Las empresas asociativas con mayor número de socios, son COCLA con 8,000 asociados, seguido de CECOVASA con 4,581.

Una muestra del dinamismo económico y comercial de las empresas asociativas es el crecimiento de la base social. Esto ocurrió el 2011 en el caso de CAC ORO VERDE que pasó de 450 a 1,200 asociados, casi el triple (+285%) y también ACOPAGRO que duplicó su padrón de asociados al pasar de 900 a 2,000 asociados (+120%). El 2012 el único caso de aumento importante del padrón de asociados fue el caso de COPAIN que pasó de 4,000 a 4,500 asociados.

Cuadro N° 08: Base social de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo, 2011-2012

Empresa	2011	2012
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	8,000	8,000
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandía (CECOVASA)	4,581	4,581
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	4,000	4,500
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (CAC ACOPAGRO)	2,000	2,000
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurímac (CACVRA)	1,800	1,800
Oleaginosa del Perú S.A. (OLPESA)	1,491	1,491
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	1,200	1,200
Oleaginosa Amazónica S.A (OLAMSA)	800	800
Cooperativa Agraria Cafetera Divisoria (CAC DIVISORIA)	614	800
Industria de la Palma Aceitera de Loreto y San Martín S.A (INDUPALSA)	451	451

Industria de la Palma Aceitera de Loreto y San Martín S.A (INDUPALSA)	451	451
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	400	400
Oleaginosa Padre Abad S.A. (OLPASA)	394	400
Agroindustria Santa Lucia S.A (ASLUSA)	280	280
Cooperativa Agroindustrial Tocache (CAT)	254	254
Total	26,265	26,957

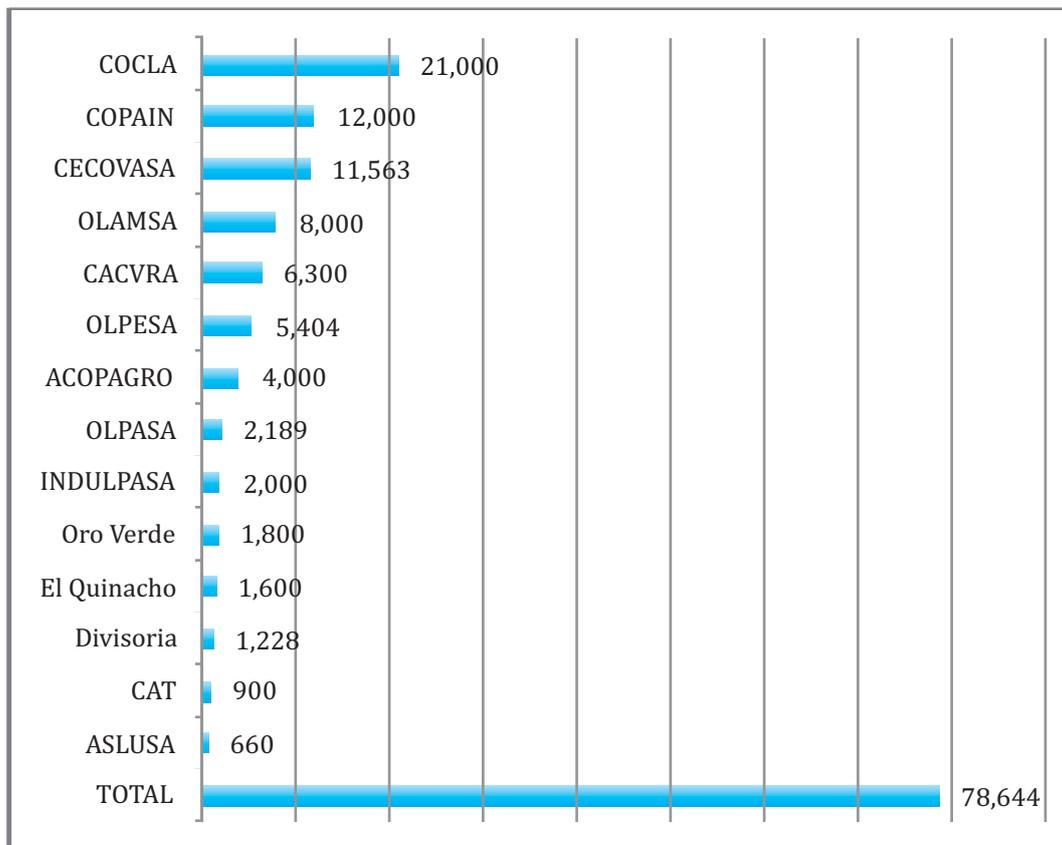
Fuente : ADUANAS, OLAMSA, OLPASA, INDUPALSA, OLPESA

En contraste, las que tienen una menor número de socios son la CAT con 254 asociados y ASLUSA con 261 asociados.

Por base productiva. El 2011 se registró una superficie total de 78,644 hectáreas que explica la producción de los cuatro cultivos permanentes promovidos por el Desarrollo Alternativo. Se trata de una superficie de cultivos lícitos que superan a las 62,500 has. de hoja de coca (más de 16 mil has.).

Encabezan esta lista COCLA con 21,000 hectáreas dedicadas al cultivo del café en el Cusco, seguido de COPAIN con 12,000 hectáreas que producen café y cacao en el valle del Alto Huallaga y, CECOVASA con 11,563 hectáreas de producción de café en la Amazonía de Puno.

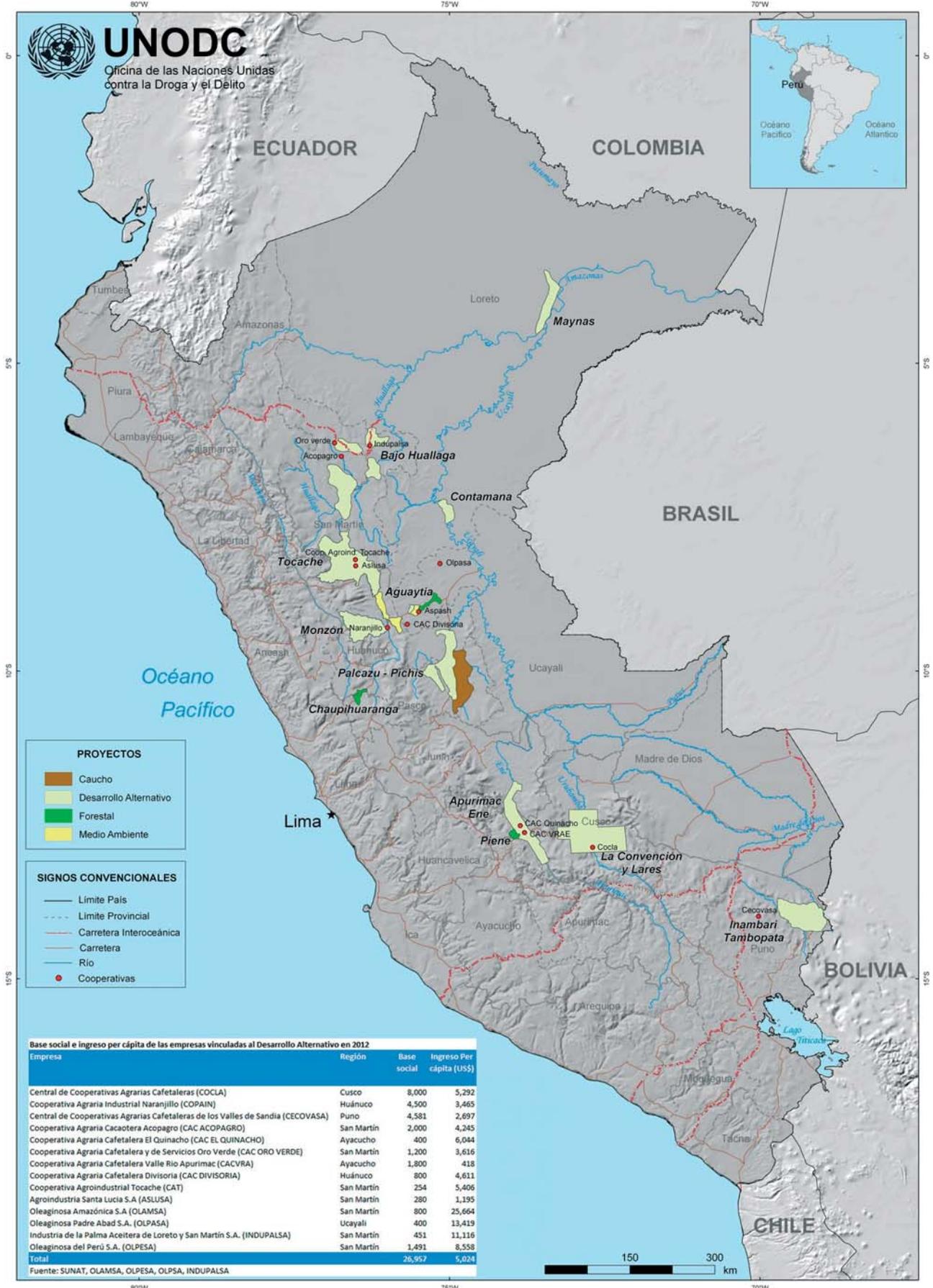
Gráfico N° 05: Base productiva de las empresas asociativas vinculadas al Desarrollo alternativo en 2011 (Ha.)



Fuente: ADUANAS, OLAMSA, OLPASA, INDUPALSA, OLPESA

En contraposición, las empresas asociativas con menor superficie cultivada están asentadas en Tocache y Uchiza. Se trata de ASLUSA, que contabiliza 660 hectáreas destinadas al cultivo del pijuayo para el palmito y la CAT con 900 hectáreas en las que se produce cacao, y que en los próximos años, muchas de ellas, producirá cacao aromático y fino.

MAPA DE LOCALIZACIÓN
Empresas Promovidas por el Desarrollo Alternativo



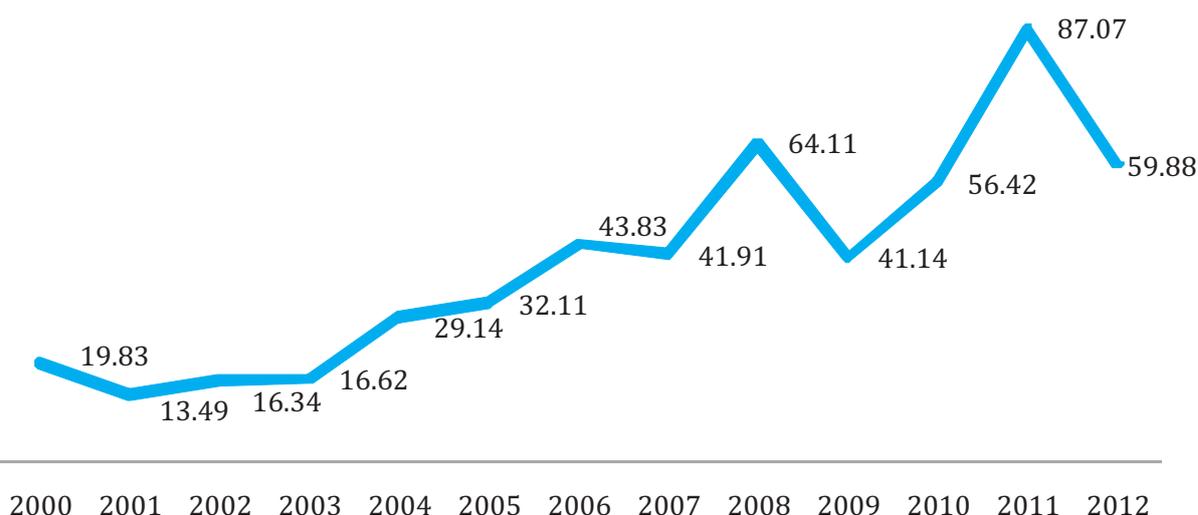
Desempeño Comercial del Café



Desempeño Comercial del Café

a. Desempeño comercial de las empresas de café monitoreadas

Grafico 06: Evolución de las exportaciones de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2000 y 2012 (Millones US\$)



Durante el 2012, se evidenció una menor demanda de café en los principales países importadores. Varios factores explican esta situación. En primer lugar, la crisis internacional que afectó principalmente a Estados Unidos y Europa. Asimismo, la mayor oferta mundial del grano, que llegó a alcanzar el record histórico de 8.6 millones de toneladas métricas, debido al incremento de la producción en países como Brasil que registró un crecimiento del orden del 17% (lo que representó el 60% de la producción de América Latina y el 35% de la producción mundial).

El Perú no fue ajeno al impacto de estos factores, por lo que el valor de sus exportaciones de

café en sus diversas presentaciones disminuyó en un 36%, llegando a los US\$ 1,016 millones durante el 2012, frente a los US\$ 1,581 millones registrados para el 2011³. En ese contexto, las empresas cafetaleras apoyadas por el Desarrollo alternativo, tuvieron una reducción promedio de sus ingresos del 31% con relación al año 2011, momento en el que sumaron US\$ 87.1 millones.

Cuadro 09: Valor de las exportaciones de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)

Empresa	2011	2012	Var.%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	60,240,796	37,845,074	-37%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia (CECOVASA)	12,369,231	12,355,775	-0.1%
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	4,165,257	4,031,223	-3%
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	4,841,620	2,868,526	-41%
Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria (CAC DIVISORIA)	3,581,308	2,426,213	-32%
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	973,607	348,526	-64%
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurimac (CACVRA)	896,499	0	-100%
Total	87,068,318	59,875,337	-31%

Fuente: SUNAT

La disminución más importante en el valor de ventas se registró en el caso de COCLA que redujo en 22.4 millones de dólares, es decir, -37% que el año anterior. El caso más dramático fue CACVRA que no registró actividad exportadora.

Recuadro 1: Precio internacional del café

Durante el 2012, el mercado internacional del café mostró precios con tendencia a la baja. La variedad “otras Arábicas” por ejemplo, descendió un 31% en promedio, pasando de US\$ 5,976/TM a US\$ 4,111/TM entre el 2011 y 2012 respectivamente. Como se ha señalado, este comportamiento estuvo asociado a la mayor oferta en el mercado internacional, muy a pesar de que en algunos países de América Central la producción disminuyó, debido al mal tiempo, las enfermedades y plagas del café, como la Roya y la Broca.

³ <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/nota-semanal/cuadros-estadisticos.html>

Gráfico 07: Precio mensual del café tipo Arábica entre Diciembre 2010 y Diciembre-2012 (US\$/TM)

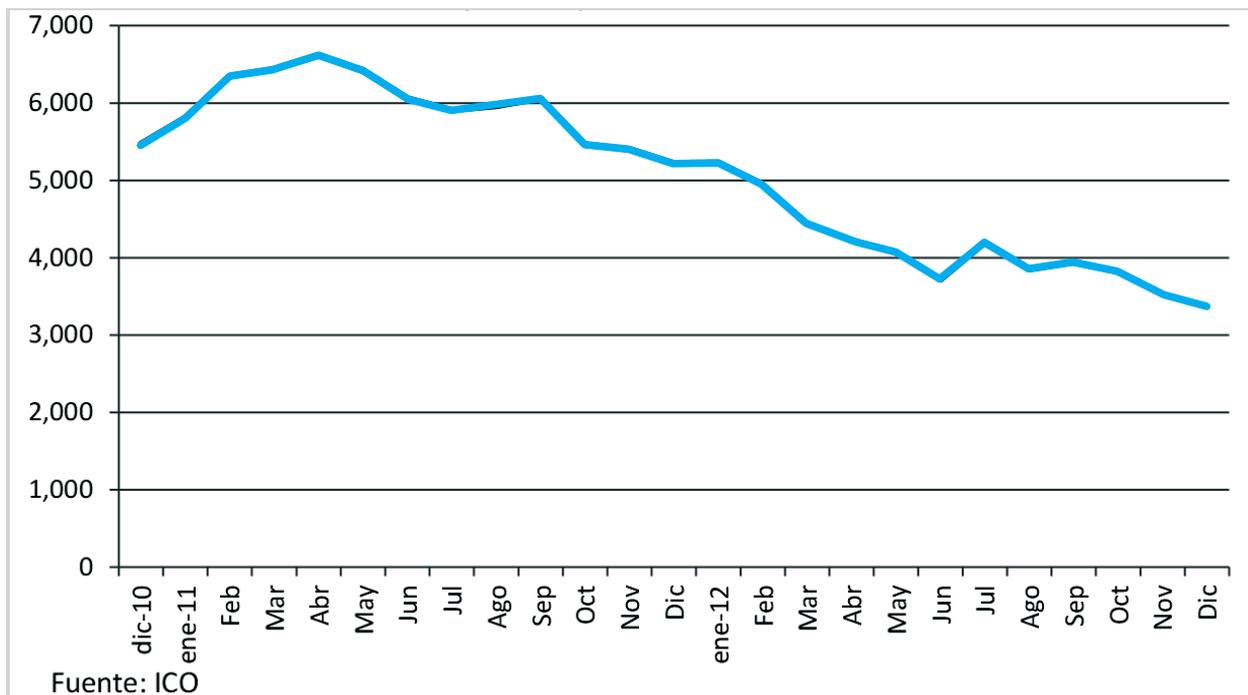
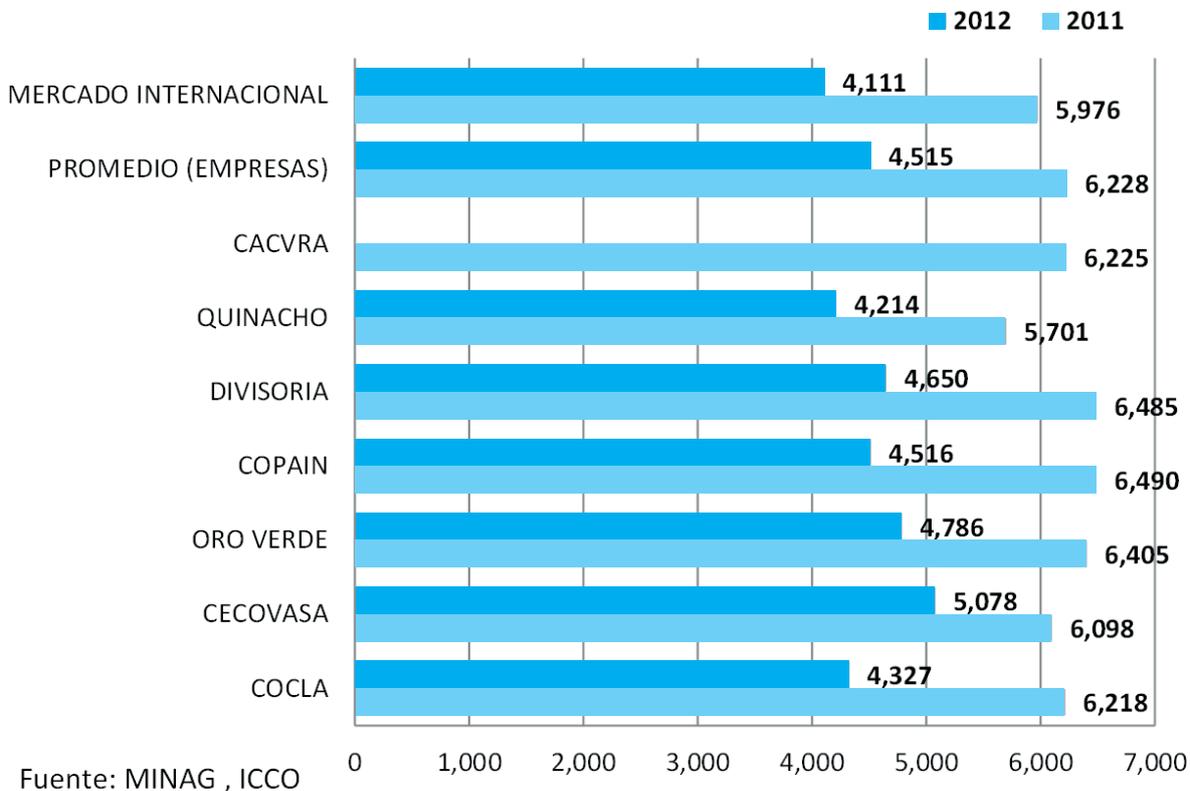


