

---

**SEGUNDO INFORME DEL  
LEVANTAMIENTO DE  
INFORMACIÓN EMPRESAS  
VISITADAS EN CUSCO Y  
PUERTO MALDONADO.**

---

*Programa de Facilitación de  
Financiamiento para negocios basados  
en la Biodiversidad y Apoyo al desarrollo  
de Actividades de Mercado en la Región  
Andina*

---

NATHALIE MILAGROS GIL BRAVO

---

## RESUMEN EJECUTIVO

Como parte del desarrollo del proyecto “Programa de Facilitación de Financiamiento para negocios basados en la Biodiversidad y Apoyo al Desarrollo de Actividades de Mercado en la Región Andina” se llevo a cabo el levantamiento de información del segundo grupo de empresas en los departamentos de Cusco y Madre de Dios, la misma que estuvo constituida por 9 empresas que trabajan con diversos productos de la biodiversidad y la visita a los centros de producción de 3 empresas antes visitadas en la ciudad de Lima y de 1 en Puerto Maldonado.

Para el registro de datos se ha buscado tener un contacto directo con los representantes legales y/o gerentes generales de las empresas, de manera tal, que la información recabada tenga el mínimo de sesgo y error. De la misma manera conocer de manera directa cuál es el espíritu comercial de las empresas y cómo están llevando a cabo el desarrollo de sus cadenas comerciales o cadenas de valor.

Los puntos observados en esta segunda parte fueron principalmente que del universo de empresas el 100% son empresas transformadoras y comercializadoras, de ellas el 33% transforma y procesa granos andinos, el 22% cacao y ajíes y el restante repartido entre plantas medicinales, frutas nativas y sachá inchi.

En cuanto al trato directo con los proveedores de la materia prima, el 44% de las empresas tiene un programa de trato directo y constante con los proveedores y el 22% trabaja con terciarizadores o acopiadores.

Los requerimientos de apoyo están enfocados en su mayoría al tema de información de mercados como prioridad número uno y en cuanto al financiamiento las empresas solicitan apoyo para la adquisición de maquinarias como prioridad, seguida de investigación en desarrollo de producto, capital de trabajo y certificaciones.

De las visitas a zonas productivas se tuvo acceso a los sectores de producción de 3 empresas (ADAMA SAC, AICACOLOR SAC y DINAMIKA BUSINESS SAC), no se pudo visitar a los recolectores de castaña que abastecen a la empresa LA NUEZ SRL por estar fuera de estación. De estas visitas se pudo recoger de fuente directa información sobre el tipo de actividad de acuerdo al producto cultivado y/o recolectado, las prácticas agrícolas que en todos los casos son sostenibles y la satisfacción de los proveedores en relación al apoyo y relación comercial con las empresas.

## INFORMACIÓN GENERAL EMPRESA

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	ASPROPMAP – IMAGEN - TAMBONATURA Organización no Gubernamental IMAGEN Asociación de Productoras de Plantas Medicinales Aromáticas de Pacarectambo - ASPROPMAP
<b>DIRECCIÓN</b>	Av. Tomasa Tito Condemaita 1915 - Cusco
<b>TELÉFONO</b>	084 - 246233
<b>PÁGINA WEB</b>	<a href="http://www.imagencusco.org">www.imagencusco.org</a>
<b>GERENTE GENERAL</b>	Estela Vignati Dueñas
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<a href="mailto:evd57@hotmail.com">evd57@hotmail.com</a>
<b>PERSONA CONTACTADA</b>	Estela Vignati Dueñas

El Instituto de Medio Ambiente y Género para el Desarrollo (IMAGEN) es una organización sin fines de lucro que trabaja en Cusco desde el 23 de Febrero de 1993 trabajando en las zonas rurales dando mayor énfasis a las mujeres y rescatar los conocimientos tradicionales, con el objetivo de generar y desarrollar capacidades que les permita acceder a beneficios en base a un enfoque de sostenibilidad ambiental.

Actualmente están trabajando con varios provincias del departamento de Cusco entre los cuales está Paruro específicamente, en el distrito de Pacarectambo, donde han promovido la conformación de la Asociación de Productoras de Plantas Medicinales Aromáticas de Pacarectambo (ASPROPMAP), con quienes han desarrollado la marca TAMBONATURA para comercializar productos medicinales con valor agregado como infusiones, aceites esenciales, tinturas, pomadas y están desarrollando geles antibacterianos. Todos ellos utilizando como materia prima, plantas medicinales y aromáticas nativas de los andes.

La marca ha permitido a las mujeres de la zona de Pacarectambo acceder a beneficios directos a partir de su conocimiento tradicional y sus habilidades para el cultivo, recolección, mezclar las plantas para poder darles el valor agregado en diversos productos con fines comerciales. Con ello han podido acceder a diferentes fuentes de comercialización, incluso ferias nacionales e internacionales como Alemania y Brasil.

### INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR

Las distintas especies de plantas medicinales, nativas de las zonas altoandinas como la muña (*Minthostachys setosa*), cedroncillo (*Aloysia herreriae* Mold), arrayan (*Luma chequen*), panti (*Cosmos peucedanifolius*), son cultivadas y recolectadas por mujeres del distrito de Pacarectambo en la provincia de Paruro en el departamento del Cusco, quienes

forman parte de la ASPROPMAP, la cual está conformada por 17 socias, presidida por la Sra. Evarista Huamán. Gracias a esta Asociación y al apoyo de Imagen han adquirido un buen desenvolvimiento en cuanto a la producción y capacidad de liderazgo.

Manejan un sistema de acopio y selección de las plantas que son destinadas a la producción de las diferentes presentaciones y productos que comercializan bajo la marca TAMBONATURA.

La ONG Imagen ha sido y aun es una institución de apoyo para la comercialización, el desarrollo de capacidades y el mejoramiento de tecnologías junto a la Municipalidad de Pacarectambo y el instituto Agrorural para el desarrollo de diversas actividades en el marco del manejo de las áreas de influencia del proyecto que tiene y lleva a cabo la ASPROPMAP, haciendo de manera continua trabajos como reforestación, uso y generación de abonos e insecticidas orgánicos con prácticas de compostaje y obtención de Biol. También se ha identificado zonas reservadas para evitar cualquier alteración en el hábitat de las plantas medicinales, actualmente se tienen 20 hectáreas bajo este tipo de manejo. Imagen les otorga guías de preparación de abonos, un plan de capacitación periódica y fichas de certificación de buenas prácticas agrícolas.

Las plantas después de ser colectadas y acopiadas, pasan por un proceso de deshidratados en ambientes adecuados para ese fin y aplicando las normas de HACCP como una práctica impartida para cuidar la calidad en el procesamiento y almacenamiento de las plantas. Posteriormente y después de un cuidadoso trabajo de cernido y selección de las especies se procede a elaborar los diferentes productos y presentaciones (infusiones, aceites esenciales, tinturas, pomadas), para esto es indispensable la aplicación del conocimiento tradicional, el mismo que es aplicado para la mezcla de las plantas (plantas cálidas con plantas frescas).

Las diferentes presentaciones son transportadas a la ciudad de Cusco, desde donde es distribuido a los diferentes centros de comercialización, por ahora, el mercado objetivo es el local y nacional, este último el cual fue cubierto gracias al apoyo del programa Sierra exportadora, con quienes lograron ingresar a la cadena de supermercados Wong en Lima.

## FORTALEZAS

- ✓ IMAGEN como institución de apoyo técnico y comercial.
- ✓ ASPROPMAP con 5 años de conformación, ha otorgado oportunidades y resultados tangibles para las socias.
- ✓ Se ha logrado el empoderamiento, desarrollo de capacidades y habilidades en las mujeres de la zona de Pacarectambo.
- ✓ Hay una marca (Tambonatura) que ha tenido posicionamiento en el mercado local y nacional.
- ✓ Hay una variedad de productos con valor agregado.
- ✓ La cadena de valor está fortalecida.

