

Proyecto Biocomercio Andino

(GEF- CAF-UNEP)

**Consultoría: Análisis de cadenas de valor de
iniciativas empresariales y proyectos piloto,
seleccionados en la primera convocatoria,
del proyecto Biocomercio Andino**

Renatto F. Cánepa Vega

Consultor

24/09/2013

Índice

I. Tema:	3
II. Objetivo:	3
III. Descripción.....	3
IV. Primer grupo de iniciativas y proyectos piloto beneficiarios para el análisis en cadena.....	4
V. Cuantificación de las cadenas de valor a nivel regional.....	5
VI. Conclusiones y recomendaciones.....	15
VII. Anexos.....	16

Consultoría

Proyecto Biocomercio Andino – (GEF-CAF/Promperú)

- I. **Tema:** *Análisis de cadenas de valor de iniciativas empresariales y proyectos piloto, seleccionados en la primera convocatoria, del proyecto Biocomercio Andino*
- II. **Objetivo:** *Realización de un análisis de cadenas de valor al primer grupo de empresas beneficiarias (30) del proyecto Biocomercio Andino.*

III. **Descripción:**

Como parte del componente 5 del proyecto Biocomercio Andino, “Promoción del Biocomercio en el sector financiero para la facilitación de líneas de crédito”, en el mes de agosto del presente año, se realizó una reunión entre la coordinación del proyecto y la entidad financiera potencial, FENACREP, con el objetivo de conocer alcances y requisitos para evaluar la posibilidad de facilitar créditos orientados a los actores del primer eslabón de la cadena de valor (proveeduría). Por ello, se mostró un alcance sobre el análisis de cadena de valor que se ha realizado al primer grupo de iniciativas y proyectos pilotos beneficiarios del proyecto el cual serviría como línea base y un diagnóstico preliminar en la evaluación de la viabilidad de generar algún crédito para estos beneficiarios. Cabe destacar que FENACREP señaló que la información requerida para evaluar la viabilidad del crédito serían las áreas de influencia y productos involucrados en las iniciativas y proyectos pilotos. Cabe destacar que la entidad financiera recalcó que su mayor incidencia a lo largo de su experiencia se ha dado a nivel de las regiones de Huánuco, San Martín y Ayacucho.

Dicho análisis de cadena de valor en este grupo de empresas beneficiarias consistió en reunir información de cada eslabón de la cadena de valor (producción, acopio, procesamiento y comercialización) de carácter cuantitativo y cualitativo, identificando los actores y servicios de apoyo a través de un mapeo. La información obtenida proviene de los reportes de evaluación en Principios y Criterios del Biocomercio, y los Planes de Bionegocios de cada iniciativa o proyecto piloto del primer grupo beneficiario del proyecto. Para reunir cierta información cuantitativa de carácter comercial (volumen de exportaciones), se utilizaron fuentes de inteligencia comercial como Infotrade o Biocomercioperu (Promperú).

Es así que la principal finalidad de obtener la información cuantitativa y cualitativa bajo la aplicación del esquema “Cadena de Valor”, es la de otorgar información clave a la entidad financiera quien podría facilitar créditos al primer eslabón de la cadena y, como segunda finalidad, es la de brindar un alcance sobre la metodología “Value Links” de GIZ la cual está orientada a la competitividad y sostenibilidad en una organización productiva.

3.1) Medios de comunicación o enlace: Para efectos de obtener información más detallada y confirmar la información obtenida, se enviaron correos electrónicos a cada beneficiario, manifestando la necesidad por contar con esta información. Además se realizaron llamadas para agilizar el proceso.