Gráfico 08: Precio del café en las empresas y en mercado internacional (US\$/TM)



b. El café de las empresas monitoreadas en el mercado internacional.-

En el 2012, la producción mundial de café totalizó 8.6 millones de toneladas métricas, volumen superior en 7.2% con respecto al año anterior. Este resultado se atribuyó, principalmente al dinamismo mostrado por el sector cafetero en Brasil, que logró una producción record, al alcanzar los 3.05 millones de TM (50.8 millones de sacos de 60 kg), superior en 17% con relación a la campaña de 2011⁴.

En buena cuenta, este crecimiento ocurrió debido a que el ciclo bienal de alta productividad, principalmente en la variedad Arábica (75% de la producción global⁵), coincidió con los altos precios registrados en los últimos años, que alentaron a los productores a mejorar el mantenimiento de sus plantaciones con mayor inversión en insumos agrícolas.

Asimismo, en este resultado influyeron elementos como las mayores ofertas generadas por los países africanos, principalmente Etiopía (8.6%), Uganda (6.5%) y Costa de Marfil (4.9%), México (13.5%) Colombia (4.5%) e Indonesia (27%).

⁴ OIC, Informe mensual sobre el mercado de café

⁵ http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/13_01_09_17_43_49_boletim_cafe_janeiro_2013.pdf

Cuadro 10: Volumen de producción de café por principales países exportadores entre 2010 y 2012
(En miles de TM)

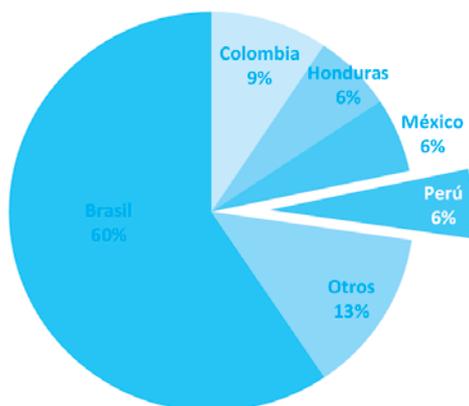
Región/País	2010	2011	2012
África	974	889	1,019
Etiopía	450	360	390
Uganda	192	169	180
Costa de Marfil	59	114	120
Otros	272	245	329
América	4,856	4,713	5,130
América Norte/Central	1,082	1,182	1,184
Honduras	257	342	324
México	240	273	310
Guatemala	237	230	210
Otros	349	336	341
América del Sur	3,774	3,531	3,945
Brasil	2,886	2,609	3,050
Colombia	511	459	480
Perú	244	335	285
Ecuador	51	65	60
Otros	81	64	71
Asia y Oceanía	2,179	2,463	2,495
Vietnam	1,168	1,443	1,320
Indonesia	548	517	657
India	302	314	315
Papau Nueva Guinea	52	85	72
Otros	109	103	131
Total	8,008	8,065	8,644

Fuente: *Organización Internacional del Café (ICO)*

Por regiones, en América se generó el 59% de la producción mundial, destacando Brasil, Colombia, Honduras, México y Perú. Estos países abarcaron el 51% de la producción mundial y 87% de la producción regional. Por su parte, Asia y Oceanía, generaron el 29% de la producción mundial de café, con acentuado predominio de café Robusta (84% del total). En esta región, sobresalieron Vietnam, Indonesia e India, que explicaron el 92% de la producción regional.

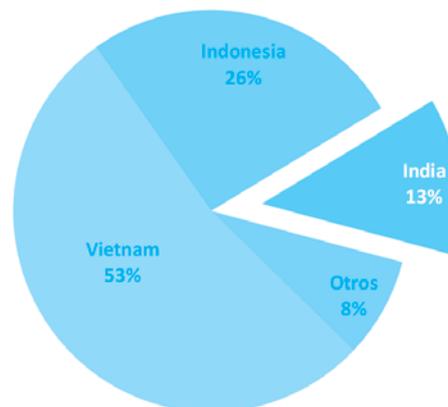
Finalmente, África, explicó el 12% de la producción mundial de café. Factores como las buenas condiciones climáticas y la recuperación de la crisis política en Costa de Marfil, dinamizaron la oferta de café en el continente africano, incrementando su producción en 14.7% con respecto al 2011. En este grupo, destacaron Etiopía y Uganda, que explicaron el 56% de la producción regional y 7% de la producción mundial.

Gráfico 09: Principales países productores de café en América en 2012
(Producción total= 5,13 millones de TM)



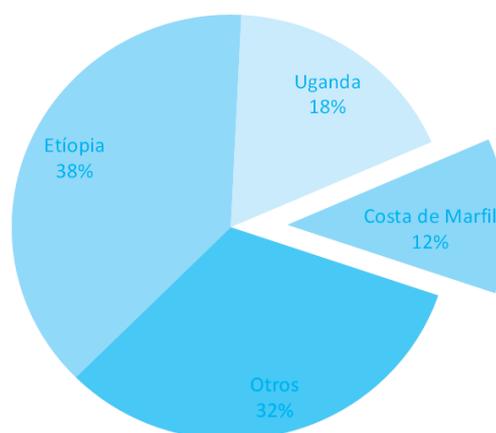
Fuente: ICO

Gráfico 10: Principales países productores de café en Asia y Oceanía en 2012 (Producción total = 2,495 millones de toneladas)



Fuente: ICO

Gráfico 11: Principales países productores de café en África en 2012
(Producción total= 1.02 millones de TM)



Fuente: ICO

En 2012, las exportaciones de café a nivel mundial sumaron 6.8 millones de toneladas métricas, representando una cifra record al aumentar en un 8.2% con respecto al 2011. En este periodo, los cafés Robustas mostraron mayor dinamismo al incrementar sus despachos en 24.2% con relación a 2011. Este resultado mejoró su participación en el mercado, debido, principalmente por una importante incidencia de Vietnam que exportó 1.5 millones de toneladas métricas de café, 468 mil más que en 2011. De otro lado, las exportaciones de Brasil, Colombia, India, Perú y Uganda, no superaron los resultados registrados en el año anterior..⁶

⁶ En 2012 el Perú explicó el 3.8% del volumen exportado de café a nivel mundial, en 2011 fue 4.5%.

Cuadro 11: Exportaciones de café por principales países entre 2011 y 2012
(En miles de TM)

País	2011	2012	Var. %
Brasil	2,010	1,696	-15.6
Vietnam	1,061	1,529	44.1
Indonesia	370	638	72.6
Colombia	464	430	-7.3
Honduras	237	330	39.5
India	350	317	-9.5
Perú	282	259	-8.2
Guatemala	222	225	1.4
México	174	212	22.3
Etíopía	161	192	19.7
Uganda	189	161	-14.5
Otros	757	799	5.6
Total	6,275	6,789	8.2

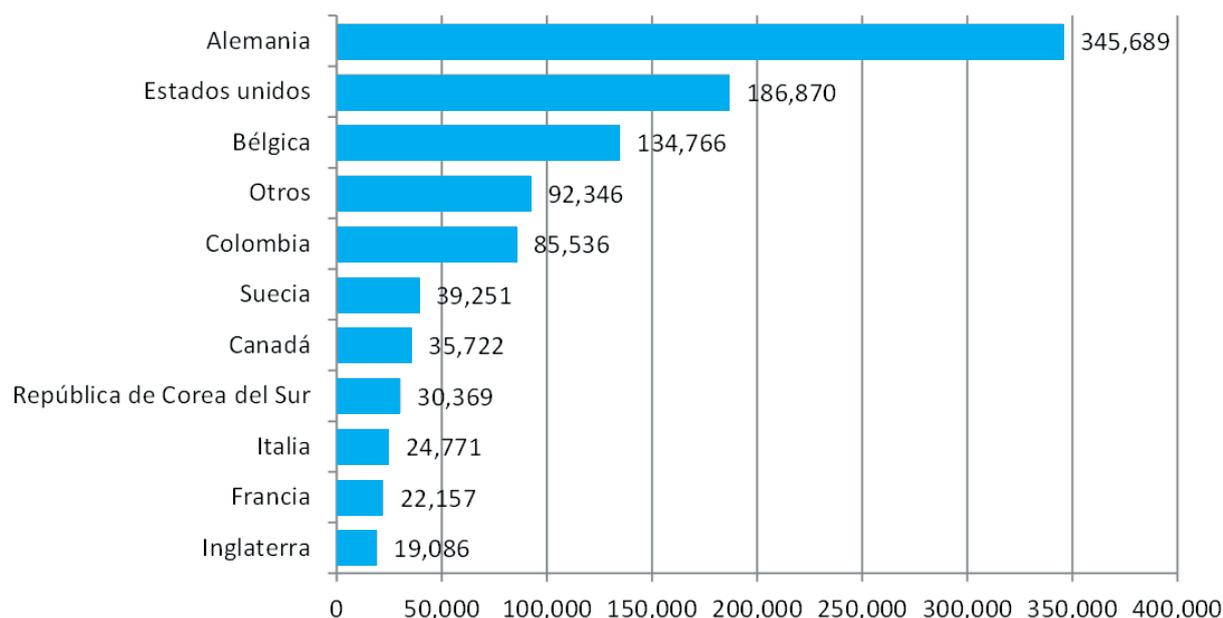
Fuente: *Organización Internacional del Café (ICO)*

Analizando los mercados de destino del café peruano, Alemania, lideró el ranking al generar en 2012 el 34% de los ingresos totales. Sin embargo, comparado con el 2011, generados por exportaciones a este país, descendieron en 25%, siendo un resultado adverso que se evidenció a su vez en el resto de los países europeos, los que también restringieron sus compras significativamente. El segundo país en el ranking de las exportaciones de café peruano fue Estados Unidos. No obstante, los ingresos del país del norte se redujeron en un 49% con respecto a 2011.

En este escenario, un aspecto destacable es el incremento de las exportaciones peruanas de café a Colombia (15%), que gradualmente se incrementa en los últimos años. Ello ocurre debido a la reducción de la oferta colombiana, principalmente por la aceleración del programa de renovación de los cafetales impulsados por el Gobierno (alrededor de 300,000 hectáreas) y por factores climáticos (lluvias frecuentes que originaron excesos de humedad).⁷

⁷ http://www.eltiempo.com/economia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12493573.html

Gráfico 12: Principales mercados de destino de las exportaciones de café peruano en 2012



Fuente: MINAG -SUNAT

Las exportaciones de café en sus diversas presentaciones (sin tostar, tostado, molido, descafeinado y sucedáneos) en el 2012, sumaron US\$ 1,016.6 millones, menor en 36% con respecto a los resultados registrados en 2011. Esto significó que el Perú dejó de generar US\$ 564.3 millones por café. Entre otros factores, la caída de los precios del café en el mercado internacional fue determinante, influenciado por la contracción de la demanda de los países consumidores, principalmente el europeo y el norteamericano, y la mayor oferta proveniente del Brasil, que en 2012 generó el 35% de la producción mundial de café.

Entre el 2011 y el 2012, las exportaciones de café a diferentes destinos internacionales mostraron una reducción sustancial, llegando a promediar un 31%. Tan solo en el caso de Finlandia y Nueva Zelanda, se reportaron incrementos del 2% y 31% respectivamente. En otros casos, la reducción ha ido desde un 7% (Alemania) hasta llegar al 100% (Irlanda, Noruega e Islandia).

Por otro lado, la disminución de las exportaciones de café sin tostar de US\$ 1,580.4 millones registrado en 2011 a US\$ 1,014.9 millones en 2012, desdibujó el buen desempeño registrados en las exportaciones de otras presentaciones de café, tales como café para siembra (10,750%), café descafeinado (3,579%), los sucedáneos de café (3,499%), entre otros.

Cuadro 12: País de destino de las exportaciones de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2011 y 2012 (US\$)

País	2011	2012	Var. %
Estados Unidos	21,007,316	17,878,110.00	-15%
Alemania	18,743,652	17,468,838.00	-7%
Bélgica	16,820,068	7,617,697.00	-55%
Inglaterra	6,693,411	4,905,351.00	-27%
Canadá	6,681,939	4,055,018.00	-39%
Suecia	7,785,297	3,980,573.00	-49%
Japón	1,543,381	851,946.00	-45%
México	960,621	576,935.00	-40%
Francia	553,588	412,293.00	-26%
Dinamarca	908,068	351,452.00	-61%
Nueva Zelanda	243,540	319,537.00	31%
Holanda	3,197,714	309,977.00	-90%
Rumania		224,936.00	
Finlandia	186,723	189,956.00	2%
Colombia		185,735.00	
República de Corea del Sur	268,984	147,024.00	-45%
Australia	224,263	114,620.00	-49%
España	444,573	114,221.00	-74%
Polonia		85,688.00	
India		85,337.00	
Chile		93.00	
Irlanda	501,820		-100%
Noruega	184,975		-100%
Islandia	118,385		-100%
Total	87,068,318	59,875,337	-31%

Fuente: SUNAT

En términos generales, el volumen de las exportaciones de café de las empresas asociadas al Desarrollo alternativo ha mostrado una reducción del 5% entre el 2011 y el 2012. Tan solo CECOVASA (Puno), y ORO VERDE han incrementado sus volúmenes en 20% y 30% respectivamente. En el caso de CACVRA, la reducción ha alcanzado el 100%.