## DEBILIDADES

- ✓ Es necesario el apoyo institucional de Imagen para mantener el nivel comercial.
- ✓ No tienen experiencia en exportaciones.
- ✓ La producción a gran escala podría no ser factible.
- ✓ Todavía no cuenta con certificaciones

## APOYO REQUERIDO

La ASPROPMAP, requiere de apoyo en financiamiento para desarrollar y potencializar la línea de aceites esenciales, de geles antibacterianos biodegradables y en cuanto a la promoción y acceso a mayores mercados de las infusiones.

Siendo así la priorización para los siguientes aspectos:

1. Información de mercados investigación y desarrollo de productos.
2. Asesoría en comercialización.
3. Asesoría en plan de negocios

En cuanto al financiamiento:

1. Maquinaria, edificios y construcciones
2. Certificaciones
3. Mercadeo

## INFORMACIÓN GENERAL EMPRESA MOLICUSCO SAC

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	MoliCusco SAC
<b>DIRECCIÓN</b>	Calle Paraguay K -18 Urb. Parque Industrial Wanchaq - Cusco
<b>TELÉFONO</b>	084 - 240045
<b>GERENTE GENERAL</b>	Edgar Andrade Loaysa
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	molicusco@hotmail.com
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Edgar Andrade Orellana
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	eaorellana@gmail.com

Empresa cusqueña familiar constituida desde el mes de Octubre del 1999, con 3 socios fundadores, al momento cuenta con 10 empleados permanente. Su principal línea de

trabajo es la transformación y comercialización de productos basados en los granos andinos (Quinoa, Kiwicha y Maíz amarillo).

Los productos son diversos, teniendo las hojuelas, cremas, harinas pre cocidas y mezclas fortificadas, estas últimas las cuales son vendidas al gobierno bajo el programa de asistencia alimentaria (PRONAA).

## **INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR**

La empresa tiene varios proveedores para los diferentes recursos (granos) que requiere para su producción, terciariza la compra para acceder a la documentación requerida por SUNAT (facturas), no les ha sido posible trabajar con productores específicos, puesto que requieren de cantidades significativas para la producción.

Se han enfrentado con varios problemas en la zona andina para promover la asociatividad de productores, entre ellos:

- La agricultura altoandina no es una actividad industrial, los productores poseen pequeñas parcelas y áreas de producción que no abastece sus requerimientos.
- No hay fidelidad por parte de los productores, quienes venden su producción al mejor postor.
- Los precios de mercado generan conflictos con los proveedores, cuando los precios suben se manifiesta el problema de ventas al mejor postor y cuando baja muchos buscan a la empresa pero esta ya cubrió sus necesidades.

Esas situaciones han generado que la empresa prefiera trabajar con terceros para abastecerse de la materia prima, la misma que es procesada y transformada en la planta ubicada en la ciudad del Cusco y posteriormente comercializada a nivel local y nacional.

Cuentan con los permisos de DIGESA y la certificación HACCP otorgada el año 2001 por La Molina Laboratorios.

## **FORTALEZAS**

- ✓ Empresa sólidamente constituida.
- ✓ Experiencia en la comercialización del producto con valor agregado.
- ✓ Capacidad para la producción a gran escala.
- ✓ Cuenta con certificación HACCP.
- ✓ Apuesta por productos altoandinos.

## **DEBILIDADES**

- ✓ Deficiencia en la cadena de valor, no trabajan directamente con productores.
- ✓ Mayor enfoque en la rentabilidad de la empresa y poco en el tema de sostenibilidad ambiental y social.
- ✓ No tiene experiencia en exportación.
- ✓ Necesita mayores canales de comercialización de sus productos.

## APOYO REQUERIDO

1. Financiamiento
2. Información de mercados
3. Asistencia técnica en Producción

Financiamiento:

1. Maquinaria
2. Capital de trabajo
3. Mercadeo

## INFORMACIÓN GENERAL FÁBRICA DE CHOCOLATES SA

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	La Cholita Fábrica de Chocolates SA
<b>DIRECCIÓN</b>	Av. Prolongación Mariano de los Santos N° 107 Villa Unión Cusco.
<b>TELÉFONO</b>	084- 223624
<b>PÁGINA WEB</b>	<a href="http://www.chocolateslacholita.com">www.chocolateslacholita.com</a>
<b>GERENTE GENERAL</b>	Gustavo Barberis Romero
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<a href="mailto:gbarberis@chocolateslacholita.com">gbarberis@chocolateslacholita.com</a>
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Gustavo Barberis Romero

Esta empresa familiar fue constituida el 29 de Junio de 1959, desde ese año trabajan en la elaboración de chocolates en diferentes presentaciones. A un comienzo se empezó a procesar el cacao (*Theobroma cacao*) en su variedad nativa de una manera bastante artesanal para producir chocolates en barra con diseños originales. Posteriormente y debido a la aceptación de los consumidores, la fábrica fue adoptando nuevas presentaciones combinando el chocolate con otros ingredientes para innovar en el mercado de la chocolatería en Cusco. Los chocolates son comercializados bajo la marca "La Cholita".

Los productos comercializados por la empresa son:

- Chocolates de tasa
- Bombones
- Tejas

Los bombones y las tejas tienen diferentes presentaciones y rellenos en base a productos



y en la mayoría de los casos productos naturales como el aguaymanto, sauco, castaña, maní, quinoa, kiwicha, coca, maca, uña de gato, sachá inchi, capulí y chuchuhuasi.

Actualmente la empresa cuenta con 8 socios, 8 trabajadores permanentes que cuentan con seguro social, 20 contratistas que aumentan a 30 cuando en época de campañas navideñas, con quienes cuentan para la promoción en ventas.

Foto 1. Gerente General y su esposa durante la entrevista mostrando la variedad de productos que elabora su empresa.

### **INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR**

La empresa tiene como principales proveedores del cacao en su variedad nativa (chuncho), a productores de dos importantes valles del departamento del Cusco, estos son el Valle de Lares y el Valle de la Convención, con quienes trabajan durante muchos años. Al momento cuentan con 20 productores de manera constante, en la mayoría son productores de la Convención.

El cacao es transportado a las instalaciones de la empresa, donde se realiza el procesamiento de las semillas para extraer el chocolate y posteriormente transformarlos en las diferentes presentaciones que ofrece la empresa para la comercialización de sus productos, la misma que se realiza mediante diferentes canales a nivel local, nacional y en una pequeña escala al extranjero.

A nivel local se cuenta con una tienda en el aeropuerto de la ciudad del Cusco, a nivel nacional tienen una tienda en la ciudad de Lima en el Centro Comercial Plaza Angamos y están exportando a una pequeña escala a los Estados Unidos.

Los productos se elaboran bajo certificación de BPM otorgado el año 2000 y están en la cuarta etapa de evaluación para la certificación HACCP la misma que esperan obtener a principios del siguiente año 2012.

La calidad de los productos comercializados es bastante buena y ha sabido posicionarse en el mercado local como una marca muy reconocida en el rubro de la chocolatería, además está la originalidad en la presentación de los mismos es una innovación en la comercialización de los chocolates. En esa línea la empresa busca la constante introducción de ingredientes naturales como rellenos de los bombones y tejas. De esa manera también les otorga a sus clientes una variedad de exquisitas y provocadoras combinaciones. Por citar un ejemplo se tienen los rellenos de aguaymanto en licor, deshidratado y mermelada.



Foto 2. Muestras de algunos productos "La Cholita".  
 Arriba izquierda bombones rellenos con licores derivados de productos nativos. Derecha presentación de chocotejas. Abajo Barra de chocolates con diseño de camélidos sudamericanos.

## FORTALEZAS

- ✓ Empresa transformadora y comercializadora sólida con 52 años en el mercado.
- ✓ Poseen variedad de presentaciones y productos para comercializar.
- ✓ Empresa innovadora en la mezcla de ingredientes con utilización de materias primas seleccionadas y nativas.
- ✓ Comercializa productos con valor agregado.
- ✓ Excelente calidad en los productos.
- ✓ Posee una marca reconocida y posicionada en el mercado local y nacional.