IV. Primer grupo de iniciativas y proyectos piloto beneficiarios para el análisis en cadena.

Iniciativas y proyectos piloto	Productos	Localización	Servicios solicitados
<i>Candela Perú</i>	Castaña	Madre de Dios	<i>Estudio de impacto social, desarrollo de marca e implementación de estrategia comercial.</i>
Morikue Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	Castaña		Investigación para el desarrollo del producto
Comercial Foods Corporation	Castaña		Fortalecimiento de la cadena de valor de castaña
Shiwi	Castaña		Producción, transformación y comercialización
Aceites y Derivados Amazónicos S.A.C.	Ajjes		Estudio de mercado y articulación de cadena de valor
Tambo Blanquillo S.A.C.	Ecoturismo		Misión comercial y participación en ferias
Inkanatura Selva S.A.C.	Ecoturismo		Misión comercial y participación en ferias
Industrias Alimenticias Amazónicas E.I.R.L.	Copoazú, cocona y carambola		Capacitación y certificaciones
<i>Wiracocha del Perú S.A.C.</i>	<i>Quinua</i>	Ayacucho	<i>Fortalecimiento de la cadena de valor de quinua</i>
MG Food Trading	Quinua		Certificación, misiones comerciales, participación en ferias
Peruvian Maca	Champiñones	Lima	Estudio de mercado, misiones comerciales
<i>Dinamika Business S.A.C.</i>	<i>Plantas medicinales</i>		<i>Producción, transformación y comercialización</i>
Cooperativa Agraria Ecológica Cacaotera Valle Rio Ene	Cacao nativo	Junín	Misiones comerciales, participación en ferias y certificaciones
Fundación Peruana para la conservación de la Naturaleza – Pro Naturaleza, Asociación de Pequeños Productores Agroecológicos Laguna Raya (APPALAR)	Cacao nativo		Capacitaciones especializadas en propiedades organolépticas y germoplasma
Empresa Agraria Cafetalera Chanchamayo Highland Coffee S.A.C.	Frutas tropicales		Misiones comerciales, asistencia a ferias
Villa Andina S.A.C.	Aguaymanto	Cajamarca	Acceso a mercados y capacitaciones
Cajamarca Travel S.R.L.	Ecoturismo		Misión comercial y participación en ferias
Asociación de Productores de Cultivos Orgánicos de la Provincia de la Unión Cotahuasi – APCO	Quinua	Arequipa	Certificaciones, capacitaciones
Asociación Especializada para el	Quinua		Fortalecimiento de la cadena de valor de quinua

Desarrollo Sostenible AEDES			
Avendaño Trading Company S.A.C.	Quinua	Puno	Capacitaciones
Quechua Foods S.A.C.	Quinua		Certificaciones, capacitaciones
Peru World Wide S.A.C.	Quinua		Capacitación y asistencia técnica
Industrias Mayo S.A.	Cacao	San Martín	Misiones comerciales, participación en ferias.
Amazon Health Products S.A.C.	Sacha Inchi		Capacitaciones y certificaciones
Fundación Peruana para la Conservación de la Naturaleza – Pronaturaleza Organización Social de Pescadores y Procesadores Artesanales – Unidad de Pesca Comunitaria (UPC) Yacu Tayta	Paiche	Loreto	Comercialización y calidad
Asociación Promotora de Artesanos Maki Perú	Algodón	Lambayeque	Capacitaciones, planes de calidad, comercialización
Ultimate Voyages E.I.R.L.	Ecoturismo		Misión comercial y participación en ferias
Inka Terra Asociación	Ecoturismo	Cusco	Misión comercial y participación en ferias
Asociación para la Naturaleza y el Desarrollo Sostenible – ANDES, Proyecto Parque de la Papa	Ecoturismo		Fortalecimiento de capacidades
Inka Terra Perú	Ecoturismo		Piura

Fuente: Proyecto Biocomercio Andino

Elaboración: Propia

V. Cuantificación de las cadenas de valor a nivel regional

5.1. Cadenas de valor en la región Madre de Dios

5.1.1. Castaña

Las empresas involucradas en esta cadena de valor y área de influencia son: Candela Perú, Morikua, Commercial Foods y Shiwi. En cuanto a la primera empresa, el área de influencia de la iniciativa abarca diversas localidades en Madre de Dios en donde trabaja directamente con productores de castaña pertenecientes a asociaciones (RONAP, AFIMAD, PALMASAD, etc) los cuales en total producen alrededor de 1200 TN de castaña. El acopio se realiza en los centros de acopio pertenecientes a los poblados de Alegría, Mavila y Alerta, Quebrada Pariamarca y Ashipal. El procesamiento primario (descapsulado) se realiza en la planta propia de la empresa en Madre de Dios y el procesamiento final, en la planta en Lima de la empresa para generar castañas bañadas en chocolate, saldas o en aceite. La empresa comercializa a nivel nacional alrededor de 3 TN de castañas procesadas y a nivel internacional aproximadamente 270 TN en los mercados de Norteamérica, Europa, Asia y Países Bajos alcanzando ventas aproximadas de US\$ 1, 800,000 en dicho mercado en el año 2012.

La segunda empresa, Commercial Foods, tiene como área de influencia la provincia de Tambopata donde trabaja con concesionarios de castaña e intermediarios, acopiando alrededor de 130 TN de castaña pelada. El acopio se realiza en un depósito provisional propio de la empresa en Madre de Dios el cual funciona también para el procesamiento

primario (descascarado y secado) para luego llegar a la planta en Lima para el procesamiento final (selección y empaçado). La empresa cuenta con un cliente local alcanzado ventas promedio de US\$ 20,000 y exporta a Estados Unidos a través de un bróker alrededor de 120 TN (2012) alcanzando ventas promedio de US\$ 750,000 (2012).