Cuadro 13: Volumen de exportación de café de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo (TM)

Empresa	2011	2012	Var. %
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	9,688	8,746	-10%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia (CECOVASA)	2,028	2,433	20%
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	650	842	30%
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	746	635	-15%
Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria (CAC DIVISORIA)	552	522	-6%
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	171	83	-52%
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Río Apurímac (CACVRA)	144	0	-100%
Total	13,980	13,262	-5%

Fuente: SUNAT

Con excepción de la Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho, que se ubicó en el puesto 94, y el gran ausente Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Río Apurímac, el resto de las empresas ocuparon posiciones destacadas en el ranking de las 50 principales exportadoras del café peruano en 2012

Cuadro 14: Ranking de las 50 principales empresas exportadoras de café en diversas presentaciones en

Ranking	Empresa	Volumen exportado (TM)	Valor exportado (US\$ FOB)
1	PERALES HUANCARUNA S.A.C.	69,861	255,043,649
2	COMERCIO & CIA S.A	29,158	111,261,538
3	CIA.INTERNACIONAL DEL CAFE S.A.C.	20,699	73,057,247
4	OUTSPAN PERU S.A.C.	16,369	67,767,694
5	CAFETALERA AMAZONICA S.A.C.	14,490	53,300,560
6	PROCESADORA DEL SUR S.A.	12,340	50,192,844
7	EXPORTADORA ROMEX S.A.	11,135	43,986,644
8	CENTRAL DE COOPERATIVAS AGRARIAS CAFETALERAS COCLA LTDA.	8,746	37,845,074
9	MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	5,487	21,324,993
10	H.V.C.EXPORTACIONES SAC	4,227	19,471,669
11	COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES CENFROCAFE PERU	3,965	18,621,202
12	LOUIS DREYFUS COMMODITIES PERU SRL	4,989	17,903,552
13	EMPRESA DE EXPORTACIONES & IMPORTACIONES JRJ EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	6,338	17,799,133
14	PRONATUR E.I.R.L.	3,941	16,850,055
15	RAINFOREST TRADING S.A.C.	3,341	13,659,027
16	CENT.DE COOP. AGR. CAF. VALLES SANDIA LTDA.	2,433	12,355,775
17	EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C.	3,991	11,887,648
18	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA LA FLORID	2,046	9,592,043
19	CORPORACION DE PRODUCTORES CAFE PERU SAC	1,799	7,539,218
20	COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SOL&CAFE LTDA.	1,658	6,923,792
21	IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES AGRITUM E.I.R.L.	2,150	6,768,328
22	AGROINDUSTRIAL Y COMERCIAL ARRIOLA E HIJ	1,538	5,460,128
23	CENTRAL PIURANA DE CAFETALEROS	1,163	5,291,981
24	AROHMAR'S INTERNATIONAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1,796	5,111,877
25	NEGRISA S.A.C.	1,274	5,003,505
26	ARMAJARO PER - S.A.C.	1,203	4,063,920
27	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA Y DE SERVICIOS ORO VERDE LTDA.	842	4,031,223
28	FEKFE S.A.C.	1,770	4,020,352
29	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGO LT	873	3,896,503
30	ASOCIACION CENTRAL DE PRODUCTORES DE CAFE DE PICHANAKI	846	3,823,261
31	COOPERATIVA AGROPECUARIA CAFETALERA ECOLOGICA VALLE SANTA CRUZ - RIO TAMBO LTDA	898	3,746,624
32	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROECOLOGICOS BIOCAFE PICHANAKI	805	3,491,805
33	COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES APROCASSI	706	3,413,654
34	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA "LA PROSPERIDAD" DE CHIRINOS	653	3,290,349
35	PERUVIAN COFFEE S.A.C.	798	3,183,073
36	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CAFES ESPECIALES MOUNTAIN COFFE	666	3,130,609
37	COOP AGRARIA CAFETALERA SATIPO LTDA	711	3,079,951
38	COOPERATIVA AGRARIA INDUSTRIAL NARANJILLO	635	2,868,526
39	COOP AGRARIA CAFETALERA BAGUA GRANDE LTD	521	2,738,614
40	UNION DE CAFETALEROS ECOLOGICOS	554	2,725,334
41	COOPERATIVA AGRARIA "FRONTERA SAN IGNACIO " LTDA.	524	2,649,760
42	COOPERATIVA AGRARIA RODRIGUEZ DE MENDOZA	549	2,611,023
43	COOPERATIVA AGRARIA SANGARENI	581	2,553,600
44	CENTRAL DE PRODUCTORES AGROECOLOGICOS PICHANAKI	550	2,498,718
45	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA DIVISORIA LTDA.	522	2,426,213
46	EXPOIMP BEVIPERU EIRL	814	2,370,003
47	PERUNOR EXPORT SAC	496	2,258,611
48	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA SOSTENIBLE VALLE UBIRIKI	567	2,175,123
49	COOP AGRARIA CAFETALERA PERENE	480	2,161,103
50	CAFE MONTEVERDE EIRL	440	2,062,442

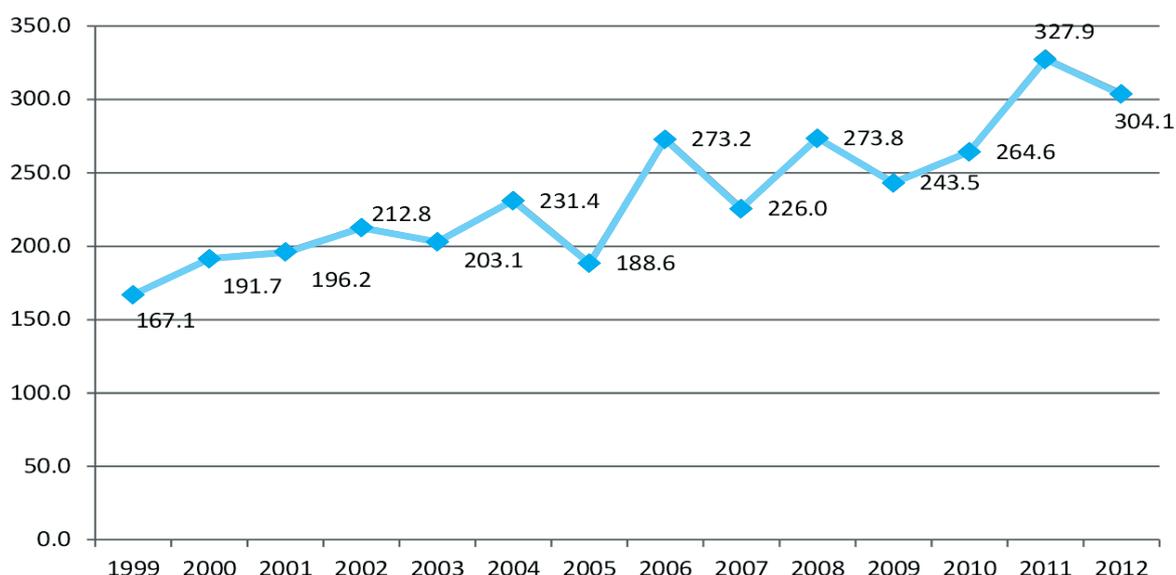
Fuente: SUNAT

c. El café en el mercado nacional.-

Según el Ministerio de Agricultura, la producción de café ascendió a las 304.1 mil toneladas métricas. Este volumen es 7.3% inferior a lo producido al 2011. En principio, este resultado ocurre debido al agotamiento de la capacidad productiva de las plantaciones, como efecto posterior del ciclo bienal de altas cosechas. Este ciclo tuvo su punto cumbre en el 2011 cuando se registró una producción de 327.93 miles de toneladas métricas.

A esto se sumaron otros factores adversos que continúan restando competitividad a la actividad cafetalera. Por ejemplo, el incremento de los costos de producción, principalmente en mano de obra (diferencia salarial por actividades ilegales en zonas con incidencia de coca) e insumos agrícolas (alza de precios). Asimismo, la baja productividad, debido a que el 70% de las plantaciones son antiguas y requieren ser renovadas.⁸ A esto se suma el escaso hábito de consumo interno de café, lo que lleva a que el 95% de la producción nacional se exporte⁹

Gráfico 13: Producción de café peruano entre 1999 y 2012 (TM)



Fuente: MINAG

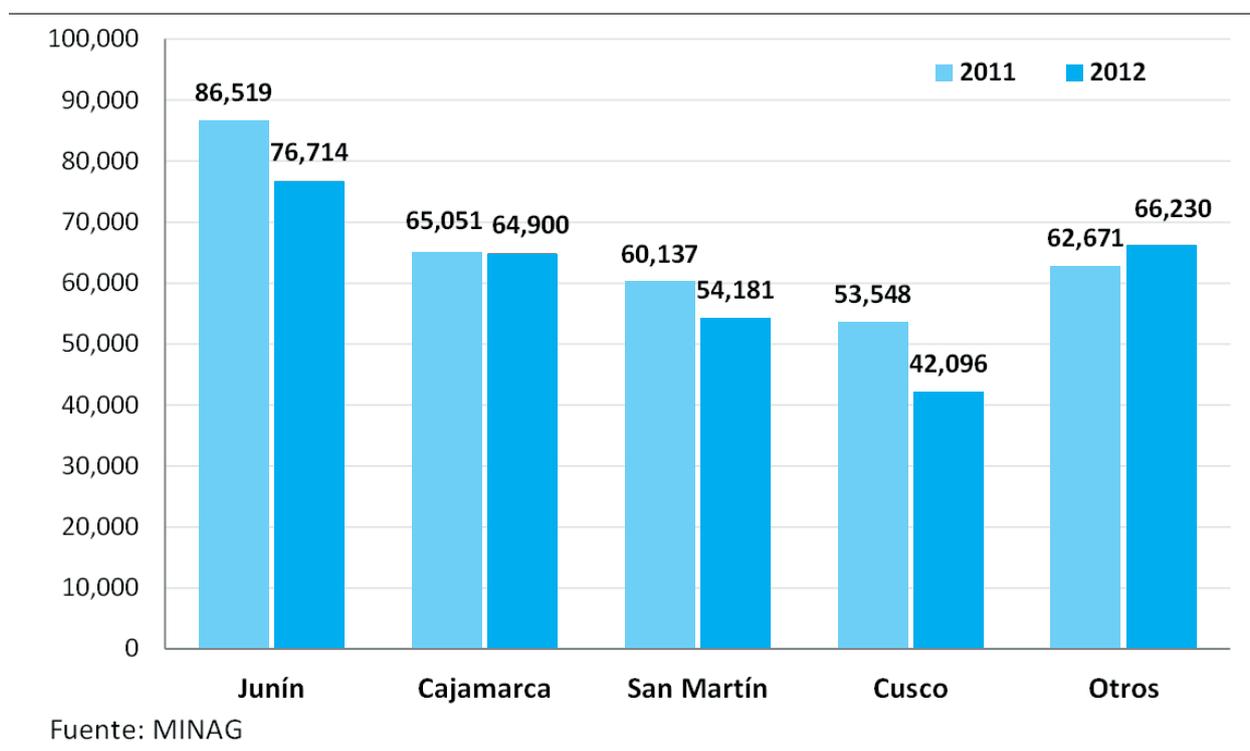
Otro elemento crítico en este escenario es la limitada capacidad financiera de los productores, que conducen cafetales menores a 05 hectáreas y la inexistencia de servicios financieros de la banca privada para financiar propuestas de mediano y largo plazo. De la misma manera, existe un divorcio entre los centros de formación educativa (universidades, institutos, etc.) y el campo, que impide contar con especialistas para el sector cafetalero para acelerar la transferencia de tecnología en campo. A todo ello, se agregaron el factor climático y la presencia de la Roya.

⁸ http://www.rpp.com.pe/2012-10-31-produccion-de-cafe-peruano-caera-25-en-el-2012-noticia_536009.html

⁹ <http://gestion.pe/economia/lorenzo-castillo-consumo-per-capita-cafe-peru-puede-duplicarse-proximos-diez-anos-2014585>

Por región, las caídas registradas en Junín (11.3%), Cajamarca (0.2%), San Martín (9.9%) y Cusco (21.4%) fueron determinantes en el resultado final, porque estas zonas concentraron en 2012 el 78% (237,891 TM) de la producción total.

Gráfico 14: Producción de café peruano por principales regiones entre 2011 y 2012 (TM)



Las importaciones peruanas de café sus diversas presentaciones sumaron US\$ 3.6 millones en el 2012, cantidad que superó en 162% a las compras registradas en 2011. El principal producto importado fue café sin tostar, que explicó el 60% del total y fue importado de Honduras (604.87 TM), Bolivia (401.5 TM), Ecuador (2 TM) y Vietnam (0.04 TM).

El segundo en importancia fue café tostado sin descafeinar en grano, que fue importado de Estados Unidos (71.45 TM), Italia (8.24 TM) y Colombia (0.09 TM). Asimismo, el café sin descafeinar molido fue importado desde Italia (16.92 TM), Colombia (3.25 TM), Estados Unidos (2.43 TM), Costa Rica (0.05 TM) y Turquía (0.02 TM).

Cuadro 15: Valor de las importaciones de café en Perú entre 2011 y 2012
(En miles de US\$ CIF)

Partida arancelaria	Descripción	2011	2012	Var.%
0901119000	Café sin tostar, sin descafeinar, los demás	84.67	2,145.13	2,433.52
0901211000	Café tostado, sin descafeinar, en grano	686.78	958.30	39.54
0901212000	Café tostado, sin descafeinar, molido	457.80	354.62	-22.54
0901220000	Café tostado descafeinado	95.70	107.69	12.53
0901120000	Café descafeinado, sin tostar	46.80	34.27	-26.77
0901900000	Los demás cafés; cascara y cascarilla; sucedáneos del café	0.03	0.01	-66.67
Total		1,371.78	3,600.02	162.43

Fuente: MINAG

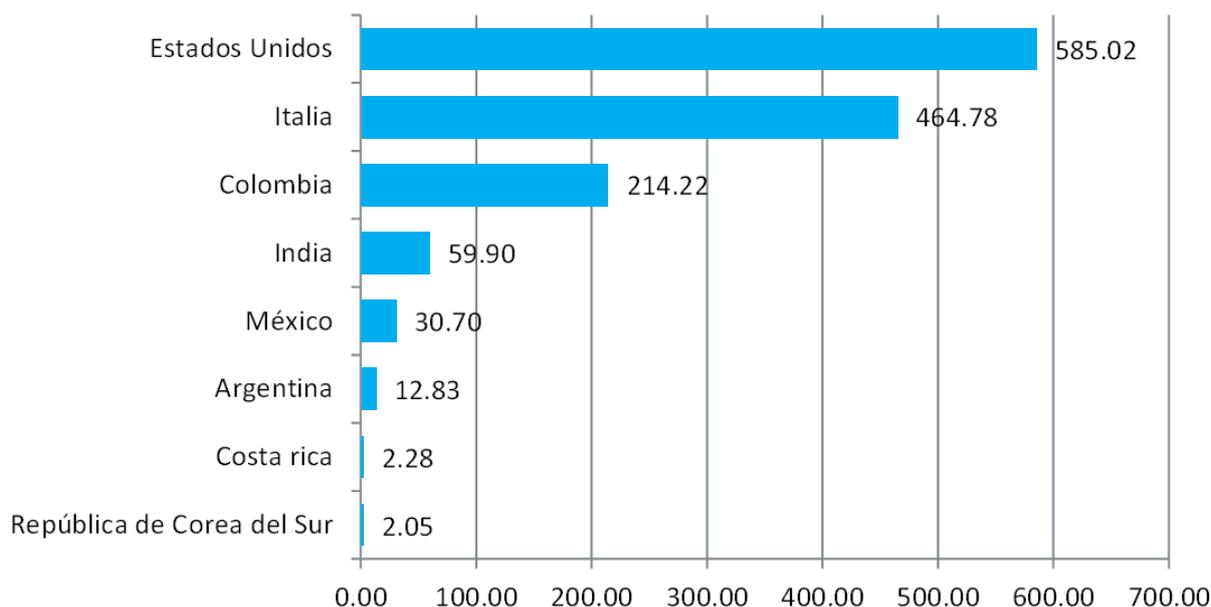
Cuadro 16: Volumen de las importaciones de café en Perú entre 2011 y 2012
(TM)

Partida arancelaria	Descripción	2011	2012	Var.%
0901119000	Café sin tostar, sin descafeinar, los demás	25.64	1,008.41	3,832.96
0901211000	Café tostado, sin descafeinar, en grano	57.17	79.78	39.55
0901212000	Café tostado, sin descafeinar, molido	27.25	22.67	-16.81
0901220000	Café tostado descafeinado	6.24	6.85	9.78
0901120000	Café descafeinado, sin tostar	6.91	6.17	-10.71
0901900000	Los demás cafés; cascara y cascarilla; sucedáneos del café	0.00	0.03	

Fuente: MINAG

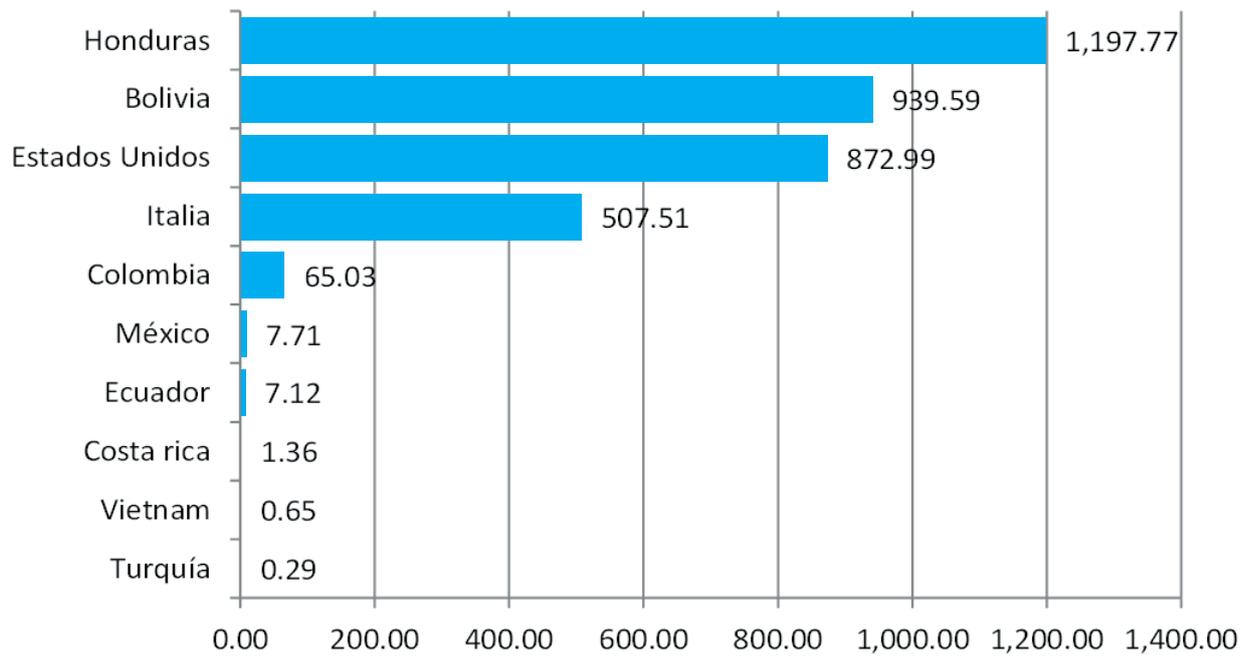
El principal país de origen de las importaciones de café en 2012 fue Honduras que desplazó a tercera posición a Estados Unidos, que en 2011 lideró el ranking, del país centro americano se importó café sin tostar sin descafeinar por US\$ 1.2 millones, le secunda, Bolivia con US\$ 939.59 mil. Sin embargo, de Estados Unidos y de Italia las compras de café muestran mayor diversificación.