## DEBILIDADES

- ✓ Carece de certificación orgánica.
- ✓ Poca experiencia en exportaciones.
- ✓ No hay una relación 100% formal con productores, está basada en la confianza y en el compadrazgo.
- ✓ Necesita mayor asesoramiento en el empaquetado y presentación de los productos.

## APOYO REQUERIDO

1. Asesoría en comercialización y plan de negocios.
2. Investigación y desarrollo.
3. Información de mercados.

Financiamiento:

1. Capital de trabajo y Maquinaria (Alienadora que servirá para industrialización)
2. Edificios y construcciones.
3. Mercadeo y certificaciones (Están muy interesados en certificar (C. orgánica) a los productores).

### INFORMACIÓN GENERAL MOLINOS CUSCO SA

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Molinos Cusco SA
<b>DIRECCIÓN</b>	Parque Industrial F -27 Wanchaq - Cusco.
<b>TELÉFONO</b>	084- 231018
<b>GERENTE GENERAL</b>	Glenihs Huarca Pareja
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	molcusa@hotmail.com
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Glenihs Huarca Pareja

La empresa Molinos Cusco SA, es una empresa familiar conformada legalmente desde el mes de febrero del año 2002. Nació como una empresa que recuperaba una marca de la región, "CUSIPATA" la misma que es bastante reconocida a nivel local. Posición ganada por la calidad de fideos elaborados de manera artesanal. Es por eso que decidieron comprar la planta ubicada en el distrito de Quispicanchis en el departamento del Cusco, para lo cual solicitaron un préstamo a la entidad financiera Caja Municipal de Cusco con un monto que ascendía a \$300, 000.00 y actualmente tienen la deuda de \$60, 000.00.



Foto 3. Productos derivados de la Kiwicha

Molinos Cusco ahora sigue produciendo fideos Cusipata, pero ha decidido innovar con productos basados en granos andinos es así que actualmente comercializa fideos con elaborados con harina de Kiwicha (*Amaranthus caudatus*), hojuelas de quinoa (*Chenopodium quinoa*), kiwicha, harina de maíz (*Zea mays*) y también galletas en base con harina de Kiwicha.

La empresa cuenta con 8 socios fundadores, 8 trabajadores permanentes y 20 contratistas, de los que se requiere para la promoción y venta de los productos en épocas de mayor demanda, que generalmente es en mayo (día de la madre), junio (feria por las fiestas de Cusco) y diciembre (navidad).

## INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR

La empresa se abastece de la materia prima, principalmente de la misma zona de donde está establecida la planta y que lleva el nombre de la marca, Cusipata en Quispicanchis, donde se trabaja con 50 familias mientras que los proveedores de la quinoa y la kiwicha son de la zona de San Salvador.

A los trabajadores de Quispicanchis se les brinda capacitación en temas de BPM y la introducción al sistema HACCP; de manera tal, que la transformación de la materia prima y el procesamiento en la planta se lleven a cabo de responsable y controlada para obtener un producto de calidad.

La comercialización de los productos se lleva a cabo desde la ciudad de Cusco, distribuyéndolos en los diferentes supermercados en la ciudad. A nivel nacional se comercializan en los departamentos de Apurímac, Arequipa y en los supermercados limeños de Plaza Veá y Wong, a donde accedieron gracias al proyecto Innovate Perú. El inconveniente con el que se han enfrentado es la falta de promoción y mercadeo del producto

La gerente tiene muchas iniciativas y visión de mercado, proyecta comercializar maíz congelado el cual podría ser un producto potencial para acceder a mercados internacionales, otro de los productos que quiere llegar a exportar es el tarwi (*Lupinus mutabilis*), producto con el que han trabajado con apoyo de la GIZ.

La ventaja que existe en la zona es la cantidad de hectáreas que pueden ser aprovechadas bajo un enfoque de sostenibilidad, en total en Cusipata hay 40 ha, de ellas sólo 10 están siendo utilizadas

## FORTALEZAS

- ✓ Empresa sólidamente constituida.
- ✓ Potencialidad e iniciativas innovadoras para acceder a mercados internacionales.
- ✓ Brinda puestos de trabajo en planta procesadora instalada en una zona con índices de pobreza.
- ✓ Marca reconocida y solicitada a nivel local.
- ✓ Transformación y comercialización de granos andinos.
- ✓ Proyección de ayuda social
- ✓ Comercializa productos con valor agregado.

## DEBILIDADES

- ✓ Carecen de certificaciones.
- ✓ Deficiencia en la cadena de valor, requiere relacionarse directamente con proveedores de los granos andinos.
- ✓ No tiene experiencia en exportaciones.
- ✓ Requiere de mejor promoción y mercadeo de sus productos.

## APOYO REQUERIDO

1. Información de mercados y asesoría en comercialización.
2. Asistencia técnica en producción.
3. Asesoría en plan de uso de recursos
4. Capacitación en temas de comercialización y mercadeo, puntos de ventas, información de nichos de mercado e información de debilidades del mercado.

Financiamiento:

1. Investigación para el desarrollo del producto.
2. Maquinaria.
3. Capital de trabajo.

## INFORMACIÓN GENERAL KUSKI SRL

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Kuski SRL
<b>DIRECCIÓN</b>	Parque Industrial G -1 Wanchaq - Cusco.
<b>TELÉFONO</b>	084- 239610
<b>PÁGINA WEB</b>	www.kuski.pe
<b>GERENTE GENERAL</b>	Andrés Llosa
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	a.llosa@kuski.pe
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Andrés Llosa

Kuski es una empresa constituida el 8 de noviembre de 1990, conformada por 2 socios fundadores y que brinda trabajo permanente a 9 empleados. Está especializada en la transformación y comercialización de alimentos derivados de productos nativos y no nativos.

Han obtenido premios y son miembros de la Union for Ethical Biotrade (UEBT), es una empresa que promociona mucho el tema de la agricultura ecológica y el desarrollo de la competitividad basada en la biodiversidad andina.

La línea de productos consta de:

- Condimentos
- Piqueos (snaks)
- Frutas deshidratadas
- Maíces nativos seleccionados

La materia prima utilizada tiene como principal especie el maíz (*Zea mays*) en sus diversas variedades, como el maíz amarillo, blanco, sacsa, morado, chullpi, pesco runtu etc; pero también se elaboran productos en base a ají (*Capsicum sp*), Coca (*Eritroxilum coca*), papa (*Solanum tuberosum*), maní (*Arachis hypogea*), yacón (*Smallanthus sonchifolius*), aguaymanto (*Physalis peruviana*), sauco (*Sambucus peruviana*), capulí (*Prunus capulí*), castaña (*Bertholettia excelsa*)

Ha participado de diferentes programas de promoción de la biodiversidad organizados por el MINAM, GIZ, el programa de Perú Biodiverso y verificaciones de Control Union.

## **INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR**

Por la diversidad de productos que maneja la empresa cuenta con diversos proveedores de diferentes zonas del Cusco, principalmente del Valle Sagrado ubicado en las provincias de Calca y Urubamba. Trabaja con ellos a diferente nivel, en algunos casos de manera directa y en otros con ayuda de intermediarios y acopiadores a los que considera un eslabón necesario para el caso de algunos productos.

Cuenta con un centro de experimentación Ecológico y un jardín Botánico, el cual comparten con un grupo de empresas que trabajan en el mismo rubro agroindustrial y que conforman el grupo empresarial Cusco Alimentos Andinos. En este centro se realizan actividades de selección y desarrollo de semillas de plantas nativas las cuales son repartidas a los productores para generar un mejoramiento de la materia prima, también se desarrollan experimentaciones en cuanto a la tecnificación en el riego de manera tal que se logre menos uso de agua pero con igual o mejor rendimiento de cultivos.

Cuentan con certificación orgánica y trabajan bajo la adaptación del sistema HACCP de acuerdo al procesamiento y las instalaciones que tienen para obtener la línea de productos que manejan.