La tercera empresa, Morikue, tiene como área de influencia la provincia de Tambopata y Tahuamanu de donde se provee de aproximadamente 250 TN de cáscara de castaña en tres centros de acopio distribuidos en dicha localidad para luego ser procesados de forma primaria y final en la planta de Candela Perú en Puerto Maldonado y Lima respectivamente. A nivel nacional proyecta comercializar abono orgánico a los proveedores de la empresa aliada Candela. A nivel internacional, proyecta exportar el exfoliante (Scrub sugar / Scrub orange) producto de la cáscara a un cliente potencial en Alemania, el valor tentativo de 12 TN.

La última empresa, Shiwi, tiene como área de influencia a la Reserva Nacional de Tambopata donde acopia alrededor de 400 Kg de castaña de una consesionario (Rosa Chávez) y la comunidad Palma Real las cuales forman parte de la Asociación de Castañeros de la Reserva Tambopata (ASCART). El procesamiento primario (pelado y secado) se realiza en la planta de ASCART en Madre de Dios para luego ser procesado finalmente (transformación y envasado) en la planta de la empresa El Cacique de San Miguel S.A.C. en Lima. Actualmente sólo comercializa nivel nacional (tiendas orgánicas y/ gourmet, operadores turísticos, hoteles y ferias locales en Lima, Cusco, Arequipa y Madre de Dios) alrededor de 400 Kg de derivados de castaña como: castaña con diferentes sabores (finas hierbas, ajo, ají panca y sal de Maras), mantequilla de castaña en chocolate, panela, rocoto, sal y albahaca. Se han alcanzado alrededor de S/. 8000 en ventas en el año 2012.

El precio promedio en campo para las tres empresas se encuentra en el rango entre 180 y 220 nuevos soles la barrica de 70 Kg (1 kg de castaña pelada / S/. 2.55 promedio). La campaña de este producto se da en un periodo de 7 meses (marzo – setiembre). Cabe resaltar que algunos de estos grupos de productores cuentan con experiencias en implementación de estándares orgánicos y de comercio justo.

5.1.2. Ajíes

La empresa involucrada en esta cadena de valor es ADAMA S.A.C. Su área de influencia se localiza en Tambopata, Madre Dios. Los proveedores son propietarios de tierras y comunidades los cuales reciben asistencia técnica por parte de los beneficiarios del proyecto. El precio de campo promedio es de S/. 25.00 el kilo de ají despencilado.

Para el procesamiento primario (despencilado, preparación de vinagre, lavado y selección), la empresa cadena cuenta con un local artesanal en Puerto Maldonado donde

se produce la salsa de ají “Ojito de Pescado” en botellas de 90 ml las cuales son vendidas en mini markets, heladerías-cafeterías, restaurantes gourmet en Puerto Maldonado, Cusco y Lima, alcanzando un promedio de ventas de por S/ 30,000 en el año 2012 lo cual equivale alrededor de 5500 botellas vendidas. Cabe destacar que ya ha envido pequeños pedidos para Estados Unidos. Este producto se caracteriza por un contenido de antioxidantes, vitamina A, C y fibra lo cual genera un beneficio al sistema cardiovascular.

5.1.3. Copoazú, carambola y cocona

La empresa vinculada a esta cadena de valor es INALA S.A.C. Su área de influencia está en el distrito de Tambopata, Puerto Maldonado donde se proyecta acopiar, en el primer año del proyecto, alrededor de 29 TN entre copuazú, carambola y cocona de los poblados La Unión Progreso e Iberia de Tahuamanu. Sus principales clientes son pobladores locales y restaurantes los cuales usan estos insumos para el consumo diario. El procesamiento se realiza en la planta propia de la empresa en Puerto Maldonado para generar bolsas de 1Kg y 5 Kg de pulpas de estas frutas las cuales son vendidas únicamente en tiendas, aeropuerto, bazar, restaurantes, ferias a nivel nacional (Madre de Dios, Cusco y Lima) alcanzando ventas promedio de S/. 37,000 en el año 2011. Cabe destacar que con el apoyo del proyecto Biocomercio Andino, proyecta ventas promedio de S/. 400,000 al primer año de ser ejecutado el proyecto.

5.1.4. Ecoturismo

Las iniciativas involucradas en esta cadena de valor bajo esta área de influencia son Tambo Blanquillo e Inkanatura Selva.

Ambas se sitúan en Madre de Dios abarcando áreas del Parque Nacional del Manu y el Bosque nublado de Tambopata. Las familias y comunidades locales están involucradas con la iniciativa participando de forma laboral como proveedores, contratistas, prestadores de servicios conexos, trabajadores del lodge, etc. La forma de captar visitantes se da a través de agencias especializadas las cuales reciben a los visitantes y los derivan a los lodges obteniendo un porcentaje por cada visitante. Anualmente se reciben alrededor de 5000 turistas al año. Los servicios y atractivos de las iniciativas abarcan: avistamiento de especies biológicas, acuáticas y botánicas, observatorios, catamaranes, albergues (ecolodges), collpas, entre otros. Actualmente generan ventas aproximadas S/. 5, 150,000.00 al año entre ambas.