Gráfico 15: Países de origen de las importaciones peruanas de café en 2011
(En miles de US\$ CIF)



Fuente: MINAG

**Gráfico 16: Países de origen de las importaciones peruanas de café en 2012
(En miles de US\$ CIF)**



Fuente: MINAG

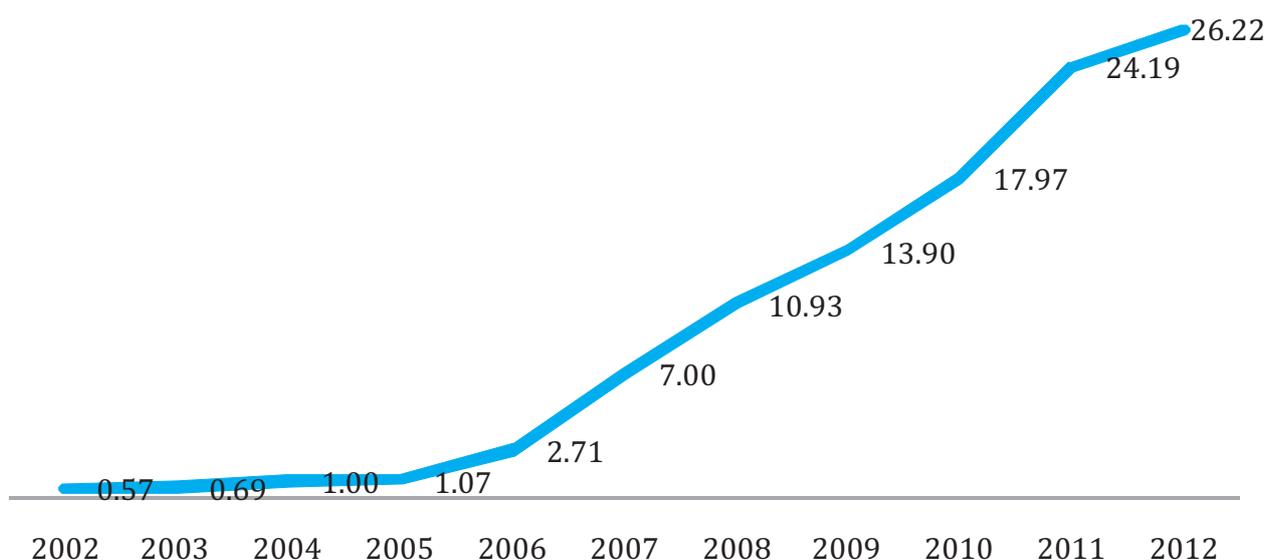
Desempeño Comercial del Cacao



Desempeño Comercial del Cacao

a. Desempeño comercial.-

Gráfico 17: Evolución de las ventas de las exportaciones de cacao en grano de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2002 y 2012 (Millones US\$)



En el 2012, las empresas desplegaron mayor esfuerzo comercial con cacao en grano, al aumentar sus despachos al mercado internacional en 42% en promedio. Este desempeño fue evidente en ACOPAGRO, COPAIN, COCLA y la CAT. Así, estas empresas incrementaron sus volúmenes de venta entre 13% y 262%. Las ventas al mercado alemán, que explicaron el 27% del volumen total ofertado, fueron concluyentes, que favoreció principalmente a ACOPAGRO, Oro Verde, COCLA, CAC Divisoria y COPAIN.

Cuadro 17: Valor de las exportaciones de cacao en grano sin tostar por empresa promovidas por el Desarrollo Alternativo, 2011-2012 (TM)

Empresa	2011	2012	Var.%
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (CAC ACOPAGRO)	2,696	3,059	13%
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	1,808	3,126	73%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	526	1,903	262%
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	1,198	799	-33%
Cooperativa Agroindustrial Tocache (CAT)	175	524	200%
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurimac (CACVRA)	300	300	0%
Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria (CAC DIVISORIA)	150	125	-17%
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	145	117	-20%
Total	6,997	9,952	42%

Fuente: SUNAT

El esfuerzo se vio compensado para las empresas con mejores ingresos por cacao como materia prima, que entre 2011 y 2012 aumentaron en 8%. Ello implicó pasar de US\$ 7 millones a US\$ 9.96 millones entre estos años. Sin embargo, la caída de los precios del cacao (24% para las empresas y 20% en el mercado internacional) restó dinamismo.

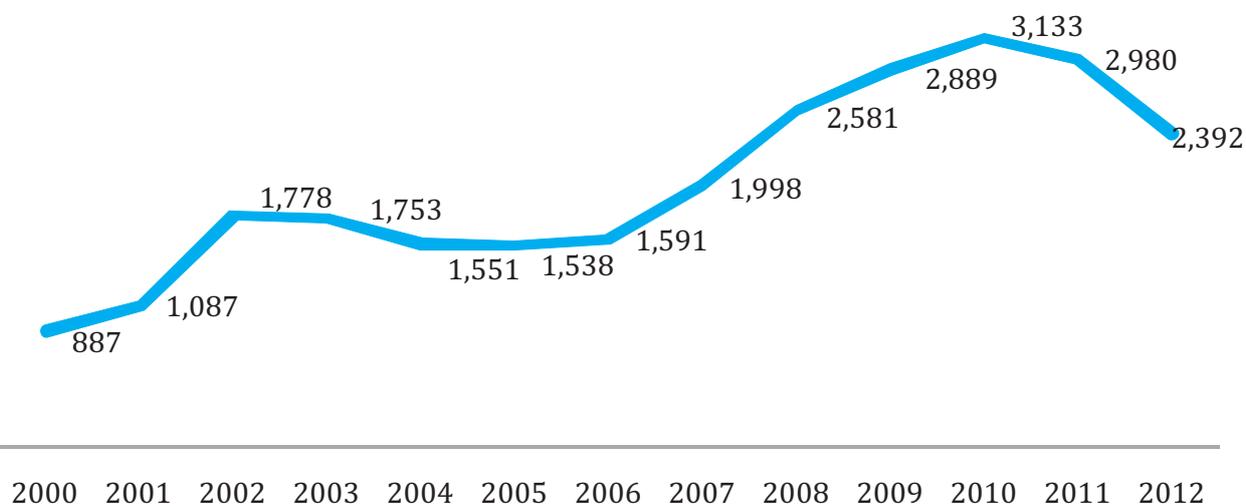
Cuadro 18: Valor de las exportaciones de cacao en grano sin tostar por empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo, 2011-2012 (US\$)

Empresa	2011	2012	Var.%
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (CAC ACOPAGRO)	9,403,729	8,489,757	-10%
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	6,576,297	8,338,455	27%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	1,564,464	4,487,792	187%
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	3,979,717	2,069,235	-48%
Cooperativa Agroindustrial Tocache (CAT)	590,789	1,373,215	132%
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurimac (CACVRA)	1,024,684	751,915	-27%
Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria (CAC DIVISORIA)	534,775	404,770	-24%
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	517,258	307,772	-40%
Total	24,191,713	26,222,911	8%

Fuente: SUNAT

Durante los últimos años, los precios del cacao en el mercado internacional por tonelada métrica han fluctuado, encontrándose durante los últimos tres años con tendencia a la baja. Esto se ha visto reflejado a su vez en los precios de las empresas asociadas al Desarrollo alternativo en las que se ha mostrado una reducción sustantiva de los precios entre el 2011 y el 2012.

Gráfico 18: Evolución de los precios promedio de cacao en el mercado internacional, 2000-2012 (US\$/TM)



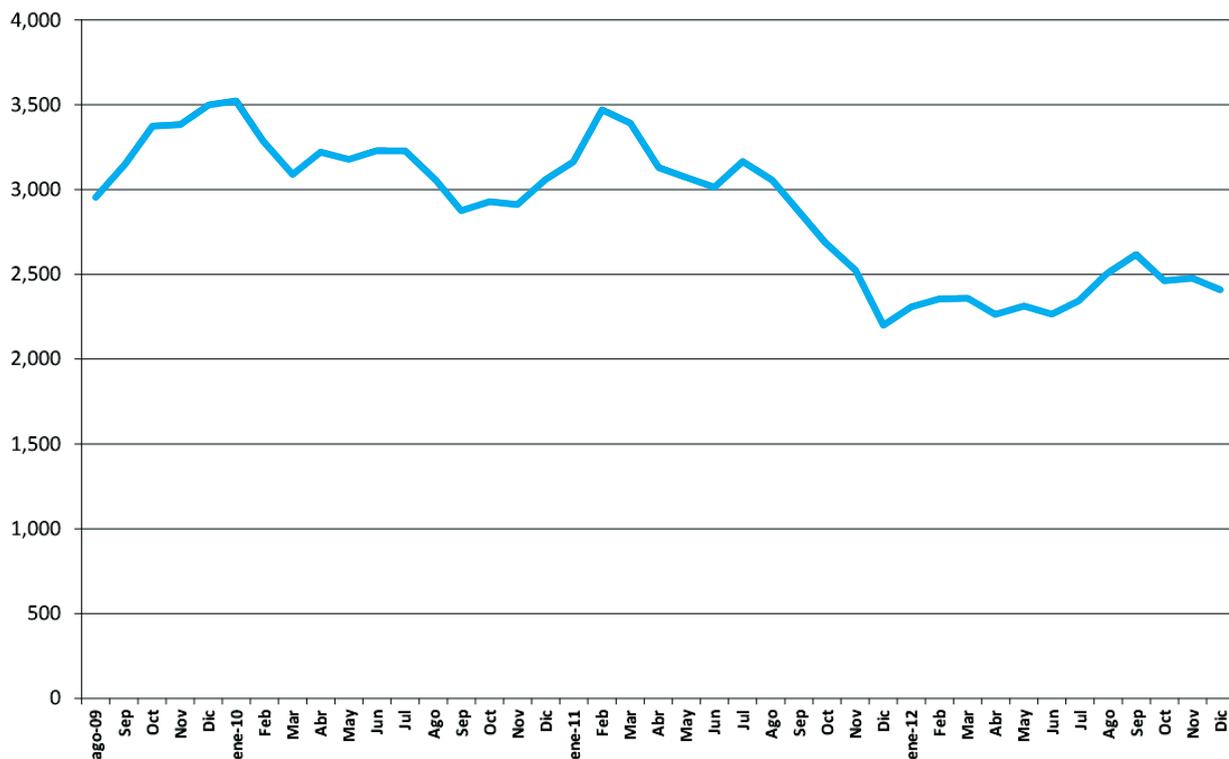
Recuadro 2: Precio internacional del cacao

Los precios del cacao en grano tras mostrar una tendencia sostenida a la baja en 2011 entre Julio (US\$ 3,167/TM) y Diciembre (US\$, 2,197/TM), mejoraron el 2012, al cotizarse en promedio US\$ 2,392/TM. Este comportamiento fue explicado, principalmente por la menor oferta disponible de cacao de África Occidental, que descendió su producción por condiciones atmosféricas irregulares (sequias prolongadas, friaje y alta nubosidad), así como por problemas estructurales como los bajos rendimientos de las plantaciones, que en su mayoría son viejas, malas prácticas agronómicas y la inestabilidad política imperante en Costa de Marfil.

En este contexto, y ante las expectativas de déficit de oferta de cacao a nivel mundial, inversionistas de posiciones cortas dinamizaron los precios, que durante el año, en Septiembre 2012 alcanzaron el nivel más alto (US\$ 2,620/TM), sin embargo, la tendencia se revirtió en Octubre, debido a informes sobre la disminución de la demanda de cacao en el mercado Europeo por la crisis financiera internacional que afecta al bloque desde el 2009, situación que mantuvo nerviosos a la industria de la moliendas, tanto en Europa como en Estados Unidos.

¹⁰ ICCO

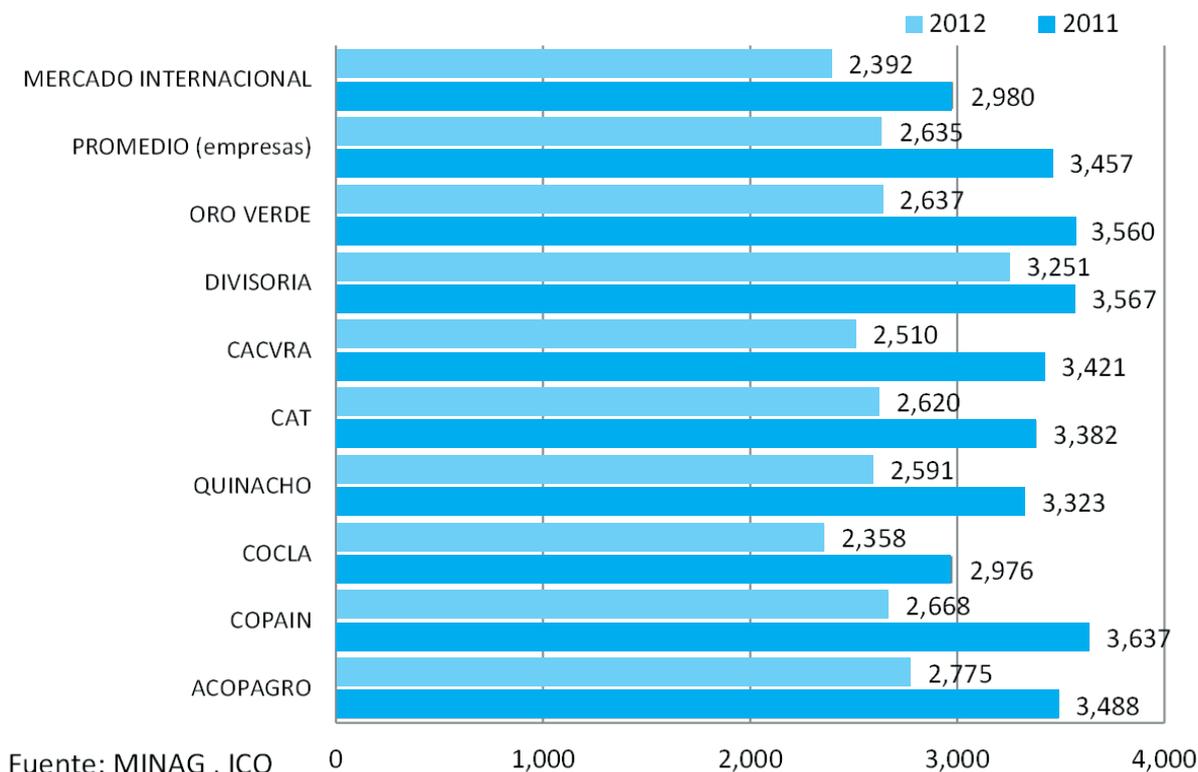
Gráfico 19: Evolución mensual de los precios promedio de cacao en el mercado internacional, entre Agosto 2009 y Diciembre 2012 (US\$/TM)



Fuente: **MINAG**

Pese a esta reducción, los precios del cacao de las empresas, en todos los casos, superaron al precio promedio en el mercado internacional, con excepción de COCLA que recibió como precio US\$ 2,358 por debajo de los 2,392 cotizados en el mercado internacional.

Gráfico 20: Precio del cacao de las empresas y en mercado internacional (US\$/TM)



Pese a afrontar un escenario difícil en el mercado internacional, el incremento de los costos de producción, (principalmente mano de obra), así como las actividades vinculadas a los cultivos ilícitos de coca, COPAIN mejoró su desempeño industrial con respecto al año anterior, las estrategias de venta directa, la presencia activa en las ferias internacional y nacional, así como la optimización de los recursos en todo sus procesos, rindieron frutos.

Cuadro 19: Exportación de productos agroindustriales del cacao de Cooperativa Agroindustrial Naranjillo entre 2011 y 2012 (US\$)

Producto	2011	2012	Var. %
Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 1.65%	1,294,475	1,414,524	9%
Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo.	467,858	767,848	64%
Chocolates y sus preparaciones alimenticias, en bloques, sin rellenar	84,271	317,600	277%
Pasta de cacao, sin desgrasar.	276,673	98,202	-65%
Cascara, cascarilla, películas y demás residuos de cacao.	39,196	15,298	-61%
Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%		915	
Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao.		653	
Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente.	287,280		-100%
Total	2,449,753	2,615,040	7%

Fuente: SUNAT

b. Importancia del cacao y derivados en el mercado internacional y en las empresas del Desarrollo Alternativo.-

En 2012 se generó un superávit a nivel mundial de 90 millones de toneladas métricas de cacao en grano¹¹. Ello tuvo lugar pese a la disminución de la producción en 6% con relación al 2011, y a la menor demanda de las moliendas, que entre 2011 y 2012, pasó de 3,929 millones a 3,921 millones de toneladas métricas, respectivamente. De otro lado, las existencias mundiales de cacao en grano aumentaron de 1,774 millones a 1,864 millones de toneladas métricas en el 2012, volumen que representó el 47.2% de la demanda de las moliendas.