La gama de productos (64) son distribuidos a nivel local, nacional (Lima) en supermercados e internacional teniendo como principales mercados objetivos a Costa Rica y eventualmente a Francia, Estados Unidos, Alemania y España.

## **FORTALEZAS**

- ✓ Empresa sólidamente constituida.
- ✓ Experiencia en exportaciones.
- ✓ Miembro de la UEBT.
- ✓ Cuenta con certificaciones.
- ✓ Trabaja con varios productos nativos.
- ✓ Tiene diversificado sus productos.
- ✓ Iniciativa de promover la biodiversidad de manera sostenible.
- ✓ Comercializa productos con valor agregado.

## DEBILIDADES

- ✓ Deficiencia en la cadena de valor, requiere de mayor trato directo con los proveedores.
- ✓ Requiere de registros para algunos productos que presentan dificultades por su alto costo y la naturaleza del producto.
- ✓ Necesita de varios proveedores para abastecerse de la materia prima.
- ✓ Trabaja con terciarizadores y acopiadores, considerando que son una parte elemental en la cadena.

## APOYO REQUERIDO

1. Investigación y desarrollo
2. Mas que una asesoría requiere de un acción para lograr una representatividad comercializadora.
3. Poder de negociación con los supermercados, de manera tal que se pueda obtener mejores precios.

### Financiamiento:

1. Investigación para el desarrollo del producto.
2. Maquinaria.
3. Certificaciones, registros y licencias.

## INFORMACIÓN GENERAL SOL NACIENTE

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Persona Natural Clímaco Vargas Santander
<b>DIRECCIÓN</b>	Prolongación Bolognesi E-3
<b>TELÉFONO</b>	084 - 273695
<b>PÁGINA WEB</b>	<a href="http://www.chocolatessolnaciente.com">www.chocolatessolnaciente.com</a>
<b>GERENTE GENERAL</b>	Clímaco Vargas Santander
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<a href="mailto:clivasa@yahoo.es">clivasa@yahoo.es</a>
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Clímaco Vargas Santander

Empresa familias cusqueña que tiene como principal y único producto de comercialización el cacao (*Theobroma cacao*) en su variedad nativa o chuncho, proveniente del Valle de la Convención. Establecida legalmente desde 23 de noviembre de 1997.

El producto comercializado es la barra de chocolate para tasa en 4 diferentes presentaciones en cuanto al peso del mismo, teniendo las barras de 100, 250, 400 y 500 gramos.

La historia de comercialización trasciende a inicios de los 90's cuando el fundador de la empresa comienza a comercializar pasta de cacao en la Universidad Nacional del Cusco como parte de un programa de docentes del que él formaba parte. Con el fondo de CODEVA la universidad en su sede en La Convención obtiene un terreno en la zona de Sawayaco para producir cacao entre la variedad híbrida y la nativa. Con ese conocimiento y experiencia se constituye, 7 años después la empresa de Clímaco Vargas con la marca SOL NACIENTE. Hoy en día cuenta con 5 empleados permanentes y 4 contratistas.

Ha recibido apoyo por parte de Promperú, ADEX y Sierra exportadora para mejorar la presentación de su productos y también para promocionarlo.

### INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR

La materia prima proviene de diferentes sectores del Valle de La Convención en Cusco, teniendo como principales proveedores a cooperativas como COCLA (cuenta con certificación orgánica); APROCAC (Asociación de productores de Cacao), Mateo Pumacahua y la Familia Concha. Los mismos que han tenido capacitaciones en temas de comercialización del cacao.

El Ministerio de Agricultura, brindó capacitación en la zona de Quiteni en el tema de fermentación de las semillas de cacao como parte de un tratamiento mejorado para la industrialización del cacao.



Foto 4. Maquinarias para extraer pasta de cacao

De manera particular, Clímaco Vargas (Químico), realiza análisis de las semillas con criterio científico, de manera tal, que asegura la calidad de la materia prima.

Cuenta con una pequeña planta de procesamiento en la ciudad de Cusco donde se almacenan las semillas de cacao, las mismas que posteriormente se clasifican según al tamaño, con la finalidad clasificarlo para el proceso de horneado. Las maquinarias utilizadas han sido fabricadas según a la capacidad de la empresa.

Para el horneado utilizan el material reciclado de procesos anteriores, disminuyendo el uso de combustible y reemplazándolo por las cascarillas de las semillas. Después de este proceso las semillas pasan a otro nivel donde se realiza el molido y cocción para extraer la pasta de chocolate, la misma que posteriormente es colocada en moldes según al tipo de presentación (por pesos) para ser secado y finalmente empacado.



Foto 5. Barras de chocolate lista para empaquetado

El proceso de fabricación ha pasado por verificaciones de las entidades que le prestaron apoyo las mismas que exigieron que adopte el BPM y el sistema HACCP y es así que actualmente trabaja.

Los puntos de comercialización son principalmente a nivel local y nacional (Moquegua Arequipa y Tacna) en diferentes supermercados.

La exportación que ha realizado ha sido a muy pequeña escala considerando que ha tenido envíos en cantidades mínimas y por intermediarios que han distribuido el producto a Italia, Francia y España.

#### **FORTALEZAS**

- ✓ Empresa con años de experiencia en la fabricación de pasta de cacao.
- ✓ Marca con posicionamiento en el mercado local.
- ✓ Realiza análisis para el control de calidad de las semillas de cacao.
- ✓ Ha recibido apoyo de instituciones para mejorar presentación y promover su producto.
- ✓ Comercializa productos con valor agregado.

#### **DEBILIDADES**

- ✓ Empresa pequeña.
- ✓ Poca diversificación de productos.
- ✓ Carece de certificaciones
- ✓ Escasa experiencia en exportaciones.

#### **APOYO REQUERIDO**

1. Información de mercados e investigación y desarrollo.
2. Asesoría en comercialización.
3. Asistencia técnica en producción.

Financiamiento:

1. Maquinaria, edificios y construcciones.
2. Mercadeo.
3. Certificaciones.

## INFORMACIÓN GENERAL ACEITES Y DERIVADOS AMAZÓNICOS SAC

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Aceites y Derivados Amazónicos SAC
<b>DIRECCIÓN</b>	Jirón Loreto 126 Puerto Maldonado
<b>TELÉFONO</b>	992422623
<b>PÁGINA WEB</b>	www.adamacas.com
<b>GERENTE GENERAL</b>	Javier Gordillo
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	jgordillo@gmail.com
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Javier Gordillo

Empresa constituida en julio del 2008 inicialmente con 2 socios fundadores, los mismos que ejercían la labor de empleados permanentes en la misma. Nace con la idea de comercializar derivados de productos amazónicos, actualmente elabora salsa, encurtidos de 6 variedades de ajíes nativos (*Capsicum sp*) y en poca cantidad los licores de chuchuhuasi (*Maytenus laevis*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*).

A la fecha la empresa está operando de manera casi particular y a muy pequeña escala, la sociedad se reducida a una persona que es la que desempeña las labores de gerencia, administración y comercialización. Está manejando la marca "MADRE SELVA" la que se ha posicionado exitosamente en la ciudad de Puerto Maldonado.

Ha contado con el apoyo de ADEX y PROMPERU para el tema de la presentación y etiquetado del producto.

### INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR

La materia prima es cultivada en Puerto Maldonado en la zona de Otilia e Infierno de donde se provee de los ajíes en sus diferentes variedades (Ojito de pescado, pucunaucho amarillo, rojo, naranja, limo amazónico). Trabaja directamente con los



Foto 6. Agricultura sostenible aplicada al cultivo de ajíes.

proveedores garantizando la transacción comercial en base a la confianza que han manejado durante estos 3 años.

Los proveedores manejan los sistemas agrícolas con prácticas sostenibles entre ellas se puede citar la aplicación de cultivos mixtos, agroforestería, uso de abonos orgánicos, uno de ellos es la cáscara de castaña que es bastante abundante en la zona.