5.2. Cadena de valor en la región Ayacucho

5.2.1. Granos andino: Quinoa

Las empresas involucradas en esta cadena de valor y esta área de incidencia son: Wiracocha del Perú y MG Food Trading. El área de influencia de estas iniciativas se dan básicamente en Ayacucho pero cabe resaltar que la incidencia ingresa a otras localidades en Andahuaylas, Huancavelica y Lima. Los proveedores son comunidades y asociaciones distribuidas en diversos distritos de Ayacucho. La capacidad productiva del producto se aproxima a 1,200 Kg por hectárea y ciertos campos ya cuentan con implementación en criterios orgánico lo cual involucra el trabajo en esta implementación con los productores ayacuchanos.

El acopio se da en centros de acopio propias de las propias comunidades o la propia empresa, acopiándose por campaña alrededor de entre 400 TN y 500 TN. Cabe destacar que ambas empresas ya se encuentran comercializando a nivel internacional con un precio alrededor de entre US\$ 3.00 y US\$ 4.00 el kilo de quinua convencional. Las presentaciones de sus productos son bolsas desde 0.35 Kg hasta 11.34 Kg.

5.3. Cadena de valor en la región Lambayeque

5.3.1. Algodón

El área de influencia se localiza en Morrope, Lambayeque del cual se obtendría el producto de los propios artesanos (hiladoras y tejedoras) y agricultores que en su conjunto alcanzan la cifra alrededor de 500 personas. El precio aproximado del algodón en campo es de S/ 60.00 por Kg.

Las líneas de ventas que se pretenden generar en base al algodón nativo son: Línea de hoteles, restaurantes, mujeres y bebés. En todas ellas los costos pueden estar dentro del rango de S/ 14.00 cuando es una textil pequeño como servilleta, hasta un cubrecama de S/. 490.00. Los precios de venta en el mercado pueden ser variado, desde S/. 30 un gorro para bebé hasta aproximadamente S/. 1,300.00 una opción completa de cubrecama, mantas y cojines.

La iniciativa con apoyo del proyecto pretende incrementar sus ventas en 50% cada año en base a las líneas mencionadas, generando como total de ventas que superen los S/. 300,000.00 al primer año, 450,000.00 al segundo año y 700,000.00 al tercer año. Los clientes potenciales son hoteles 4 y 5 estrellas, y restaurantes 4 y 5 tenedores.

5.3.2. Ecoturismo

La empresa vinculada a esta cadena de valor es Ultimate Voyage. Cuenta como área de influencia el distrito de Chongoyape, provincia de Ferreñafe dentro de la Reserva Ecológica de Chaparrí donde se ha establecido su centro turístico por ser, actualmente, un Área de Conservación Privada, vinculando a la comunidad campesina Muchik la cual ha

formado la Asociación para la Conservación y el Turismo Sostenible Chaparrí – ACOTURCH, como guías locales y otros servicios conexos (72 puestos de trabajo).

Los servicios y atractivos de esta iniciativa abarcan: Avistamiento de flora y fauna (pava aliblanca, oso de anteojos, aceoloto, cóndor andino y selvático, zopilote rey, etc), centro de restacate del Oso Andino, el Herpitarium, turismo ecológico (senderismo) y el pernocte en el lodge. En el año 2011, se recibieron alrededor de 30 turistas destinados al avistamiento de flora y fauna; y una cifra aproximada de 450 turistas destinados a su avistamiento en la Reserva Ecológica. Cabe destacar que los turistas internacionales en su mayoría son de Estados Unidos y Reino Unido.

5.4. Cadenas de valor en la región Lima

5.4.1. Plantas medicinales

La empresa involucrada en esta cadena y área de influencia es Dinamika Business. Su área de influencia está en Alto Cañete en Lima abarcando 8 distritos de la reserva paisajística de Nor-Yauyos Cochazo. Trabajan directamente con la Asociación de productores Ecológicos de Yauyos (APEY). Cuentan con un centro de acopio y procesamiento primario ubicado en el área de influencia en el cual participan los productores realizando las actividades vinculadas. Se acopia alrededor de 10 TN para generar cajas de filtrantes de diversas plantas medicinales las cuales alcanzan una cifra de venta alrededor de 9 TN en el mercado local y 2 TN en el mercado internacional.

5.4.2. Champiñones nativos

La empresa involucrada en esta cadena es Peruvian Maca. El área influencia se ubica en la provincia de Huaral en Lima. Trabaja directamente con la comunidad de San Francisco de Ihuarí de la cual pretende acopiar alrededor de 5 TN anuales de champiñones nativos en el centro de acopio ubicado en la posta de salud de la misma comunidad. El costo de producción aproximado es de S/. 2.00 por kilo de champiñones frescos para luego pasar por el procesamiento ubicado en la misma posta de salud para luego generar precios de venta desde S/ 6.00 hasta S/ 25.00 dependiendo de la cantidad. Se proyecta vender alrededor de 5 TN al primer año.