Cuadro 20: Oferta, demanda y existencias mundiales de cacao en grano entre 2003 y 2012 (En miles de TM)

Año	Producción	Demanda	Existencias
2003	3,179	3,077	1,395
2004	3,548	3,237	1,862
2005	3,378	3,382	1,644
2006	3,808	3,522	1,892
2007	3,430	3,675	1,613
2008	3,737	3,775	1,538
2009	3,593	3,531	1,564
2010	3,636	3,731	1,433
2011	4,313	3,929	1,774
2012	4,052	3,921	1,864

Fuente: ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics

En general, el valor de las exportaciones de cacao en grano sin tostar ha tenido un aumento del 8%, respecto del 2011. En gran medida, ello ocurre gracias al marcado crecimiento de COCLA y CAT.

Cuadro 21: Valor de las exportaciones de cacao en grano sin tostar por empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo (US\$)

Empresa	2011	2012	Var.%
Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (CAC ACOPAGRO)	9,403,729	8,489,757	-10%
Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COPAIN)	6,576,297	8,338,455	27%
Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA)	1,564,464	4,487,792	187%
Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho (CAC EL QUINACHO)	3,979,717	2,069,235	-48%
Cooperativa Agroindustrial Tocache (CAT)	590,789	1,373,215	132%
Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurimac (CACVRA)	1,024,684	751,915	-27%
Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria (CAC DIVISORIA)	534,775	404,770	-24%
Cooperativa Agraria Cafetalera y de Servicios Oro Verde (CAC ORO VERDE)	517,258	307,772	-40%
Total	24,191,713	26,222,911	8%

Fuente: SUNAT

⁶ ICCO, Boletín Estadístico Trimestral 2012.

Tanto Alemania como Corea del Sur fueron los destinos que registraron mostrado mayor incrementos en el valor de las exportaciones de cacao en grano entre el 2011 y 2012, al incrementarse en 648% y 300% respectivamente. Este aumento fue seguido por Estados Unidos, con un 58%. No obstante ello, el crecimiento de las ventas no fue mayor debido a que en otros destinos importantes como Holanda, Italia y Bélgica los ingresos por despacho disminuyeron entre 19% y 53%.

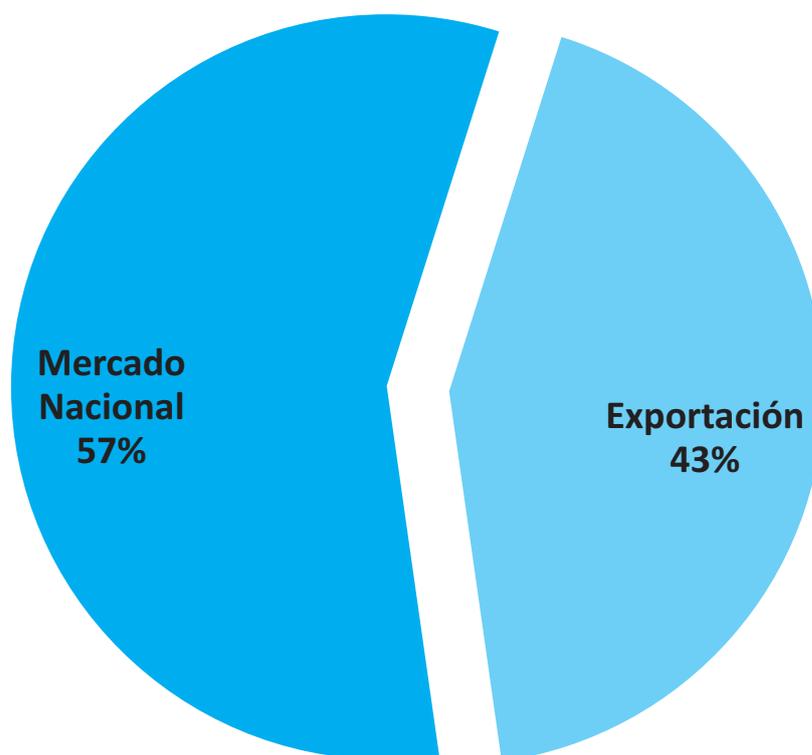
Cuadro 22: Mercado de destino de las exportaciones de cacao en grano entre 2011 y 2012 (US\$)

País	2011	2012	Var. %
Alemania	959,536	7,521,374	684%
Italia	6,254,423	4,615,148	-26%
Holanda	5,689,954	4,583,798	-19%
Bélgica	7,725,065	3,630,858	-53%
Malasia		2,560,301	
Suiza	2,012,270	1,685,300	-16%
Estados Unidos	638,151	1,005,529	58%
México		262,000	
Singapur		225,322	
España	364,915	130,040	-64%
República de Corea del Sur	678	2,712	300%
Francia		346	
Colombia	510,478	183	-100%
China	36,244		-100%
Total	24,191,713	26,222,911	8%

Fuente: SUNAT

Según el Ministerio de Agricultura, el 57% de la oferta total de cacao se destinó a la industria nacional para la elaboración de productos como, licor de cacao, torta de cacao, cocoa, cacao en polvo y manteca de cacao. Estos insumos son empleados para la preparación de chocolates o golosinas, así como para exportación. El otro 43% se exportó como materia prima.

**Gráfico 21: Destino de la producción de cacao en grano en 2012
(Total=57.9 miles de TM)**



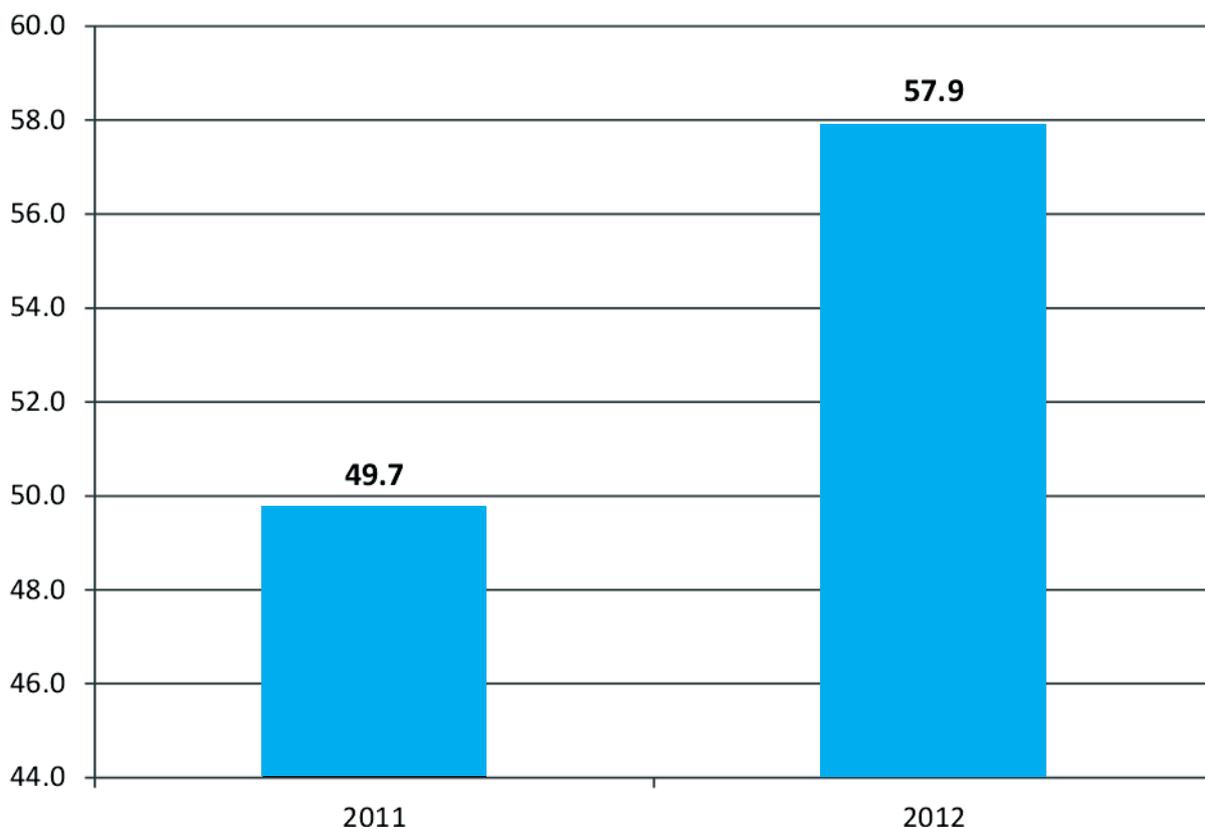
Fuente: **MINAG**

c. Importancia del cacao y derivados en el mercado nacional y en las empresas del Desarrollo Alternativo.-

En 2012, la producción de cacao en grano en Perú incrementó en un 16% con relación a 2011, pasando de 49.75 mil a 57.9 mil toneladas métricas.¹² Esta oferta corresponde a 84.1 mil hectáreas de este cultivo, ubicadas en 16 regiones del país. El 71% de la superficie cultivada de cacao se encuentra en zonas de San Martín, Cusco y Junín, donde también existe incidencia de cultivos de coca. Asimismo, esta actividad habría generado empleo directo a aproximadamente 28,000 productores.

¹² MINAG, Estadística Agraria Mensual 2012

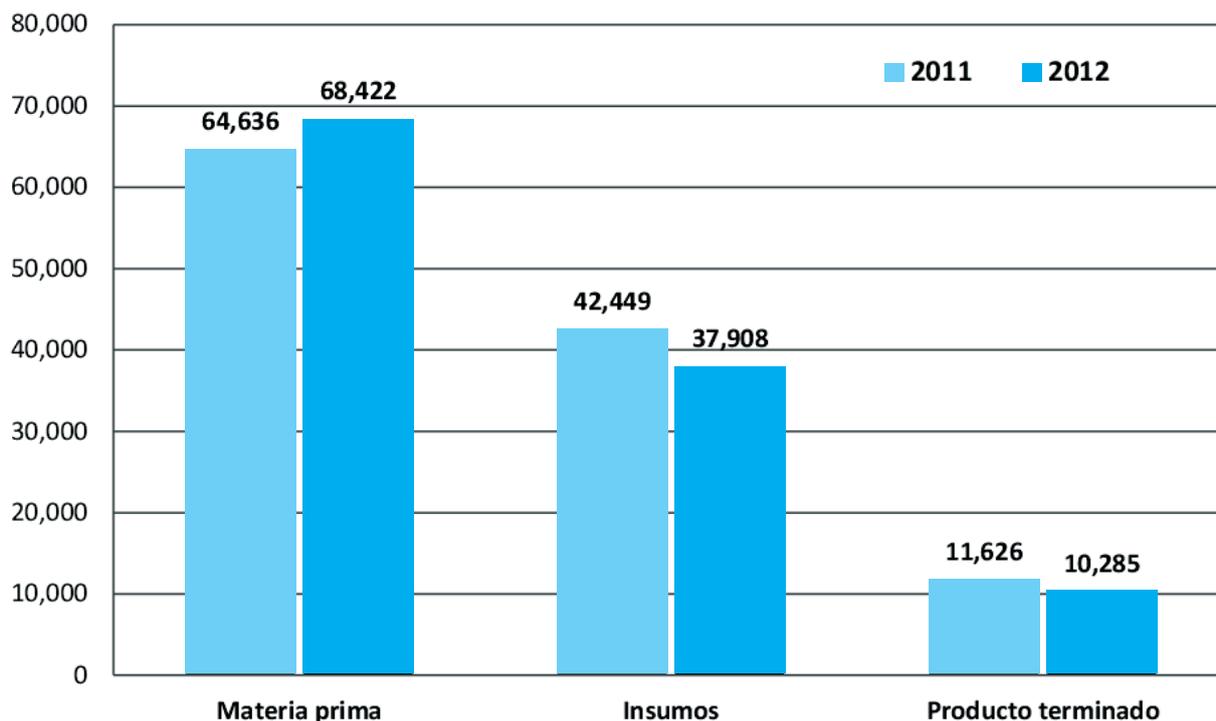
**Gráfico 22: Producción de cacao en grano en Perú
(En miles de TM)**



Fuente: **MINAG**

Por su parte, las exportaciones peruanas de cacao en grano y derivados (licor, manteca, chocolate, cascara) 2012 sumaron US\$ 116.6 millones en el 2012, representando monto inferior en 1.8% con relación al 2011. Pese a los mayores despachos de cacao en grano (26.4%), asunto que incrementó los ingresos por este rubro en 2.1% con relación al 2011, las caídas registradas en los insumos y producto final (chocolates), tanto en volumen como en valores, así como la contracción de los precios internacionales del cacao en grano, fueron determinantes en el resultado final del ejercicio económico 2012.

**Gráfico 23: Exportación de cacao y derivados entre 2011 y 2012
(En miles de US\$)**



Fuente: **MINAG**

Por otro lado, durante 2012, 46 empresas peruanas exportaron 25,061 toneladas métricas de cacao en grano, por un valor de US\$ 64.5 millones. El 40.6% de este total fue generado por empresas promovidas por el Desarrollo alternativo, ocupando posiciones destacadas en el ranking de exportadores de cacao en grano.

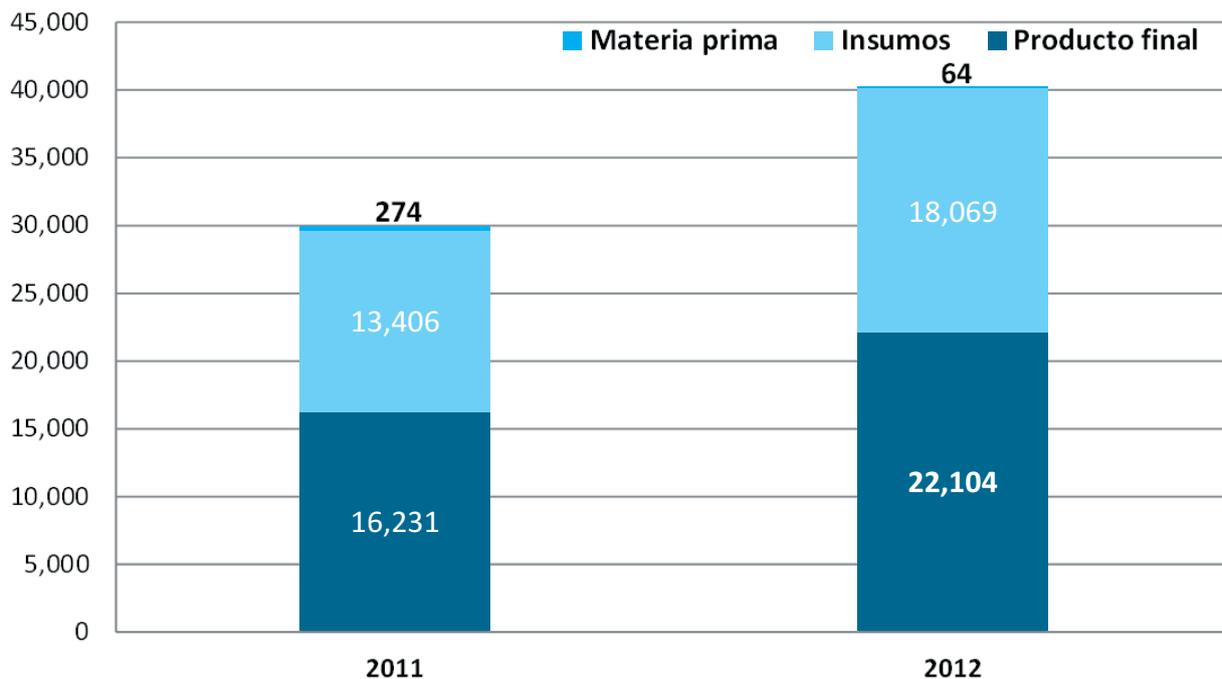
Cuadro 23: Ranking de las 46 empresas exportadoras peruanas de cacao en grano en 2012