La cantidad de espacio utilizado para el cultivo de ajíes bajo este sistema sostenible, es aproximadamente de 50m<sup>2</sup>. En el sector de Otilia se están recuperando suelos que fueron anteriormente

devastados por la minería informal gracias a la dedicación y buenas prácticas agrícolas de los productores.



Foto 7: Muestra de suelo abonado con cáscara de castaña

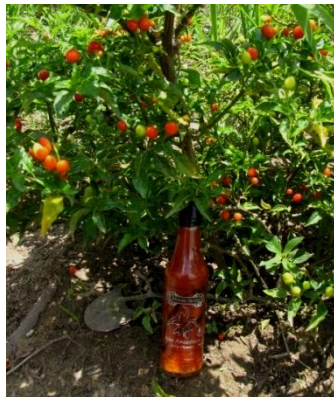


Foto 8. Frutos de ají "ojito de pescado"

Cuando los frutos están maduros son cosechados escogiendo sólo aquellos que han tomado la coloración rojiza, actividad que es bastante laboriosa pero necesaria para obtener la calidad del producto final.

Los frutos son llevados a la planta de producción, que por el momento es bastante pequeña pero suficiente para producir la cantidad demandada del producto. Ahí se procede a hacer la selección de frutos, lavado, licuado, embotellado y sellado para su posterior comercialización. El producto cuenta con los registros sanitarios de DIGESA.

Los puntos de venta se han establecido en los principales y reconocidos restaurantes de la ciudad de Puerto Maldonado donde son ofrecidos como parte del servicio (foto 10), así mismo se comercializan en un supermercado de la ciudad. Tienen también una pequeña comercialización a nivel nacional, enfocada básicamente en locales pequeños y que tienen clientes extranjeros, estos están ubicados en los departamentos de Cusco Arequipa y Lima, en este último se distribuye en restaurantes Gourmet como Delifrance, T'anta y Tinaco Gourmet.



Fotos 9. Producto final, salsa picante



Foto 10. Salsa Picante Madre Selva ofrecido en restaurante en Pto. Maldonado

El dueño de la empresa tiene iniciativa innovadora para desarrollar más productos con uso de otros recursos nativos de la zona. Así mismo tiene el interés de asociarse con los productores de manera tal que se puedan obtener mejores beneficios para ambas partes.

## FORTALEZAS

- ✓ Rápido posicionamiento en el mercado local.
- ✓ Uso de productos nativos.
- ✓ Trato directo con proveedores.
- ✓ Comercialización a nivel local y nacional.
- ✓ Producto aceptado en mercados selectivos (restaurantes gourmet)
- ✓ Proveedores manejan un sistema de agricultura sostenible.
- ✓ Potencial para ser comercializado en el extranjero.
- ✓ Comercializa producto con valor agregado.

## DEBILIDADES

- ✓ Insuficiente capacidad para producir a gran escala.
- ✓ Requiere de maquinaria e instalaciones más adecuadas para la producción.
- ✓ Carece de certificaciones.
- ✓ Reducido nicho de mercado.
- ✓ Necesita de mayor promoción del producto.

## APOYO REQUERIDO

1. Financiamiento
2. Asesoría en Plan de Negocios, Mercadeo.
3. Asistencia Técnica en producción.

Financiamiento:

1. Terreno.
2. Capital de Trabajo.
3. Maquinaria.

## INFORMACIÓN GENERAL INDUSTRIAS ALIMENTARIAS AMAZÓNICAS

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Industrias Alimentarias Amazónicas EIRL
<b>DIRECCIÓN</b>	Jr. Los cipreces H – 12 Urb. Los Castaños Puerto Maldonado.
<b>TELÉFONO</b>	082 – 574419 / 950722261
<b>GERENTE GENERAL</b>	Rocío Guadalupe Ortega Molero
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	Inala9000@yahoo.com
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Rocío Ortega

Industrias Alimentarias Amazónicas, es una empresa familiar que se constituyó legalmente el 4 de marzo del 2005 en la ciudad de Puerto Maldonado para la comercialización de productos procesados derivados de frutos nativos como la castaña (*Bertholettia excelsa*), aguaje (*Mauritia flexuosa*), cocona (*Solanum sessiliflorum*), arazá (*Psidium guajava*), pijuayo (*Bactris sp*), copoazú (*Theobroma máxima*), para producir, jugos, néctar, pulpas y yogurt de frutas; ajíes (*Capsicum sp*) en sus diferentes variedades los que son transformados en encurtidos y también la producción de agua de mesa en diversas presentaciones. Todos estos productos son comercializados con la marca INALA.

La empresa cuenta con 11 empleados permanentes de los cuales 3 están en planilla y 9 son contratados y brinda oportunidad laboral a 5 empleados indirectos.

Para iniciar, la empresa solicitó un préstamo de \$4,000. 00 a título personal al Banco de Crédito del Perú el cual fue destinado al mejoramiento de la infraestructura. Al cubrir la deuda ha vuelto a solicitar un préstamos de \$86,000.00 para comprar activos, actualmente debe letras de \$28,000.00 que debe cubrir durante 7 meses.

La empresa es reconocida como una de las más emblemáticas de la región maternitana, por tal mención es invitada a diversos eventos y ferias que se realizan en Madre de Dios, Cusco, y otras organizadas por DIRCETUR. También ha sido reconocida con el Premio a la Mujer empresaria.

## **INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR**

La empresa tiene un trato directo con los productores de la materia prima, los que se ubican en diferentes sectores como Alto Libertad donde trabaja con 1 familia, Triunfo con una familia también y en Infierno con 2 familias. La empresa funciona como una especie de acopiadora de la materia prima y se encarga de la transformación y comercialización de los productos con valor agregado. La excepción es la castaña, la cual es comprada mediante acopiadores externos y/o asociaciones que se encargan de distribuirla a la empresa.

En la planta se procesan las frutas extrayendo las pulpas para ser comercializadas o transformadas en yogurt, jugos y en el caso de los ajíes en encurtidos. En algunos casos ha tenido deficiencia para cubrir la demanda, esto básicamente porque la disponibilidad de las frutas está sujeta a la estacionalidad.

La comercialización se realiza colocando los productos en los diferentes establecimientos comerciales en la ciudad de Puerto Maldonado, donde la marca INALA es reconocida. A nivel nacional ha logrado ser proveedora de pulpa de frutas procesada en restaurantes en Cusco y en juguerías en la ciudad de Lima.

## **FORTALEZAS**

- ✓ Comercialización de productos con valor agregado.
- ✓ Transforma diversos productos de la biodiversidad amazónica.

- ✓ Trabaja directamente con productores.
- ✓ Posicionamiento en el mercado local.
- ✓ Diversidad de presentaciones y productos para comercializar.
- ✓ Iniciativa emprendedora

#### DEBILIDADES

- ✓ Carece de certificaciones.
- ✓ Requiere de asesoría en mercadeo.
- ✓ Necesita mayor promoción de sus productos a nivel nacional.
- ✓ No tiene experiencia en exportaciones.
- ✓ Producción condicionada por la estacionalidad.

#### APOYO REQUERIDO

1. Información de mercados
2. Asesoría en plan de negocios.
3. Organización y Gestión empresarial.

Financiamiento:

1. Maquinaria
2. Certificaciones, registros y licencias.
3. Investigación en el desarrollo del producto.

### INFORMACIÓN GENERAL AMAZON HEALTH PRODUCTS

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Amazon Health Products SAC
<b>DIRECCIÓN</b>	Parque Industrial San Pedrito I, int. 501 Surco - Lima
<b>TELÉFONO</b>	2499286
<b>PÁGINA WEB</b>	www.amazonhp.com
<b>GERENTE GENERAL</b>	Wallis Winder
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	wwinder@amazonhp.com
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Wallis Winder

Empresa especializada en la transformación y comercialización de sachá inchi (*Plukenetia volubilis*) desde marzo del 2008 que fue constituida ha llega a ser la primera empresa exportadora de este producto.