5.5. Cadenas de valor en la región Junín

5.5.1. Cacao

Las iniciativas vinculadas en esta cadena de valor son la Cooperativa Agraria Ecológica Cacaotera Valle Río Ene - COOPAVRE y la Asociación de Pequeños Productores Agroecológicos Laguna Raya – APPALAR. Ambas tienen como área de influencia diversos distritos en Junín como, Río Tambo, Pangoa y Mazamari (Coopavre) y Palcazú, Oxapampa

(APPALAR). COOPAVRE acopia alrededor de 200 TN de cacao en granos en su almacén principal para dar inicio al procesamiento de selección y secado. Se comercializa únicamente al mercado nacional alrededor de 200 TN de granos con un precio aproximado de S/. 7.00 el kilo de granos, alcanzando ventas alrededor de S/. 1, 000,000.00 al 2012.

Por otro lado, APPALAR acopia alrededor de 10 TN de cacao en granos vendiendo al mercado nacional únicamente esta cantidad al último año. El precio de venta de su producto es de aproximadamente S/. 9.00 el kilo de granos y ha alcanzado ventas aproximadas de S/. 40,000 en el 2012. Ha contado con el apoyo de Pronaturaleza y la cooperación DED (actualmente GIZ) para el desarrollo de su cadena de valor desde la producción hasta la transformación.

5.5.2. Frutas exóticas tropicales

La empresa vinculada a esta cadena de valor es Chanchamayo Highland Coffee. Su área de influencia se ubica principalmente en distritos de Junín como Chanchamayo, Jauja y Satipo donde se acopia alrededor de 240 TN de frutas tropicales orgánicas con precios en campo desde S/. 1.50 a S/. 4.5 por kilo dependiendo de la fruta. Cuentan con planta propia generando productos derivados de estas frutas como mermeladas, deshidratados y confitados los cuales han sido vendidos 30 TN; y jugos y licores sumando alrededor de 30,000 Lt vendidos entre ambos. Sus ventas totales alcanzado la suma de US\$ 500,000.

5.6. Cadenas de valor en la región Cajamarca

5.6.1. Aguaymanto

La empresa vinculada a esta cadena de valor es Villa Andina S.A.C. Su área de influencia se ubica en las provincias San Marcos y Hualgayoc en Cajamarca de donde se acopian alrededor de 300 TN de aguaymanto fresco en diversos puntos de acopio desarrollados por diversas comunidades pertenecientes a las asociaciones AGROCUM y JUCUIT con las cuales Villa Andina trabaja directamente. Cuenta con una planta propia en Cajamarca de la cual genera alrededor de 58 TN de aguaymanto deshidratado de las cuales 29 comercializa al mercado local y otras 29 TN exporta a Estados Unidos y Alemania, generando ventas alrededor de US\$ 160,000.00. Cuenta con una fuerte experiencia en Biocomercio al haber recibido el apoyo de proyectos de cooperación internacional (GIZ-SECO e International Trade Centre) bajo esta temática.

5.6.2. Ecoturismo

La empresa vinculada a esta cadena de valor es Cajamarca Travel S.R.L. Su área de influencia se localiza en la ruta Nor-Amazónica la cual abarca parte de Cajamarca y Amazonas. Permite el involucramiento en sus actividades turísticas de la comunidad campesina del distrito de Leymebamba en Amazonas y la comunidad campesina de Limón en Cajamarca como porteadores y guías.

Las actividades y atractivos vinculados a esta iniciativa abarcan el turismo cultural, arqueológico, aventura, vivencial y “bird watching”. Además ofrece servicios como guiado, traslado y camping. Sus principales atractivos se cuentan con 27 rutas turísticas. La captación de turistas se da a través de agencias turísticas las cuales reciben un 10% de comisión por captación de cada turista, además de contar con una página web.

5.7. Cadenas de valor en la región Arequipa

5.7.1. Granos andinos: Kiwicha y quinua

Las iniciativas vinculadas en esta cadena de valor son la Asociación de Productores de Cultivos Orgánicos de la Provincia de la Unión Cotahuasi – APCO y la Asociación Especializada para el Desarrollo Sostenible AEDES. La primera tiene como área de influencia la provincia de La Unión – Cotahuasi, donde acopia alrededor de 110 TN de kiwicha y 40 TN de quinua. Es apoyada por la ONG AEDES en el procesamiento a través de su planta y en actividades de producción. Actualmente exporta alrededor de 110 TN de Kiwicha y 20 TN de quinua a un cliente en Alemania alcanzando ventas de S/. 500,000.00. Cabe destacar que también cuenta con algunos clientes en el mercado local.