Ranking	Empresa	Volumen exportado (TM)	Valor exportado (US\$ FOB)	Precio de exportación (US\$/TM)
1	AMAZONAS TRADING PERU S.A.C.	4,102.606	10,098,979	2,462
2	COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA ACOPAGRO	3,059.483	8,489,757	2,775
3	COOPERATIVA AGRARIA INDUSTRIAL NARANJILLO	3,125.608	8,338,455	2,668
4	SUMAQAQ SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	2,859.450	6,851,983	2,396
5	CENTRAL DE COOPERATIVAS AGRARIAS CAFETALERAS COCLA LTDA.	1,903.419	4,487,792	2,358
6	EXPORTADORA ROMEX S.A.	1,609.084	3,907,075	2,428
7	RAINFOREST TRADING S.A.C.	1,451.001	3,512,406	2,421
8	COLCA CANYON COFFEE PERU SAC	1,220.976	2,962,657	2,426
9	CAFETALERA AMAZONICA S.A.C.	1,000.000	2,226,975	2,227
10	COOP AGRARIA CAFETALERA EL QUINACHO L 78	798.505	2,069,235	2,591
11	ASOCIACION DE PRODUCTORES CACAO VRAE	682.319	1,855,961	2,720
12	COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL TOCACHE LTDA	524.140	1,373,215	2,620
13	CENTRAL PIURANA DE CAFETALEROS	341.070	1,206,634	3,538
14	INTERLOOM S.A.C.	475.456	1,148,088	2,415
15	ECOANDINO S.A.C.	102.791	790,891	7,694
16	COOP AGRARIA CAFETALERA VALLE RIO APURIMAC	299.520	751,915	2,510
17	MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	120.146	701,464	5,838
18	ASOCIACION DE PRODUCTORES "CACAO ALTO HUALLAGA"	202.114	538,949	2,667
19	TROPICAL FOREST PERU S.A.C.	200.192	502,479	2,510
20	NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	61.540	458,550	7,451
21	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA DIVISORIA LTDA	124.516	404,770	3,251
22	FLP DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	150.160	333,839	2,223
23	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA Y DE SERVICIOS ORO VERDE LTDA	116.704	307,772	2,637
24	EKEKO COMERCIO AGRICOLA S.A.C.	100.017	241,752	2,417
25	EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C.	176.490	184,977	1,048
26	COOP AGRARIA CAFETALERA SATIPO LTDA	49.920	129,292	2,590
27	EXPOGRANOS PERU S.A.C.	50.165	118,954	2,371
28	IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES AGRITUM E.I.R.L.	32.050	99,675	3,110
29	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGO LT	33.284	96,700	2,905
30	NEVICO PERU S.A.C.	24.990	77,469	3,100
31	OPERADORES COMERCIALES Y LOGISTICOS LIMA	32.700	58,860	1,800
32	ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CA	16.000	43,328	2,708
33	S.G.M. PERU E.I.R.L	7.500	37,500	5,000
34	ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD A	1.678	12,404	7,392
35	G FOODS NATIVE S.A.C.	1.254	8,020	6,396
36	BROKERS Y ASESORES LOGISTICOS S.A.C. - BROKAL S.A.C.	1.550	6,467	4,172
37	NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0.994	4,940	4,970
38	EXPORTADORA AGRICOLA ORGANICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0.600	4,770	7,950
39	RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0.520	3,930	7,558
40	COMPLEMENTOS Y SUPLEMENTOS ORGANICOS DEL PERU S.R.L.	0.175	1,237	7,069
41	BURGOS LINGAN MARIA OFELIA	0.186	1,073	5,769
42	PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	0.100	942	9,420
43	HERBS AMERICA S.A.C.	0.050	525	10,500
44	SOLNATURA E.I.R.L.	0.057	477	8,368
45	MOYA RODRIGUEZ LUIS ENRIQUE	0.020	120	6,000
46	CONSORCIO SANGUINETI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0.002	3	1,500
Total		25,061	64,453,256	2,572

Fuente: SUNAT

En lo que corresponde a las importaciones, durante el 2012, el cacao y sus derivados sumaron US\$ 40.2 millones, cifra superior en un 35% a lo reportado el 2011. Este resultado se explicó por las mayores compras registradas en las partidas arancelarias *demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao* (27%), así como *cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante* (36%), explicando el 64% del valor total de las importaciones en 2012.

Gráfico 24: Importaciones de cacao y derivados por tipo de producto entre 2011 y 2012
(En miles de US\$)



Fuente: MINAG

Desempeño Comercial de la Palma aceitera



Desempeño Comercial de la Palma aceitera

a. Desempeño comercial.-

En 2012, las empresas agroindustriales de palma aceitera, comercializaron en el mercado local por US\$ 42.2 millones. Este monto superó en un 13% los ingresos reportados para el 2011. Entre los factores que permitieron este avance se encuentran en el buen desempeño de las empresas OLAMSA y OLPESA, las que aumentaron sus ingresos en 22% y 17%, respectivamente. El 96% de los ingresos fue explicado por el comercio del aceite crudo, 3% por el aceite de palmiste y el resto por almendra de palmiste.

Gráfico 25: Evolución de las ventas de las empresas comercializadoras de aceite crudo, almendra de palmiste y aceite de palmiste promovida por el Desarrollo Alternativo entre 2000 y 2012 (US\$)

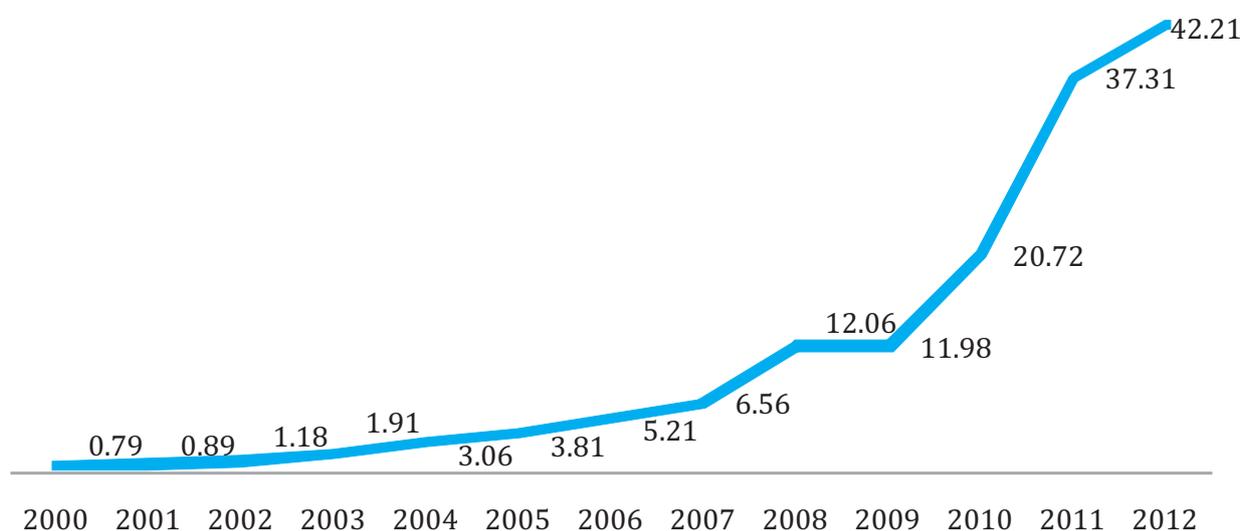
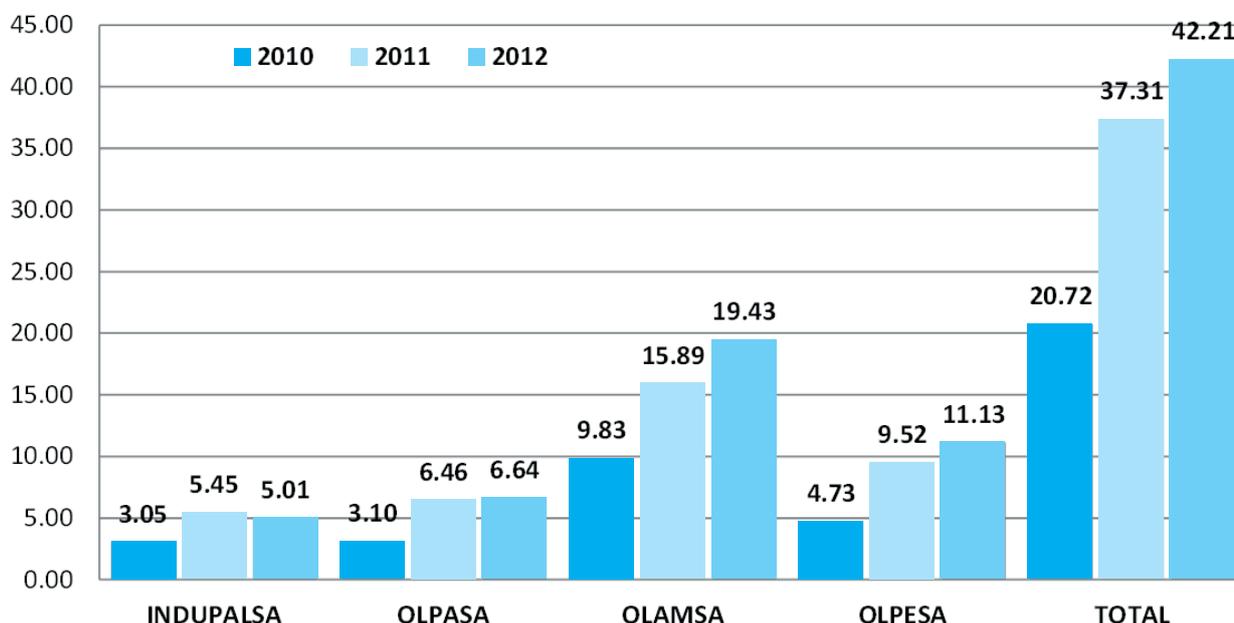


Gráfico 26: Ventas de las empresas de palma aceitera promovidas por el Desarrollo Alternativo entre 2010 y 2012 (En millones US\$)



Fuente: OLAMSA, INDUPALSA, OLPESA, OLPESA

Asimismo, las cuatro empresas monitoreadas procesaron 168,609 toneladas métricas de racimos de fruta fresca durante el 2012. Este volumen fue 27% superior respecto al año anterior. En este escenario, OLAMSA y OLPESA registraron mayor avance mas acelerado, con un 42% y 26%. Por su parte, en OLPASA y INDUPALSA el ritmo fue menor, registrándose un 12% y 5% respectivamente.

Cuadro 24: Volumen procesado de racimo de fruta por empresas entre 2005 y 2012 (TM)

Año	OLAMSA	OLPASA	INDUPALSA	OLPESA	Total
2005	26,152	4,679		0	30,831
2006	31,123	7,608	974	0	39,706
2007	29,392	8,277	2,407	0	40,076
2008	35,756	10,208	4,383	0	50,346
2009	40,171	11,886	6,699	13,273	72,029
2010	43,319	14,682	12,596	23,478	94,075
2011	53,700	22,473	20,823	35,531	132,527
2012	76,611	25,084	21,871	45,043	168,609

Fuente: OLAMSA, OLPASA, INDUPALSA, OLPESA

Progresivamente, las principales empresas de palma aceitera incrementaron su capacidad productiva de aceite de palma entre el 2005 y el 2012, incrementando el volumen global de producción de aceite. INDUPALSA es la empresa que registró un incremento más marcado en este período, al pasar de 173 TM a poco más de 5 mil TM. En conclusión, total, el incremento global conllevó que la capacidad productiva de las empresas de palma pasen de 7 mil TM a las 40 mil TM en siete años.

Cuadro 25: Producción de aceite crudo de palma por empresa entre 2005 y 2012 (TM)

Año	OLAMSA	OLPASA	INDUPALSA	OLPESA	Total
2005	6,260	978			7,238
2006	7,501	1,628	173		9,301
2007	7,314	1,879	449		9,643
2008	8,868	2,405	913		12,187
2009	9,831	2,826	1,576	2,977	17,210
2010	10,669	3,610	2,984	5,301	22,564
2011	13,300	5,429	4,614	8,150	31,493
2012	18,504	6,124	5,023	10,667	40,317

Fuente: OLAMSA, OLPASA, INDUPALSA, OLPESA

Respecto a la almendra de palmiste, el crecimiento fue sostenido, al pasar de 980 TM a 5249 TM entre el 2005 y el 2012. Sin embargo, a diferencia del aceite crudo, OLPASA registró una reducción sustancial entre el 2011 y el 2012.

Cuadro 26: Volumen de producción de almendra de palmiste por empresas entre 2005 y 2012 (TM)

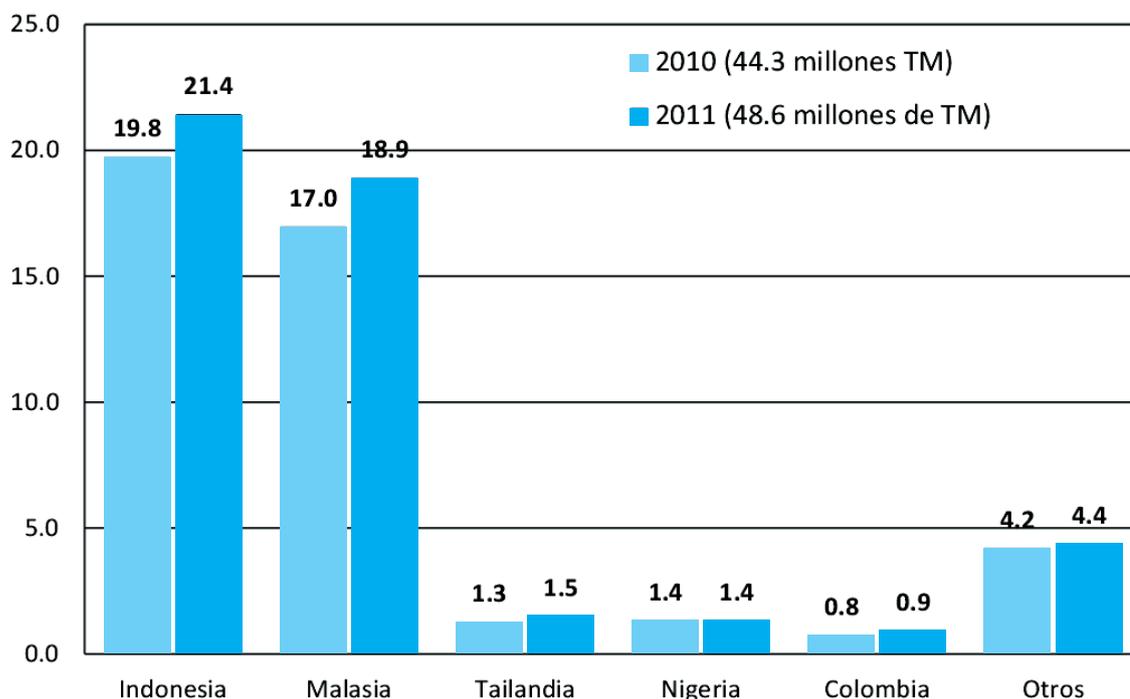
AÑO	OLAMSA	OLPASA	INDUPALSA	OLPESA	TOTAL
2005	863	117			980
2006	1,027	190	18		1,235
2007	964	207	44		1,215
2008	1,266	251	59		1,577
2009	811	278	142	353	1,584
2010	1,393	275	362	906	2,936
2011	1,547	437	534	1,375	3,894
2012	2,301	248	550	2,150	5,249

Fuente: OLAMSA, OLPASA, INDUPALSA, OLPESA

b. Importancia la palma aceitera en de las EDA y en el mercado internacional.-

Según FAO, la producción de aceite de palma en el mercado internacional para el 2011 llegó a 48.6 toneladas métricas, volumen que superó en 9.5% a lo reportado en el año anterior. Así, se mantienen los resultados positivos de esta industria, principalmente influenciados por la creciente demanda de biocombustibles. En el periodo 2000 – 2011, la oferta mundial aumentó a un ritmo promedio anual de 7.5%, lo que permitió generar el 2011 una producción 2.3 veces mayor a la registrada en 1999. Esto gracias al dinamismo mostrado por Indonesia, que en ese periodo aumento su producción a un ritmo promedio anual del 11.8%.

Gráfico 27: Producción mundial de aceite de palma entre 2010 y 2011 (En millones TM)



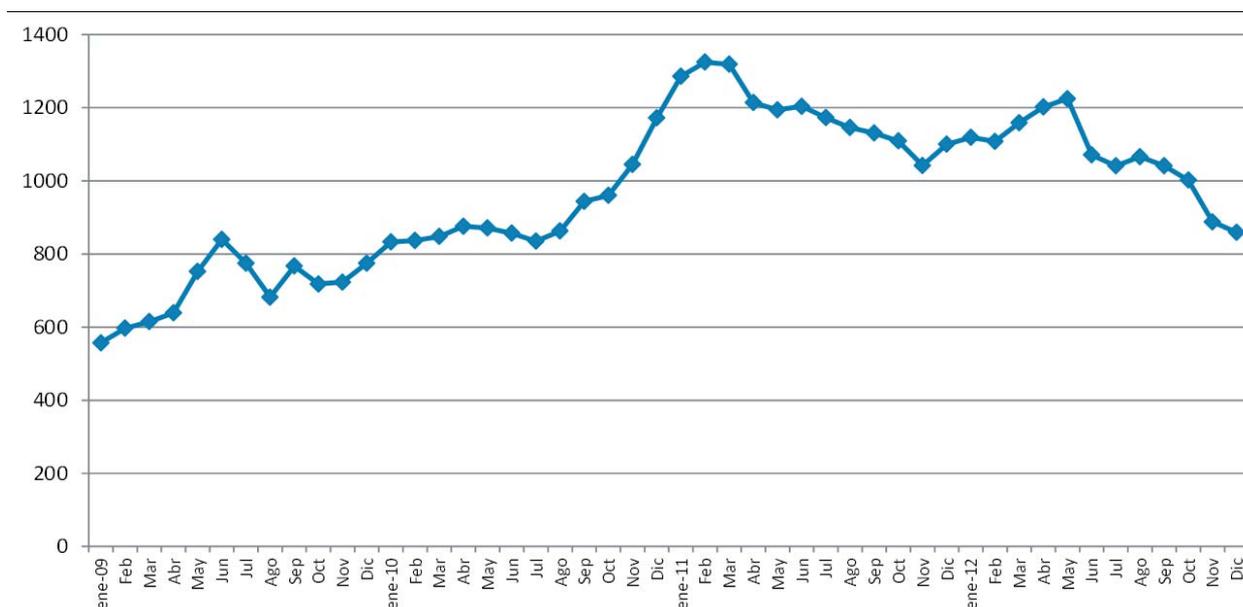
Fuente: FAO

Los precios del aceite crudo CIF Rotterdam descendieron en 2012. Ello representa en promedio un 10.3%, con respecto al año anterior, cuando llegó a US\$ 1,187/TM. La abundante reserva de inventarios de aceite en Malasia e Indonesia, producto de las buenas cosechas registradas en ambos países, que explican cerca del 90% de la oferta mundial de aceite de palma, es uno de los factores que explica esta situación. Asimismo, la agudización de la crisis de la deuda en la zona del euro, que repercutió en una menor demanda, junto al déficit fiscal en Estados Unidos, cuyo impacto se percibe en la demanda y consumo de las familias, son otros de los factores influyentes. A esto se suman las nuevas medidas tributarias a las importaciones de aceites comestibles en India y China, como determinantes en la baja de los precios.