La historia de conformación comienza como un proyecto forestal cuyos socios fundadores, que son 2, emprenden en la selva central donde adquirieron 1500 ha de terreno, donde empezaron a trabajar con especies de importancia maderable como la sahina, bolaina, cedro rosado, topa etc. Tiempo después incursionaron con el sachá inchi viendo la importancia de la comercialización de esta especie y por otro lado en los departamentos de San Martín y Loreto, buscando recuperar los suelos deforestados con el cultivo de una especie nativa de manera tal, que los pobladores aprovechen un recurso sin expandir fronteras agrícolas, evitando así la presión al bosque primario.

Sus principales productos comerciales son el aceite de Sachá inchi y los snacks que tiene como agregado otros productos nativos como el cacao (*Theobroma cacao*) y el aguaymanto (*Physalis peruviana*). Recientemente están empezando a comercializar achiote como materia prima.

La empresa ha tenido bastante interés en generar alianzas estratégicas con los principales actores en cada región donde tienen proveedores, de esa manera ha venido promoviendo la conformación de mesas técnicas en cada una de ellas conformada por representantes del gobierno regional, productores, empresa, municipios (en algunos casos) y representantes de la cooperación alemana. Esto como una plataforma de discusión, toma de acuerdos y decisiones comerciales.

Ha contado con el apoyo de la GIZ, Perú Biodiverso con quienes últimamente ha conversado para desarrollar un proyecto al año 2012.

## **INFORMACIÓN DE LA CADENA DE VALOR**

La principal materia prima proviene de tres zonas, Valle de Chanchamayo, San Martín y Loreto trabajando con 30 asociaciones, las mismas que están conformadas en unidad por 20 hasta 40 socios. Estas asociaciones también involucran entre 6 a 8 comunidades nativas. En San Martín existen ecotipos nativos de la especie (sachá inchi). Cuentan con certificación orgánica otorgada por Control Union el año 2010.

La empresa promueve la participación y brinda la oportunidad de decisión de productores para definir acuerdos estratégicos formalizados con cada uno de sus proveedores con quienes establece dichos acuerdos, los cuales son documentados al detalle. El precio acordado por las transacciones comerciales está basado en el precio del mercado más un precio refugio, que han denominado así a la cantidad que cubre un costo de mantenimiento y el costo de producción; de esa manera garantizan una cantidad que amortigua las variaciones que pueda sufrir los precios de mercado.

Proporciona capacitación técnica mediante un acuerdo con el Gobierno Regional de San Martín y el Instituto de Investigación Amazónica, cuentan con un Ing. Agrónomo que les provee de información técnica en tratamiento de plagas entre otros.

En planta se requieren 15 toneladas de sachá inchi por semana, cantidad que no es cubierta por los proveedores directos, por lo tanto, también compran semillas de

acopiadores. Sin embargo, están completamente convencidos que es necesario promover más la asociatividad para tener trazabilidad en la cadena.

Una vez en planta las semillas son procesadas para extraer el aceite y otras, en menor cantidad, son destinadas a la transformación para snacks; para este trabajo la empresa contrata 32 trabajadores de los cuales 29 se encuentran en planilla. Se trabaja bajo el sistema HACCP y con BPM.

Sus principales nichos de mercado son Estados Unidos, Canadá e Inglaterra e indirectamente a Japón porque ha sido ingresado por medio de traders. A nivel nacional sus productos también son vendidos en los principales supermercados de Lima y otros departamentos como Chiclayo, Arequipa, Cusco.

#### **FORTALEZAS**

- ✓ Exitosa experiencia en exportación.
- ✓ Rápido posicionamiento en el mercado internacional.
- ✓ Promueve la asociatividad.
- ✓ Buena estrategia de negociación con proveedores.
- ✓ Conformación de mesas técnicas.
- ✓ Comercialización de producto con valor agregado.
- ✓ Cuenta con certificaciones.
- ✓ Buena perspectiva de comercialización en base a sistemas sociales, ambientales y económicos sostenibles.

#### **DEBILIDADES**

- ✓ Escasa diversificación de productos comerciales.
- ✓ Requiere de terciarizadores para cubrir demanda de materia prima.
- ✓ Necesita apoyo para realizar capacitaciones a los productores.
- ✓ Necesita de maquinarias, principalmente despulpadoras y descapsuladoras.

#### **APOYO REQUERIDO**

1. Asesoría en plan de uso del Recurso, asistencia técnica en producción.
2. Investigación y desarrollo.
3. Capacitaciones en cadenas de valor, promoción y comercialización. Manejo técnico de asociaciones.

Financiamiento:

1. Maquinaria
2. Investigación para el desarrollo del producto.
3. Certificaciones, Registros, Licencias.

Otros: Capacitación a los productores para llevar registros y sobre la conceptualización del tema orgánico.

## **Informe de Visitas de Campo**

Como parte del desarrollo del levantamiento de información y debido al factor tiempo, tres empresas visitadas con anterioridad en la ciudad de Lima, permitieron visitar sus sedes en el interior del país.

Esto permitió conversar de manera directa con algunos productores, observar in situ las prácticas agrícolas y la relación comercial con las empresas.

## INFORMACIÓN GENERAL EMPRESA AICACOLOR SAC

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Aicacolor SAC
<b>DIRECCIÓN</b>	Jrn. Latón N°5652 Urb. Infantas Av. Grau 301 (Esquina con Jr. Espinar) La Convención – Santa Ana – Cusco
<b>TELÉFONO</b>	5283082/ 5201510
<b>PÁGINA WEB</b>	www.aicasaperu.com
<b>GERENTE GENERAL</b>	Maritza Arriola
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	exportaciones@aicasaperu.com
<b>PERSONAS CONTACTADAS</b>	Miluzka Arriola y (Planta Quillabamba) Victor Calderón (Responsable del Programa Tratp Directo) Agricultor: Juan Huacaq

AICACOLOR SAC, es una empresa que pertenece al GRUPO AICA, una agroindustria comercial que pertenece a la familia Arriola e Hijos,

Aicacolor cuenta con 10 socios y fue constituida en el mes de mayo del año 2001 con el objetivo de comercializar colorante naturales para la industria alimentaria, proveniente de 3 especies de flora. Achiote, Páprika y Cúrcuma.

### INFORMACIÓN VISITA

La zona de producción de Achiote es el Valle de La Convención, donde se producen 30, 000 toneladas anuales y existen tres variedades, Supo, Punta de lanza y Chuncho. La segunda es la más solicitada por los productores porque tiene la característica de mantener cerrada la cápsula donde se almacenan las semillas, lo que permite mantenerlas secas y libre de contaminantes como hongos.

Para conocer la actividad de producción en la zona nos contactamos con la empresa para concertar una cita y la respectiva visita. Para ello visitamos una de las plantas en la ciudad de Quillabamba donde se pudo observar los almacenes del achiote (Fotos 11 y 12).

La principales zonas de producción son los sectores de Mañahuañunka (donde se efectuó la visita), Palma Real, Quellouno, Ivochote y Quiteni.

El Programa de Trato Directo que maneja la empresa con sus agricultores, desde el año 2006. Cuentan con 224 socios a quienes el programa les brinda asistencia técnica, capacitaciones, análisis de suelos y créditos a los agricultores que soliciten estos dos últimos servicios.

La mayoría de los socios son productores de café que han obtenido certificación orgánica mediante Rain Forest Alliance, pero estos mismos agricultores tienen otros productos en sus tierras de cultivo entre ellos el achiote. Actualmente hay 120 productores de achiote en la Convención con un área aproximada de 200ha.