La segunda iniciativa mencionada es la ONG AEDES la cual tiene como área de influencia los distritos de La Unión y Condesuyos en Arequipa de donde apoya en temas de producción y procesamiento a tres asociaciones (APCO, APROPLAME y CEPRACON) las cuales producen alrededor de 400 TN de Kiwicha y 150 TN de quinua para ser acopiadas y transformadas en el centro de acopio de AEDES y plantas de procesamiento de COPAIN-CABANA y BIOANDES. Cabe destacar que también apoya a una asociación en Puno la cual forma parte de la cadena de proveeduría. Se han realizado volúmenes de ventas entre quinua y kiwicha de 200 TN a nivel local y 140 TN a nivel internacional, alcanzando las cifras de ventas aproximadas de S/. 550,000 en cada mercado. A nivel local cuentan con diversos clientes que, en su mayoría, son empresas exportadoras de granos andinos y otros productos naturales; y a nivel internacional, es APCO la única que está exportando directamente a Alemania. Cabe destacar que también han sido apoyados por la cooperación internacional USAID (proyecto PRA).

5.8. Cadenas de valor en la región Puno

5.8.1. Granos andinos: Quinua y kiwicha

Las empresas vinculadas a esta cadena de valor son: Avendaño Trading Company, Quechua Foods y Peru World Wide. Avendaño tiene como área de influencia las provincias de Acora e Ilave en Puno de donde se provee alrededor de 1300 TN de diversas asociaciones distribuidas en estas localidades mencionadas. El acopio se realiza en la planta de la propia empresa en Yunguyo donde se realiza, además el procesamiento primario (escarificación y lavado) para luego ser enviada a la planta en Lima para su procesamiento final. Sus volúmenes de ventas son alrededor de 1000TN a nivel nacional y 180TN a nivel internacional. Sus clientes son también empresas de granos andinos a los cuales oferta o brinda el servicio de maquila; y a nivel internacional, se encuentra exportando únicamente a Estados Unidos, alcanzando en este mercado ventas aproximadas de US\$ 550,000.00 al año 2012.

Quechua Foods cuenta como área de influencia son las provincias de Puno, Azángaro, San Román y Huancané (Reserva Nacional del Lago Titicaca) donde trabaja directamente con productores individuales y una asociación (Asociación de Productores de Quinua Orgánica Agripinio) organizados por la empresa Agro Negocios del Sur San Juan de Dios E.I.R.L. de la cual se acopia alrededor de 30 TN de quinua (criterios orgánicos en implementación) en la planta de procesamiento de esta misma empresa. Se exporta directamente a diversos países de la región, Canadá, España y Emiratos Árabes alrededor de 30 TN distribuidas alcanzando la cifra de ventas aproximadas por US\$ 120,000 al 2011. En el mercado local, se comercializa la saponina en polvo producto de la escarificación a hoteles, restaurantes y catering alcanzando cifra de ventas aproximadas a US\$ 4,000 al 2011. Cabe destacar que han recibido apoyo del proyecto PRA de USAID en el impulso de toda su cadena de valor.

Peru World Wide cuenta con un área de influencia ubicada en la provincia Huancané en Puno y la provincia de Majes en Arequipa donde se acopian alrededor de 100 TN de quinua orgánica de comunidades distribuidas en estas localidades. El acopio se realiza en la planta propia de la empresa en Huancané donde se realiza el procesamiento primario para luego, en su otra planta en Arequipa, darse el procesamiento final. Se han exportado aproximadamente 85 TN en el 2012 a diversos países como E.E.U.U, Canadá, Inglaterra y Uruguay, alcanzando una cifra de ventas aproximada de US\$. 300,000.00. La presentación del producto es varía desde 12 Oz hasta 340 gr tanto en quinua orgánica blanca y roja. Cabe destacar que a nivel local se comercializa haría de quinua para la industria de panificación.

5.9. Cadenas de valor en la región San Martín

5.9.1. Cacao

La empresa vinculada en esta cadena de valor es Industrias Mayo. Esta tiene como área de influencia los distritos de Tarapoto, Chazuta, San José de Sisa y Shanao donde se acopia alrededor de 18 TN de cacao en granos (certificados en comercio justo y orgánico) de 5 comunidades distribuidas en estas localidades. Cabe destacar que también se provee de la asociación ACOPAGRO y la cooperativa CAC Oro Verde. El procesamiento se realiza en la planta propia de la empresa en Tarapoto donde se procesan los granos para generar el chocolate en cobertura y tabletas los cuales son vendidos tanto a nivel nacional como internacional. A nivel nacional se comercializa alrededor de 12 TN, entre tabletas y cobertura, a restaurantes, tiendas gourmet, cadenas de tiendas y supermercados, principales grifos e industria de bombonería fina. A nivel internacional se exporta alrededor de 5 TN, entre tabletas y cobertura, a Suiza, Estados Unidos, Canadá, Francia y Chile, alcanzado una cifra de ventas alrededor de **US\$ 18,000 al 2012**.