Recuadro 3: Precio internacional de la palma

Los precios del aceite crudo CIF Rotterdam descendieron en 2012, en promedio 10.3%, con respecto al año anterior, cuando llegó a US\$ 1,187/TM. La abundante reserva de inventarios de aceite en Malasia e Indonesia, producto de las buenas cosechas registradas en ambos países, que explican cerca del 90% de la oferta mundial de aceite de palma, la agudización de la crisis de la deuda en la zona del euro, que repercutió en una menor demanda, y el déficit fiscal en Estados Unidos, que repercutió en medidas que afectaron la demanda y consumo de las familias, las nuevas medidas tributarias a las importaciones de aceites comestibles en India y China, entre otros factores, fueron determinantes en la baja de los precios.

Gráfico 28: Evolución de los precios de aceite de palma entre 2009 y 2012 (CIF Rodetterdan US\$/TM)



c. Importancia de la palma aceitera de las EDA en el mercado nacional.-

En 2012, la superficie cultivada de palma aceitera en Perú alcanzó las 58,306 hectáreas. Ello representa un incremento del 8.5% con respecto al 2011. Uno de los factores de este incremento es la importante expansión del cultivo principalmente en Huánuco (44%) y Loreto (31%).

La promoción de la siembra de la palma como alternativa frente a los cultivos ilícitos por parte de la Cooperación Internacional en San Pedro de Cholón, y el sector privado (Grupo Palmas) en Yurimaguas, dinamizan el avance del cultivo de la palma aceitera en el Perú. Cabe destacar, que desde el 2006 hasta el 2012, la palma aceitera creció a una tasa anual de 16.6%.

Se estima que aproximadamente el 53% de las áreas cultivadas se encuentran en etapa de producción y el resto está en crecimiento. En los últimos años, se evidencia un importante aumento de las áreas destinadas a palma aceitera, impulsadas principalmente por el sector privado, entre los que destaca Grupo Palmas, así como por los pequeños productores agrupados en asociaciones y empresas de extracción de aceite crudo. Estos últimos conducen aproximadamente el 40% del área total cultivada.

Cuadro 27: Superficie cultivada de palma aceitera en Perú entre 2006 y 2012/a
 (Expresado en Ha)

Región	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
San Martín	15,880	20,994	21,179	25,661	28,658	29,650	30,540
Ucayali	6,641	3,214	10,573	12,102	12,699	13,699	14,110
Huánuco	0	250	750	1,000	1,000	1,000	1,440
Loreto	1,250	1,250	1,750	5,900	7,844	9,343	12,219
Total	23,771	25,708	34,252	44,663	50,201	53,692	58,309

Fuente: MINAG, OLPESA, OLPASA, INDUPALSA, OLAMSA

a/ Estimado

Por su parte, la producción de racimos de fruta fresca (RFF) alcanzó las 518,311 toneladas métricas, superando en un 44% el volumen registrado el año anterior. Con este resultado, el rendimiento promedio bordea las 16 TM/RFF/Ha/Año. Ello habría implicado una producción de aceite crudo cercana a las 103,662 toneladas métricas, considerando una tasa de extracción promedio del 20%.

Cuadro 28: Volumen de producción de Racimo de Fruta Fresca de palma aceitera
 (Expresado en TM)

Año	Huánuco	Loreto	San Martín	Ucayali	Total
1999	0	196	176,381	21,471	198,048
2000	0	133	170,780	10,242	181,155
2001	0	145	177,367	15,793	193,305
2002	0	156	154,542	18,627	173,325
2003	0	172	157,941	22,333	180,446
2004	0	194	178,912	29,433	208,539
2005	0	219	169,146	30,576	199,941
2006	0	298	199,043	37,033	236,374
2007	0	515	197,419	40,514	238,448
2008	0	933	194,092	51,394	246,419
2009	0	2,221	212,265	53,782	268,268
2010	4	4,354	231,053	56,391	291,802
2011	487	27,088	257,549	74,660	359,784
2012 (e)	702	39,023	371,030	107,556	518,311

Fuente: MINAG

(e) Estimado

En lo que corresponde a las importaciones peruanas de insumos industriales de palma, al 2012 se alcanzaron los US\$ 29.9 millones, un 37% menos que el valor importado en 2011. Una de las explicaciones para este retroceso, es la caída registrada en las compras de aceite crudo (100%) y aceite de palma refinado (0.1%). En particular este último producto explica el 99% del valor total importado. Cabe destacar, que el aceite de almendra de palma refinado mostró un importante repunte frente a 2011.

Cuadro 29: Volumen de importación de insumos industriales de palma aceitera entre 2011 y 2012 (TM)

Código	Descripción arancel	2011	2012	Var.%
1511900000	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado pero sin modificar químicamente	22,434.5	25,058.5	12%
1513291000	Aceite de almendra de palma, refinado y sus fracciones	0.5	289.3	55529%
1511100000	Aceite de palma en bruto	15,353.3	21.4	-100%
1513211000	Aceite de almendra de palma, en bruto	0.4	0.7	60%

Fuente: MINAG

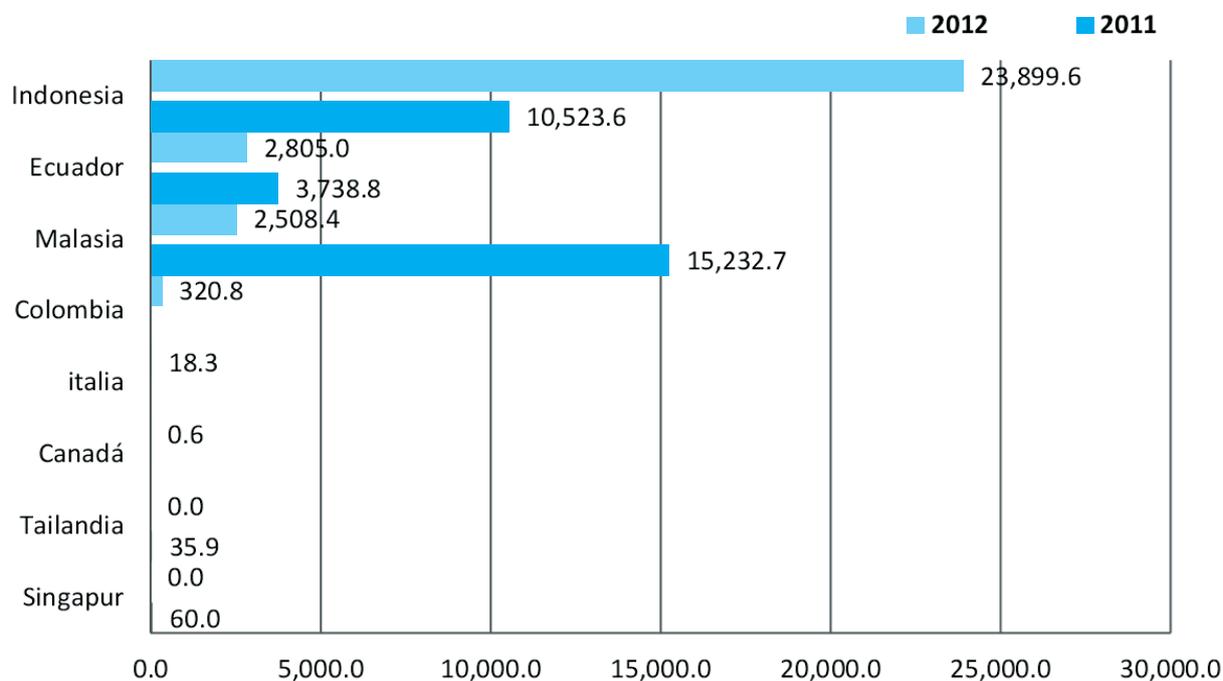
Valor de las importaciones de insumos industriales de palma aceitera entre 2011 y 2012 (En miles de US\$)

Código	Descripción arancel	2011	2012	Var.%
1511900000	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado pero sin modificar químicamente	29,591.1	29,552.7	-0.1%
1513291000	Aceite de almendra de palma, refinado y sus fracciones	2.5	335.3	13476%
1511100000	Aceite de palma en bruto	18,137.1	32.2	-99.8%
1513211000	Aceite de almendra de palma, en bruto	3.1	4.8	52.4%
Total		47,734	29,925	-37%

Fuente: MINAG

El principal producto de importación en 2012 fue aceite refinado de palma, teniendo que el 99% del valor de las compras de este insumo fue explicado por Indonesia, Malasia y Ecuador, a precios promedios de importación (CIF) de US\$ 1,156/TM, US\$ 1,258/ TM y US\$ 1,172/TM, respectivamente.

Gráfico 29: Importación de aceite refinado de palma por país de origen (US\$)



Fuente: MINAG

Desempeño Comercial del Palmito

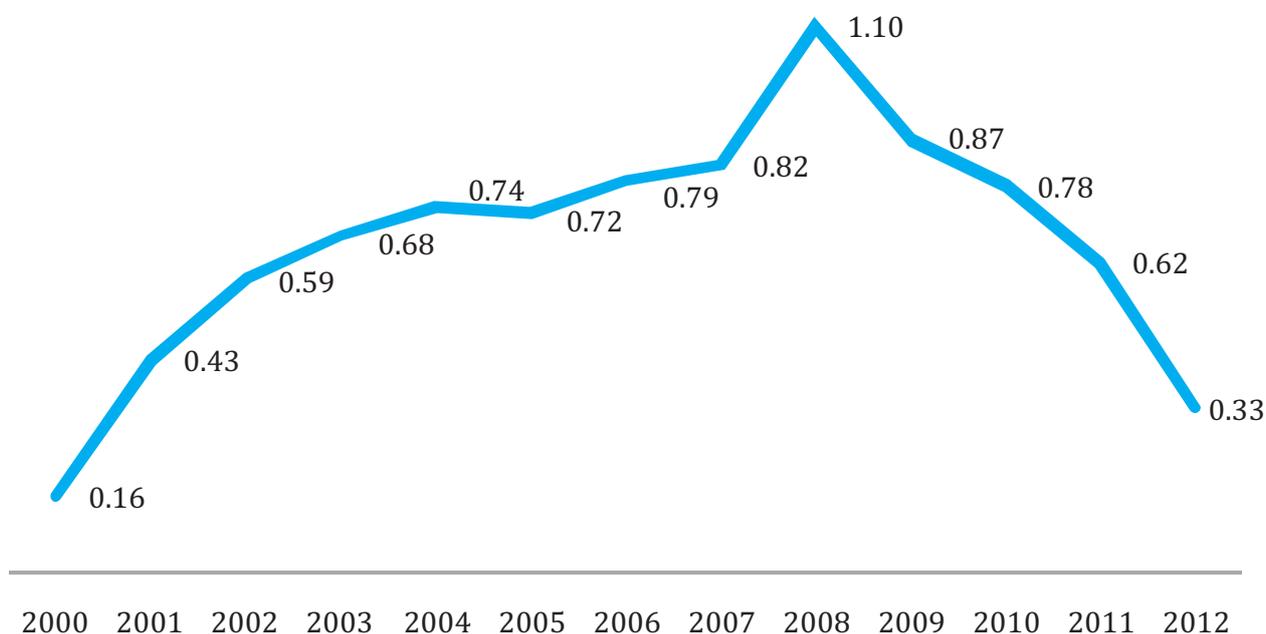


Desempeño Comercial del Palmito

a. Desempeño comercial.-

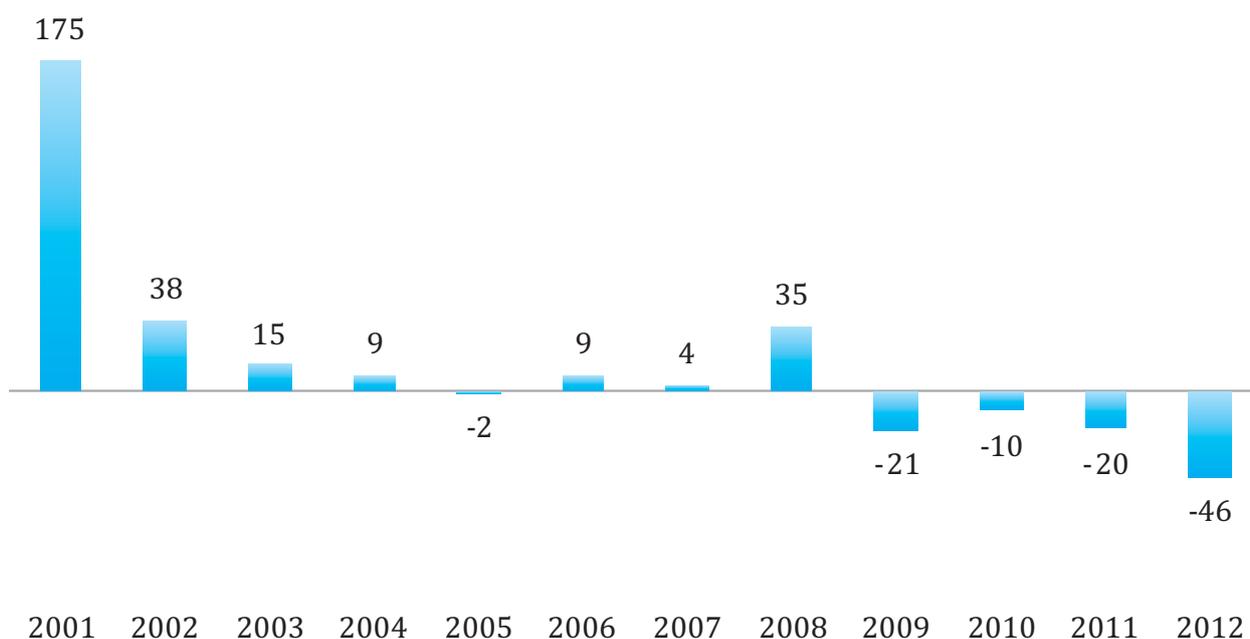
Durante los últimos años, las ventas de ASLUSA, empresa asociada al Desarrollo Alternativo dedicada al procesamiento del palmito, decrecieron.

Gráfico 30: Evolución de las ventas de ASLUSA entre 2000 y 2012 (US\$)



Así, si para el 2008 las ventas llegaron a US\$ 1.1 millones, para el 2012 alcanzaron tan solo los US\$ 330 mil. Ello implicó una reducción del valor de ventas sostenido desde el 2008. Este porcentaje de reducción alcanzó el 46% entre el 2011 y el 2012.

Gráfico 31: Variación del valor de las ventas de ASLUSA 2001 – 2012



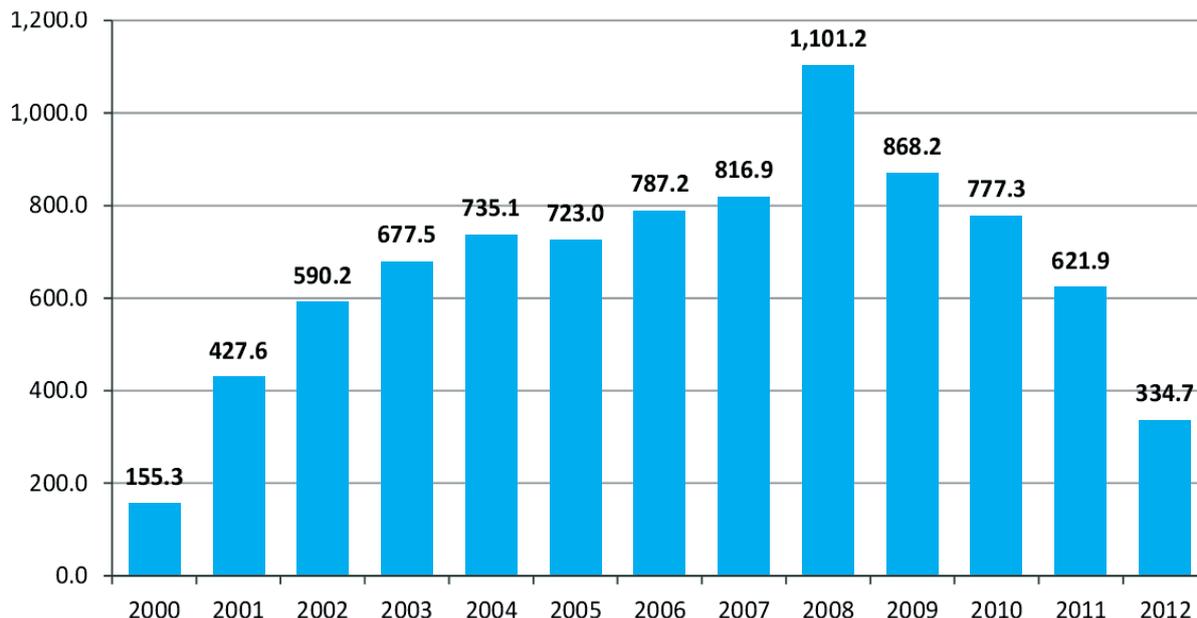
b. Importancia del palmito de pijuayo de las EDA en el mercado internacional.-

Entre 2011 y 2012, el volumen ofertado de palmito disminuyó en 41% al pasar de 198 a 115 toneladas métricas. Esto significa que el acopio de materia prima de 389.6 hectáreas de pijuayo en producción de un total de 581.15 hectáreas¹³ existentes en la Provincia de Tocache, apenas cubrió la oferta similar de hace 11 años atrás (180 TM). En condiciones normales en campo, y con un ratio de proceso de 7.57 unidades/kg¹⁴ de materia prima por kilogramo de palmito drenado, ASLUSA hubiera ofertado por lo menos 257 TM de palmito, comercializado al precio de venta registrado en 2012 (US\$/2.9/Kg) le hubiese generado ingresos por US\$ 747 mil.