En la zona de Manhuañunka, ubicada a 4Km de la ciudad de Quillabamba, el agricultor Juan Huacaq está cultivando, hace 7 años, achiote en un área de 1.5ha siendo esta el 30% del total de su terreno agrícola (5 ha), del cual obtiene entre 200 a 300 Kg por cosecha.(Foto 13)

CODEVA es una institución que lo capacitó en técnicas sostenibles para el aprovechamiento de los suelos en pendiente, ellos le enseñaron a establecer curvas de nivel que es un sistema de aprovechamiento sostenible de los suelos, eso lo aplicó en la instalación de su terreno destinado para el achiote. El agricultor aplica actividades de cultivo sostenible como la agroforestería, cultivos mixtos, aplicación de abonos orgánicos compost y uso de insecticidas caseros.

Una tradición es hacer la quema o roce de los suelos agrícolas antes de una siembra, posterior a ello prepara el terreno y cultiva maíz y yuca para aprovechar los nutrientes de ese suelo preparado, después de dos cosechas o campañas reemplaza el cultivo por otros, en este caso por el achiote.

Para el cultivo de achiote se tienen dos técnicas, una es el uso de almácigo y otra el cultivo directo en campo, denominado "Muka". Las plantas de achiote empiezan a dar fruto a partir del segundo año.

Una observación interesante fue que el agricultor tuvo que disminuir por exigencia de ENACO, las áreas de terreno destinadas al cultivo de coca, por lo tanto se vio forzado a reemplazarlos por otro cultivo que le genere rentabilidad, es ahí que vio la oportunidad en el achiote para compensar las pérdidas que le generaba deshacerse de un cultivo para él muy rentable. (Foto 14)

Juan Huacaq está trabajando con AICACOLOR hace 5 años y manifestó estar satisfecho con el trato que les brinda la empresa además del programa de trato directo con el que vienen siendo capacitados y apoyados.

El procesamiento por parte del agricultor no termina con la cosecha del achiote, puesto que debe ser llevado a la empresa como semilla y no en cápsula. Juan tiene una pequeña descapsuladora que emplea en su casa para juntar las semillas en sacos para su posterior traslado a la empresa en la ciudad de Quillabamba. (Fotos15 y 16)



Fotos 11 y 12. Almacenamiento de Achiote en la empresa AICACOLOR en la Ciudad de Quillabamba



Foto 13. Juan Huacaq, agricultor de Manhuañunka junto a sus plantaciones de achiote.



Foto 14. Cultivo de Achiote con aplicación de agroforestería y junto a cultivos de hoja de coca.



Foto 15. Máquina descapsuladora empleada por agricultor



Foto 16. Obtención de semillas de achiote para su traslado.

## INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA LA NUEZ SRL

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	LA NUEZ SRL
<b>DIRECCIÓN</b>	Jr. Tacna 441 Puerto Maldonado
<b>TELÉFONO</b>	082 - 574493
<b>GERENTE GENERAL</b>	Walter Bonilla
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	bonex@terra.com.pe
<b>PERSONA CONTACTADA</b>	Ing. José Mestanza Albitez y Sr. Carlos Hugo Cuba Castillo

La NUEZ SRL, es una empresa legalmente constituida desde Diciembre del 2000 con 2 socios fundadores. Comercializa castaña, producto forestal no maderable proveniente del departamento de Madre de Dios.

Ha contado con el apoyo de FINCIT que asociada a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la misma empresa desarrollaron una investigación sobre las aflatoxinas presentes en la castaña, lamentablemente por falta de fondos no se terminó la investigación.

### INFORMACIÓN DE LA VISITA

La empresa Tiene como principales zonas de recolección Pariacaca, Mavila, PariaManu, Alegría, Reserva Nacional Tambopata. Para lograr el abastecimiento de los recolectores de estas zonas trabajan directamente con ellos en las negociaciones de comercialización pero también utilizan los servicios de acopiadores. Esto debido a que existe una alta competencia por este recurso en la zona, hay muchas personas y empresas que lo demandan y los proveedores actúan con poca seriedad dejándose influenciar por aquellos que les ofrecen mayores remuneraciones por la castaña.

La empresa cuenta con dos instalaciones en la ciudad de Puerto Maldonado, una donde se realiza el acopio de la castaña y un pre secado y otra donde se le hace el procesamiento de la misma con el descascarado, secado y orneado. De manera permanente cuentan con 4 personas y durante la época de producción que es entre Enero a Noviembre llegan a dar trabajo en condición de contrata a 70 personas y entre 15 a 18 empleados permanentes durante ese período. Es en esta época que llega a la empresa 8000 Kg de castaña diariamente más o menos un promedio de 70 Kg por persona (proveedora), cantidad que cubre las demandas que tiene la empresa.

Durante el recorrido en la planta procesadora se observó que existen acondicionado espacios adecuados para el procesamiento de la castaña y la movilización de los trabajadores en ella. El combustible requerido para el proceso de horneado está siendo

reemplazado por las cáscaras de la castaña lo que repercute en un beneficio para la empresa y también para el ambiente de alguna manera porque se generan menos gases contaminantes y se está dando un uso alternativo a un residuo generado por la actividad.

Lamentablemente no pudimos visitar las zonas de recolección porque la visita estaba fuera de fecha y los proveedores no están visitando los castaños por el momento, sería recomendable hacer una visita en los meses de Marzo o Abril.

### INFORMACIÓN DE LA EMPRESA DINAMIKA BUSINESS SAC

<b>NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL</b>	Dinamika Business SAC
<b>DIRECCIÓN</b>	Calle 6 Mz. G Lt.29 Urbanización los Productores Ate Vitarte
<b>TELÉFONO</b>	3547085 / 2730875
<b>PÁGINA WEB</b>	<a href="http://www.sunkatea.com">www.sunkatea.com</a>
<b>GERENTE GENERAL</b>	Luis Gabriel Moron Bretel
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<a href="mailto:lgmoron@dinamikabusiness.com">lgmoron@dinamikabusiness.com</a>
<b>PERSONA CONTACTADA</b>	Jaime Pinedo Zafra Ing. Mauro Sarmiento Agricultores: Teodora Vivas, Zoila Nolasco, Guido Pascual y María Romero

DNAMIKA BUSINESS dedicada a la transformación y comercialización de infusiones orgánicas derivadas de mezclas de diferentes especies de plantas medicinales nativas y exóticas, provenientes de sistemas de cultivo y recolección sostenibles de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas.

### INFORMACIÓN DE LA VISITA

La Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas, ubicada en la provincia de Cañete en el departamento de Lima es la principal zona de aprovisionamiento de la materia prima utilizada por la empresa. Se está trabajando con 11 comunidades de esta zona con quienes tienen un trato directo, forjado a través de la relación con el Instituto Rural Valle Grande (IRVG).

En Nor Yauyos se ha conformado la Asociación de Productores Ecológicos de Yauyos (APEY) la cual cuenta actualmente con 50 socios que desarrollan las actividades de cultivo y recolección de especies nativas y andinizadas (adaptadas al clima de los andes

pero son exóticas) de plantas medicinales. En la zona existen un total de 72 especies identificadas como plantas medicinales y aromáticas, las que se encuentran distribuidas en un área aproximada de 100ha.

En casi toda la zona de Yauyos existe andenerías que fueron construidas en épocas pre incas las que se edificaron en un área de aproximadamente de 100, 000 ha y que hasta la fecha siguen siendo parcialmente aprovechadas por los pobladores de las diferentes comunidades. (Fotos 17, 18)

El establecimiento de la Reserva paisajística tiene un impacto positivo en el desarrollo de las actividades de los pobladores, como por el ejemplo el adoptar prácticas más sostenibles para no perjudicar la geografía ni la ecología de la zona. Una consecuencia de ello son las buenas prácticas adoptadas por los recolectores de las plantas medicinales y que además ha sido formalizada con la elaboración del Plan de Manejo para la recolección de las mismas que ha sido registrado ante la entidad competente que para el caso de áreas naturales protegidas es el SERNANP.