5.9.2. Sacha Inchi

La empresa vinculada a esta cadena de valor es Amazon Health Products. Esta tiene como área de influencia 4 distritos en San Martín y otras regiones del país donde trabajan directamente con diversas comunidades de las cuales acopian alrededor de 600 TN de semillas de sachá inchi orgánicas en las propias comunidades a cargo de los técnicos de la empresa. Cada agricultor tiene en promedio alrededor de 2 hectáreas y en promedio cada hectárea genera alrededor de 2 TN de semilla.

El procesamiento se realiza en la planta propia de la empresa en Lima donde se genera el snack, aceite y pasta de sachá inchi de las cuales se vende a nivel nacional alrededor de 45 TN (aceite y snack) a 6 clientes locales para su reexportación alcanzando cifras de ventas aproximadas de US\$ 350,000. A nivel internacional 70 TN (aceite y snack) aproximadas a nivel internacional en clientes distribuidos en Estados Unidos, Canadá, Inglaterra y Taiwán, alcanzando cifras de ventas aproximadas de US\$ 450,000.

5.10. Cadenas de valor en la región Loreto

5.10.1. Paiche

La iniciativa vinculada a esta cadena de valor es la Organización Social de Pescadores y Productores Artesanales – OSSPA de la Unidad de Pesca Comunitaria (UPC) – Yacutayta. Esta tiene como área de influencia el distrito de Puinahua, provincia de Requena la cual se ubica en la Reserva Nacional Pacaya Samiria donde los criadores de paiche de la comunidad Manco Ccapac están establecidos. Esta comunidad cuenta con La Cocha El Dorado donde se crían aproximadamente 500 paiches (2012) de los cuales sólo pudieron

extraerse 68 ejemplares por mandatos del Estado (Reglamento de Ordenamiento Pesquero 2011) a cargo de los propios socios. Estos ejemplares extraídos son trasladados en cajas a los estanques de Wenceslao Solsol quien les brinda además, el servicio de transporte; para luego entrar a la etapa de beneficiado (fileteado, refrigeración o secado-salado) a cargo de su cliente y aliado Aqua Expedition quien a su vez distribuye a restaurantes en Lima, mercados locales, asociación de paichecultores, etc. Las ventas en los tres últimos años han venido cayendo: En el año 2010 se generaron alrededor de S/. 41,000, recibiendo cada socio aproximadamente S/. 2,000; y para el año 2012 se generó aproximadamente S/. 4000, recibiendo cada socio el monto aproximado de S/. 250.

5.11. Cadenas de valor en la región Cuzco

5.11.1. Ecoturismo

Las iniciativas involucradas en esta cadena de valor son: Inka Terra Asociación y la Asociación para la Naturaleza y el y la Asociación para la Naturaleza y el Desarrollo Sostenible – ANDES (Proyecto Parque de la Papa). La primera tiene como área influencia el distrito de Machu Picchu, provincia de Urubamba en la cual involucra a las familias de la localidad como guías locales. Sus atractivos y servicios que brinda abarcan el avistamiento de aves, oso de anteojos, caminos en medio de la naturaleza, camino de orquídeas y la casa del té, además del propio lodge donde se tiene un restaurante y tienda, alcanzando una cifra de ingresos por US\$ 652,485. Los turistas internacionales en su mayoría son observadores de aves e investigadores.

La segunda iniciativa tiene como área de influencia el distrito de Pisac, provincia de Calca. Involucra 5 comunidades de la Asociación ANDES las participan en las actividades y atractivos que la iniciativa ofrece (Centro de cultivo de papa, centro artesanal, almacén y cámara fría de papas nativas, restaurante “Papamanka”, local de plantas medicinales donde se ofrecen los “Productos bio-culturales”, jardines botánicos, huertos ecológicos, rutas de trekkings, etc). Se han recibido alrededor de 800 turistas en el 2012, en su mayoría extranjeros los cuales fueron captados a través de agencias de viaje aliadas a la iniciativa.

5.12. Cadenas de valor en la región Piura

5.12.1. Ecoturismo

La iniciativa vinculada a esta cadena de valor es Inka Terra Perú. . La primera tiene como área de influencia la playa Cabo Blanco, en el distrito de El Alto, provincia de Talara, Piura; por su reconocimiento internacional en pesca deportiva del pez espada “El Merlín”. El

proyecto involucrará a los pobladores locales como personal del hotel, guías de pesca deportiva u orientadores turísticos. Los principales atractivos y servicios serán el muelle embarcadero, fondeadero para abastecimiento, zonas para almacenamiento, varado y mantenimiento de embarcaciones, zona de pesca deportiva de peces picudos y tónicos, y el lodge. Se proyecta que al primer año se podrán recibir alrededor de 800 entre pescadores deportivos y surfistas con un gasto promedio de US\$ 2500 (Paquete turístico de 4 días).