¹³ UNODC, Informe de Monitoreo Desarrollo Alternativo Noviembre 2012

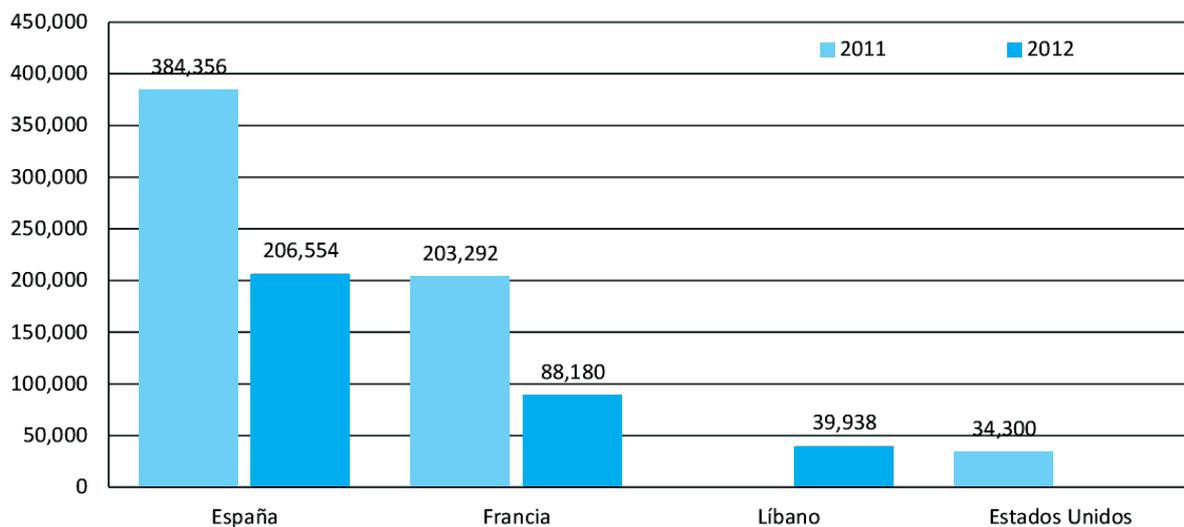
¹⁴ UNODC, Idem

Gráfico 32: Evolución de las exportaciones de palmito de pijuayo de ASLUSA entre 2000 y 2012 (En miles de US\$)



Fuente: SUNAT

Gráfico 33: Mercado de destino de las exportaciones de palmito de pijuayo de Aslusa entre 2011 y 2012 (US\$)



Fuente: SUNAT

c. Importancia del palmito de pijuayo de las EDA en el mercado nacional.-

Aun con las sostenidas reducciones en sus volúmenes y precios, ASLUSA ha logrado obtener el tercer lugar en el ranking nacional de empresas, superado por la Asociación de Productores de Palmitos APROPA y Agro Industrial San Pedro. Ambas empresas han mostrado crecimientos cercanos al 31% entre el 2011 y el 2012.

Cuadro 30: Ranking de empresas exportadoras de palmito de pijuayo entre 2011 y 2012 (US\$)

Ranking	Empresa	2011	2012	Var. %
1	Asociación de Productores de Palmito Alianza APROPA	1,148,642	1,508,802	31%
2	Agro Industrial San Pedro SAC.		1,174,814	
3	Agroindustria Santa Lucia S.A	621,948	334,672	-46%
4	Despensa Peruana S.A.	917,085	113,570	-88%
5	Corporación Lagos E.I.R.L.	46,386	72,449	56%
6	Consortio Sanguineti SAC.		3	
7	Manjares del Sur EIRL	688	0	-100%
Total		2,734,749	3,204,310	17%

Fuente: SUNAT

Tendencias y desafíos

Tendencias y desafíos

a. Tendencias.-

- Las principales tendencias marcan un camino alentador para el 2013:
 - **En café**, se superará la baja de la producción registrado en 2012 por el agotamiento de la capacidad productiva de las plantaciones, debido al “efecto bienal” de altas cosechas registradas en el 2011, asimismo, se evidencia buenas condiciones climáticas que favorecerá el desarrollo productivo (aunque no hay que bajar la guardia a la Roya), el ingreso a la etapa de cosecha de plantaciones nuevas, así como el efecto de las inversiones de los agricultores que fertilizaron y mejoraron sus plantaciones.
 - **En cacao**, que en 2012 fue el producto que amortiguó una mayor caída de las exportaciones de las empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo, se espera continuar ampliando la oferta y seguir trabajando en promover su presencia en nuevos mercados y afianzar la asociatividad para evitar efectos negativos por la presencia de nuevos intermediarios.
 - **En palma aceitera**, se continuará incrementando la oferta de las nuevas plantaciones que ingresarán en la etapa de producción y se continuará incrementando los rendimientos, sin embargo, para afianzar el crecimiento, las empresas tienen que promover acuerdos comerciales con los industriales procesadores de bienes finales para garantizar la compra de nuevas ofertas y ampliar nuevos mercados como podrían ser los alimentos balanceados, que es un sector importador de aceite de soya.
 - **En pijuayo**, la empresa tiene que mejorar la gestión y concretar la inversión prevista para automatizar el proceso industrial para reducir costos y mejorar la eficiencia industrial. Asimismo, es necesario mejorar las relaciones de negociación con los productores abastecedores de materia prima, en Tocache existen más de 500 hectáreas de pijuayo que tienen un potencial para generar ingresos superiores a US\$ 1.6 millones por año

- De otro lado, merece citar las perspectiva para el cacao indicadas en la Conferencia Mundial sobre el Cacao 2012, organizada por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) en Costa de Marfil en Noviembre 2012, en el que se prevé que persista durante las próximas décadas el crecimiento de la demanda de cacao sostenible, que reúna criterios económicos, sociales y medioambientales, debido al crecimiento constante de los ingresos, de la población mundial, de los mercados de consumo emergentes y del interés por unos productos de cacao y de chocolate más variados y novedosos. En este contexto, se sintetiza la tendencia de la demanda y la situación real de la oferta para cubrir las exigencias de un mercado en los términos siguientes:
 - Las características de la demanda de productos de cacao y de chocolate han evolucionado de forma notable a lo largo de la última década, con una inclinación creciente hacia los productos de cacao y chocolate de calidad superior, principalmente en los mercados posicionados, y con la aparición final de un crecimiento importante en mercados emergentes en varias partes del mundo, y especialmente en Asia. Asimismo, los consumidores exigen, cada vez más, productos de cacao y chocolate que sean sostenibles, certificados, y trazables, y que garanticen un alto nivel de seguridad alimentaria. Sin embargo, la comunidad cacaotera mundial todavía tiene que alcanzar un consenso sobre las medidas a tomar para garantizar al consumidor que el cacao se produce de forma sostenible y que los esfuerzos adicionales que se exigen de los cacaocultores son adecuadamente recompensados.
 - En lo referente a la oferta, los cacaocultores presentan dificultades para satisfacer la demanda cambiante y responder a las preocupaciones de los consumidores, debido a los siguientes factores: el nivel de pobreza y la remuneración inadecuada de los cacaocultores, la falta de organización, la insuficiente preparación empresarial, la falta de información sobre los recursos cacaoteros existentes sobre el terreno, el bajo nivel de los rendimientos, las pérdidas de cosecha provocadas por plagas y enfermedades, el envejecimiento de los árboles, la degradación de la tierra y del suelo, el uso competitivo de la tierra, la seguridad alimentaria, el cambio climático, la falta de acceso a créditos asequibles y de insumos adecuados y, finalmente, el hecho de que las generaciones más jóvenes se están alejando del cultivo de cacao y de la vida rural en general. Además, la naturaleza intrínseca del cultivo de cacao, que requiere inversiones a largo plazo, ha dado lugar a inversiones deficientes en varias áreas, poniendo en peligro el incremento de la oferta en el futuro, sobre todo en lo referente a investigación sobre mejora de material de siembra, semilleros para la propagación, y servicios de extensión para los cacaocultores.
- Las empresas palmeras, que en 2012, enfrentó coyunturalmente un mercado resiste por la disminución de las compras de aceite crudo de palma por los industriales nacionales procesadores de bienes finales, debido a la mayor disponibilidad de sus inventarios, principalmente de insumos de soya proveniente de Argentina, que registró una oferta temporal ante las expectativas de represalias comerciales, industriales o energéticas de España por la

expropiación de la petrolera YPF. Para enfrentar situaciones como la presentada en el año pasado, las empresas palmeras, en el corto plazo, deberán redoblar esfuerzos para lograr acuerdos comerciales con los industriales procesadores de bienes finales para ampliar y garantizar la compra de la oferta nacional y así reducir sus importaciones, que en el 2012 totalizaron US\$ 29.92 millones por las compras de aceite de palma refinado (25,059 TM), aceite de palmiste refinado (289.3 TM), aceite de palma en bruto (21.4 TM), y aceite de palmiste en bruto (0.7 TM), productos que procedieron de Malasia, Indonesia, Ecuador, Colombia, China, España, Canadá, Inglaterra, entre otros.

- De otro lado, las empresas palmeras tienen que diversificar sus clientes para acceder a nuevos sectores como el de alimentos balanceados, que tiene en la soya importada, como su principal insumo, muchas veces con precios superiores al del aceite de palma. Sin embargo, esto demanda mejorar la logística e infraestructura (tanques con serpentines) para garantizar la provisión de aceite líquido para la mezcla y evitar su solidificación durante el transporte desde la selva a la costa. El tema del biodiesel y la alternativa de exportación de aceite crudo, opciones a considerarse en el mediano plazo, pero requiere mayor análisis sobre el tema y adecuar la infraestructura para el transporte, almacenamiento y distribución para la exportación.

b. Desafíos.-

En definitiva, para las empresas asociativas vinculadas al Desarrollo Alternativo, el 2012 no fue del todo malo, pese a no superar los ingresos registrados en el año anterior, se notó el esfuerzo de los equipos técnicos y gerenciales que permitió superar, en gran mayoría, los volúmenes ofertados, como en cacao en grano, café en grano, licor de cacao, aceite de palmiste, entre otros, sin embargo, al estar vinculado a factores externos como el mercado de los comodities y su comportamiento, muchas veces especulativo, el vaivén de los precios compensa o deprime, según sea el caso.

- La caída de los precios y el descenso en los ingresos de los países exportadores como Perú, tuvo mucho que ver con una mayor oferta mundial en café, palma aceitera, debido a las buenas cosechas registradas por los grandes productores como Brasil (que alcanzó “pico histórico”), Indonesia, Malasia, entre otros.

El 2012, el Perú redujo sus ingresos en café en más de US\$ 500 millones. Las empresas monitoreadas no escaparon de esta realidad dado que dejaron de percibir más US\$ 27 millones y quedó fuera un protagonista como CACVRA que no exportó.

Asimismo, otro factor externo no controlable fue la crisis financiera internacional que continúa afectando desde el 2009 a los países de la zona del Euro y en los Estados Unidos.

- En este escenario, un desafío para las empresas es ser competitivos, a fin de enfrentar “puntos de quiebre” con una buena administración de recursos, reducción de la cartera pesada

y afianzar el trabajo en campo para continuar mejorando la calidad de la producción, se cuenta con mercados ganados que reconocen calidad, pero en el corto plazo, es necesario redolar esfuerzos para ampliar más.

- Asimismo, es necesario fortalecer la asociatividad en las organizaciones de productores para garantizar poder de negociación en la comercialización ante la entrada en campo de empresas importadoras que tienen como fin la adquisición directa.
- El desarrollo de un sistema de financiación rural que cumpla sus funciones con eficacia y que pueda proporcionar acceso sostenible a servicios financieros que den respuesta a la demanda es clave para permitir a los hogares rurales gestionar el riesgo, reducir su vulnerabilidad y aprovechar las oportunidades económicas, y para el desarrollo económico general de las zonas rurales de la selva peruana.
- En cuanto al desarrollo sostenible del sector palmero en el Perú, se requiere estrechar el liderazgo y coordinación entre las propias entidades especializadas como el MINAG y el MINAM para promover el desarrollo sostenible de una actividad que crece en el país; no solo impulsado por los pequeños y medianos productores como alternativa a los cultivos de coca, sino, que en los últimos años, comienza a ser dinamizado por grupos económicos importantes en diversas zonas de la Amazonía. En este escenario, es fundamental que el Estado refuerce iniciativas nacionales en curso impulsada por DEVIDA y UNODC con el financiamiento de USAID como la “Interpretación Nacional de los Principios y Criterios de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible” (RSPO), que es una plataforma única para una cooperación pragmática que contribuya a incrementar el uso y producción sostenible de aceite de palma.
- En los últimos años, debido a los buenos precios que registró el mercado para sus productos, las empresas y algunos de sus asociados realizaron inversiones orientadas, principalmente en mejorar los procesos de post-cosecha (centros de acopio, módulos de beneficio, taques de almacenamiento, etc.), fertilización para mejorar la producción y productividad y ampliación de nuevas áreas con cultivos alternativos. Sin embargo, las condiciones de crédito existente en el sistema financiero nacional no promueven mayor dinamismo de la inversión.
- El Estado tiene que continuar afianzando su presencia en los territorios con incidencia de coca, en donde las empresas enfrentan a un serio adversario como es el narcotráfico. En Ucayali se muestra un buen avance, tal como refiere el Índice de Densidad del Estado (IDE), que es un indicador que considera la presencia del Estado (como promotor o regulador o ejecutor) en el desarrollo de una comunidad mediante la provisión de bienes y servicios esenciales basado en 5 indicadores: identidad, salud, educación y saneamiento y energía. Así, por ejemplo, a nivel provincial Coronel Portillo y Padre Abad registraron, según el Informe sobre Desarrollo Humano 2009 del PNUD, los índices más altos (0.6180 y 0.60032, respectivamente), en contraposición las provincias que reflejan menor presencia del Estado como son Marañón (0.5268), La Mar (0.5339) y El Dorado (0.5439), que forman parte de las regiones de Huánuco, Ayacucho y San Martín, respectivamente.

En suma, debe ser una prioridad consolidar y ampliar los proyectos de desarrollo alternativo, ya que contribuyen a la lucha contra el narcotráfico y, simultáneamente, permiten a estas familias salir de la pobreza y la exclusión social, al acercarlas a los mercados de manera legal y así mejorar su calidad de vida. Adicionalmente, por tratarse de actividades formales, que cumplen con ciertos estándares, contribuyen a reducir la expansión de la agricultura migratoria, principal causa de la deforestación de nuestros bosques.

La vigente “Estrategia Nacional de Lucha contra las Drogas 2012-2016” liderada por DEVIDA es la herramienta central para articular y monitorear las inversiones en materia de Desarrollo Alternativo.

Bibliografía

- BANCO CENTRAL DEL RESERVA DEL PERÚ – BCR
2012 Reporte de Estabilidad Financiera, Nov. 2012
- 2012 Reporte de Inflación, Panorama Actual y Proyecciones Macroeconómicas 2012-2014
- 2012 Síntesis Económica de Ayacucho, Octubre 2012.
- 2012 Síntesis Económica de San Martín, Octubre 2012.
- 2012 Síntesis Económica de Puno, Octubre 2012.
- 2012 Síntesis Económica de Junín, Octubre 2012.
- 2012 Síntesis Económica de Huánuco, Octubre 2012.
- 2012 Síntesis Económica de Cusco, Octubre 2012.
- 2012 Informe Social y Económico, Región Ucayali, Agosto 2012
- COMPANHIA NACIONAL DE ABASTICIMENTO – CONAB
2013 Boletín de café Río de Janeiro 2013
- INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION – ICO
2012 Informe mensual sobre mercado del café
- INTERNATIONAL COCOA ORGANIZATION – ICCO
2012 Informe mensual sobre mercado del cacao
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA-INEI
2012 Informe Técnico Evolución de la Pobreza 2007-2011, Mayo 2012
- MINISTERIO DE AGRICULTURA
2012 Estadística Agraria Mensual – Sistema Integrado de Estadística Agraria – SIESA
- OFICINA DE LAS NACIONES UNIDAS CONTRA LA DROGA Y EL DELITO – UNODC
2012 Perú: Desempeño Comercial de las Empresas promovidas por el Desarrollo Alternativo. Lima, 2011
- 2012 Informe de Monitoreo de Cultivos de Hoja de Coca en el Perú 2011.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA – FAO
2012 FAOSTAT <http://faostat.fao.org/> Consulta a Febrero 2013
- SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA-SUNAT
2012 Operatividad aduanera