El Instituto Rural Valle Grande, ha sido un eje fundamental para el fortalecimiento y desarrollo de capacidades en la zona de Yauyos donde intervino desde el año 1999 gracias a financiamiento del gobierno Vasco de España. Con este instituto se llevaron a cabo diversos proyectos en las diferentes comunidades del sector como tecnificación de riego, programas productivos, mejoramiento de ganados, fitotoldos, aprovechamiento sostenible de recursos entre otros. El proyecto culmina a fines de este año, dejando en las poblaciones un resultado positivo y la satisfacción de haber contribuido con ellos de manera productiva.

De manera particular, el proyecto de aprovechamiento y comercialización de Plantas Medicinales y Aromáticas tuvo como consecuencia la revaloración de especies nativas y también de aquellas andinizadas para el beneficio de las poblaciones locales. Este proyecto tenía como objetivo la comercialización de estas plantas como materia prima y también como productos con valor agregado, lo cual no tuvo mucho éxito por varias razones:

1. Carencia de un mercado objetivo para la comercialización.
2. Falta de asesoramiento en mercadeo.
3. Impuntualidad de pagos a los productores – recolectores.

A esto se le dio solución con la relación que se estableció el año 2005 entre la empresa Dinamika Business y el instituto Rural Valle Grande siendo esta la plataforma comercial que necesitaban para lograr una trazabilidad para las plantas medicinales. Este año en el mes de agosto la empresa ha asumido la responsabilidad de tener el trato directo con los agricultores de las 11 comunidades y está en proceso de recuperar la iniciativa de muchos pobladores que dejaron atrás la actividad con las plantas medicinales y establecer buenas relaciones comerciales con todos ellos.

En el sector de Tintin existe un colegio con objetivos de enseñanza particular, se trata del Centro Educativo Alternancia cuyo objetivo es formar a los menores en edades entre los

12 y 16 años con enfoque emprendedor desarrollando proyectos agrícolas que pueden ser replicados en sus comunidades y que a futuro puedan tener la rentabilidad y sostenibilidad de manera que sean los propios gestores de una fuente directa de ingresos para sus familias. En cuanto a las plantas medicinales los alumnos tuvieron asesoramiento a cargo de profesores y especialistas del Instituto Rural Valle Grande en cuanto al manejo, recolección, cultivo y transformación de las mismas para producir productos con valor agregado como pomadas, tinturas etc.

Lo que se pudo rescatar de las entrevistas con los agricultores en las zonas de Laraos, Alis, Vitis, Huancachi y Tomas es que el Instituto Rural les brindó bastante apoyo para el desarrollo de diversas actividades productivas y en el mejoramiento de cultivos y sistemas de riego. Sin embargo, manifestaron su descontento con el proyecto de plantas medicinales, principalmente por el incumplimiento en las fechas de pago lo que hizo desanimar a muchos socios de la APEY y abandonaron al proyecto para dedicarse a otras actividades como la agricultura y ganadería que les brindaba más rentabilidad.

Los agricultores de la zona están retomando la actividad de recolección y cultivo de las plantas medicinales y aromáticas, la mayoría de ellos ha destinado un porcentaje de sus terrenos agrícolas para el sembrar algunas especies, generalmente manzanilla, yerba luisa, menta, orégano, yacón, racacha entre otras (Fotos 19, 20). Lo llevan a cabo a manera de ejercer una agricultura sostenible teniendo en sus campos productos de pan llevar como maíz, papa, habas etc junto con las plantas medicinales que también les proporcionan otros beneficios como repelente y fijadores de nutrientes para el suelo.

La sra. Teodora Vivas de la zona de Laraos, está cultivando yacón y manzanilla pero en sus terrenos también tienen otras especies que crecen de manera silvestre (Fotos 21, 22) las que son recolectadas para su venta. Cuenta también con un secadero donde extiende las plantas antes de ser comercializadas. (Foto 23)

La sra. Nicolasa, de la zona de Miraflores, está dedicada a la ganadería e invierte un tiempo para hacer la recolección de especies medicinales en sus ratos libres. Ella posee un área de 7 ha de las cuales destina 100m<sup>2</sup> para cultivar algunas especies medicinales como la menta, el toronjil y muña. Ella tiene una hija estudiando en el colegio Alternancia la que está aportando con nuevas técnicas de cultivo y recolección de las plantas medicinales.

El sr. Alberto Pascual, es el presidente Comunal de Laraos y está trabajando hace 4 años en la recuperación de los andenes existentes en la comunidad, gracias al sistema de riego que ha sido tecnificado por el IRVG, para el la actividad de cultivo y siembra de plantas medicinales es una actividad extra debido al mercado y la estacionalidad de las mismas; pero que puede convertirse en una actividad más constante si se contara con el aseguramiento de semillas, plantones, capacitaciones y continuidad en el mercado de estos productos. Actualmente de 125 ha en andenes en la comunidad solamente se están aprovechando 10 ha y de ellas una cantidad ínfima destinadas a las plantas medicinales. Él está conversando constantemente con los gerentes de Dinamika Business de manera que existan acuerdos transparentes y la alianza comercial existente permanezca.

La Sra. Zoila Nolasco es la presidenta la APEY, ella vive en la localidad de Tomas donde se están organizando un grupo de mujeres de la zona para cultivar algunas especies de plantas medicinales estableciendo un pequeño vivero utilizando un espacio comunal. Para ella también ha sido un gran problema el tema de la impuntualidad en los pagos por la venta de las plantas medicinales, lo cual ha sido la principal razón para tener muy pocos socios activos en la APEY pero otro de los problemas es que no hay un adecuado sistema de riego para todos los agricultores y destinar tiempo para la recolección no implicaba una buena remuneración lo cual confía cambiará con el apoyo de la empresa Dinamika Business.

En la zona de Huancachi el alcalde junto con otros pobladores que también son recolectores y cultivan las plantas medicinales informaron que tuvieron el mismo problema de decersión pero ahora están viendo una alternativa de mercado con la empresa Dinamika, en consecuencia los socios de esta zona están en proceso de reinscripción. Las áreas donde se pueden encontrar plantas medicinales está calculada en unas 50ha, las cuales son contabilizadas para el cultivo y recolección pero solamente una muy pequeña porción en usada para este fin. Cada socio utiliza entre 50 a 100 m<sup>2</sup> para el cultivo de las plantas medicinales como la menta (Fotos 24, 25)

En Alis los agricultores mostraron interés por retomar la actividad de recolección y cultivo. Sin embargo necesitan de apoyo en cuanto al aprovisionamiento de semillas, plantones, técnicas de cultivo de las especies. Otro tema es que son gente mayor con mucha iniciativa pero con menos fuerza física que demanda apoyo para el cultivo y cosecha.

En síntesis, en la zona de Yauyos existe un gran potencial para el desarrollo de una actividad productiva en relación a las plantas medicinales por las siguientes razones:

- ✓ Las zonas están identificadas por tipo de clima y desarrollo de ciertas especies.
- ✓ Cantidad de terreno a disponibilidad y con potencialidad para ser utilizados.
- ✓ Existe una asociación.
- ✓ Certificación orgánica en la zona para el cultivo de plantas medicinales las cuales tienen 50 ha distribuidas en las 11 comunidades.

Pero los agricultores demandan un apoyo para retomar la actividad o continuar pero con mayor dedicación y sobre todo empoderarse con la empresa Dinamika Business que de ahora en adelante será quien les proporcione la oportunidad de desarrollar esta actividad comercial con beneficios directos, constantes y sobre todo sostenibles.



Fotos 17 y 18. Andenerías de estructura pre Inca en las zona de Laraos



Fotos 19 y 20. Cultivos de yacón y manzanilla en sistemas agrícolas sostenibles.



Fotos 21 y 22. Plantas medicinales creciendo de manera silvestre dentro de los terrenos de cultivo. Derecha muña (*Myntostachis muña*), Izquierda Culandrillo (*Andiantum sp*)



Fotos 23 y 24. Secaderos instalados en las viviendas de agricultores



Fotos 25 y 26. Suelos preparados para el cultivo de menta



Fotos 27 y 28. Preparación de abonos orgánicos. Derecha compostaje e izquierda estiércol de animales de corral