VI. Conclusiones y recomendaciones

- Se debería aprovechar las visitas de los monitores de cada iniciativa y proyecto piloto en las diversas regiones respectivas para concretar la información de cadena de valor restante, sobretodo en datos cuantitativos como: Ventas nacionales e internacionales en los últimos años, volumen de producción, volumen de acopio, volumen de transformación, capacidad de producción, precios actuales en campo y finales, etc. De hecho es requerido un acercamiento más a través de las visitas a las empresas.*
- Los planes de negocios, documentos que fueron utilizados para la obtención de información del análisis de cadena, no cuenta con toda la información cuantitativa requerida. Por ende, es importante que los nuevos planes de negocio estipule en sus datos información cuantitativa desde el eslabón de producción hasta el eslabón de comercialización coherente. En algunos casos, hubieron contradicciones en cuanto a datos cuantitativos de un capítulo a otro, es importante mantener la secuencia de datos en toda la cadena. Cabe resaltar que las Evaluaciones de Principios y Criterios del Biocomercio son un complemento para completar el análisis de cadena de valor; sin embargo, no puede concretarse en su totalidad y es requerido un acercamiento a la propia empresa.*
- Para efectos de conocer las empresas interesadas en acceder a algún crédito en su eslabón de producción de la cadena de valor, es requerido un mayor alcance sobre la modalidad y requisitos del facilitamiento financiero generado por la entidad financiera a ser encargada. Cabe resaltar que para efectos de completar el análisis de cadena de valor, se comunicó vía correo electrónico la importancia de este análisis el cual servirá como línea base para la entidad crediticia para una evaluación de la viabilidad de este posible financiamiento. Las empresas que respondieron con la información requerida para la concretización del análisis de cadena de valor (Ver Anexos) es una respuesta afirmativa en acceder a estos créditos.*

VII. Anexos

**Posibles empresas interesadas en acceder a un crédito orientado al eslabón de
producción de la cadena de valor**

<i>Iniciativas y proyectos piloto</i>	<i>Productos</i>	<i>Localización</i>	<i>Servicios solicitados</i>
<i>Candela Perú</i>	Castaña	Madre de Dios	<i>Estudio de impacto social, desarrollo de marca e implementación de estrategia comercial.</i>
Cooperativa Agraria Ecológica Cacaotera Valle Rio Ene	Cacao nativo	Junín	Misiones comerciales, participación en ferias y certificaciones
Empresa Agraria Cafetalera Chanchamayo Highland Coffee S.A.C.	Frutas tropicales	Junín	Misiones comerciales, asistencia a ferias
Villa Andina S.A.C.	Aguaymanto	Cajamarca	Acceso a mercados y capacitaciones
Asociación Especializada para el Desarrollo Sostenible AEDES	Quinua	Arequipa	Fortalecimiento de la cadena de valor de quinua
Avendaño Trading Company S.A.C.	Quinua	Puno	Capacitaciones
Amazon Health Products S.A.C.	Sacha Inchi	San Martín	Capacitaciones y certificaciones
Peruvian Maca	Champiñones	Lima	Estudio de mercado, misiones comerciales
Comercial Foods Corporation	Castaña	Madre de Dios	Fortalecimiento de la cadena de valor de castaña
Fundación Peruana para la Conservación de la Naturaleza – Pronaturaleza Organización Social de Pescadores y Procesadores Artesanales – Unidad de Pesca Comunitaria (UPC) Yacu Tayta	Paiche	Loreto	Comercialización y calidad
Fundación Peruana para la conservación de la Naturaleza – Pro Naturaleza, Asociación de Pequeños Productores Agroecológicos Laguna Raya (APPALAR)	Cacao	Junín	Capacitaciones especializadas en propiedades organolépticas y germoplasma
Aceites y Derivados Amazónicos S.A.C.	Ajíes	Madre de Dios	Estudio de mercado y articulación de cadena de valor
Tambo Blanquillo S.A.C.	Ecoturismo	Madre de Dios	Misión comercial y participación en ferias
Asociación para la Naturaleza y el Desarrollo Sostenible – ANDES, Proyecto Parque de la Papa	Ecoturismo	Cusco	Fortalecimiento de capacidades
Inkanatura Selva S.A.C.	Ecoturismo	Madre de Dios	Misión comercial y participación en ferias

Fuente: Biocomercio Andino

Elaboración: Propia