

# **Cooperación Alemana al Desarrollo - GTZ**

---

## **Estrategias públicas-privadas en el sector Cacao en Nicaragua y Acuerdos regionales de comercio libre**

**Presentación**

**Tercera Reunión de Expertos de Gobierno  
sobre Consumo y Producción Sustentables de América Latina y  
el Caribe**

**Managua, Nicaragua, 3. – 5. Agosto 2005**

**Robert Dilger, GTZ – Nicaragua**

**Edgar Köpsell, GTZ - Nicaragua**

# Situación Histórica

---

- **Históricamente, en tiempos precolombinos, los indígenas produjeron cacao alrededor de los dos grandes lagos y vendieron el cacao a los pueblos Mayas**
- **Hasta inicio del siglo 20, se produjo cacao cerca de Nandaime en la región del pacífico y bajo condiciones de trópico seco**
- **Producción era dispersa (Atlántico Sur y Norte lo largo del Río Coco, Las Minas y departamentos norte-occidentales)**



# Situación Actual

---

- **Nicaragua se ubica en el lugar no. 42 de los países productores y participa con un 0,02% en el comercio mundial de cacao**
- **Actualmente: alrededor de 3,000 háas cultivadas**
- **Estructura productiva: minifundios o sistemas de subsistencia, con un rendimiento productivo: entre 4.5 hasta 20 qq/mz. (Datos CACAONICA, Waslala**
- **Producción en 2004: 550 Tm. de cacao en grano (FAO), aprox. 250 Tm. se producen en la Reserva de la Biosfera de Bosawas, la mayor parte como cacao orgánico fino de excelente calidad**
- **Principales mercados: Centroamérica (El Salvador, Costa Rica y Guatemala), Europa (Alemania, Holanda) y Estados Unidos, con mejores precios en Europa, parcialmente en condiciones de fair trade**

# Potencial de producción

---

- **Nicaragua: unos 350.000 hás aptas para el cultivo del cacao**
- **Teóricamente, aprovechando este potencial actual y con rendimientos mejores que los actuales (promedios de 350 kg/Há.), Nicaragua podría producir unas 100,000 Tm. de cacao en grano**
- **Ventajas actuales y a mediano plazo para Nicaragua:**
  - **Creciente demanda en los mercados internacionales,**
  - **Crisis política en la Costa de Marfil persiste**
  - **Demanda firme en el mercado nacional**
  - **Cacao orgánico nicaragüense es producto de excelencia**
  - **Nicaragua dispone de varios fenotipos criollos de cacao**

# Oportunidades con el CAFTA

---

**La comercialización del cacao Nicaragüense tiene oportunidades reales con el CAFTA:**

- **Estados Unidos compran un 25% de la producción mundial, con importaciones crecientes,**
- **CAFTA no considera cacao como producto sensible para la exportación**
- **En el CAFTA, el cacao es de libre comercio, sin restricciones arancelarias y de acceso inmediato al mercado después firma del CAFTA**
- **Cacao: cultivo estratégico o substitutivo para productores de cultivos tradicionales (que son expuestos a supuestos cambios y pérdidas ante el CAFTA)**
- **Además tiene un efecto favorable en la conservación ambiental (cacao es considerado como cultivo agroforestal)**

# La estrategia: Plan Nacional de Cacao

---

- **Nicaragua: Desarrollo productivo agrario organizado en siete conglomerados**
- **Cacao: en proceso como nuevo octavo conglomerado con sus metas y matriz operativa 2005-2009**
- **Estrategias del sector institucionalizadas en mesas de coordinación entre Gobierno, Sociedad Civil, Sector Privado y Cooperación externa y relacionadas con el Plan Nacional de Desarrollo (PND-o)**
- **Interés por productores, gobierno y organismos donantes para la reactivación del cacao en Nicaragua conlleva a la formación del Grupo Cacao en 2004**
- **Formación de alianzas entre donantes, entre productores y comercializadores, con municipalidades y con ONG: buscar sinergia frente al desafío**
- **Problemas principales: baja productividad y rendimiento, falta de crédito, Monilia como plaga persistente por abandono de cultivos, alto precio en el mercado Nacional**

# El Plan Nacional de Cacao

---

## Visión:

- **En diez años Nicaragua se ha posicionado en el mercado mundial de Cacao debido a la calidad y cantidad de su producción de cacao.**

## Misión:

- **Dentro de cinco años, Nicaragua va lograr producir aproximadamente 2,000 toneladas de cacao anualmente, de las cuales se espera que alrededor de un 50 % sea de calidad de cacao orgánico.**

# Grupo Cacao

## Desafío

### Inmediato:

- Comercializar una producción de cacao de más de 1500 Tm por año

### Mediano Plazo:

- Producir más que 1000 Tm de Cacao orgánico por año

AMUPEBLAN, AUXILIO MUNDIAL, CACAONICA, DED, GTZ, IDR, INATEC, IICA, INTA, MAGFOR, PASMA-DANIDA, PAC, PASOLAC, PMH, Swisscontact, World Relief, US-AID, ...

Visión  
Misión  
Acción

Plan  
Nacional  
de  
Cacao

Plan Nacional de Desarrollo-operativo  
Conglomerado Cacao,  
Plan de Manejo RB-Bosawas

## Acción

### Inmediato:

- Combatir Monilia
- Aumentar productividad
- Mejorar comercialización

### Mediano plazo:

- Ampliar área de cultivo
- Instalar crédito
- Mejorar marketing

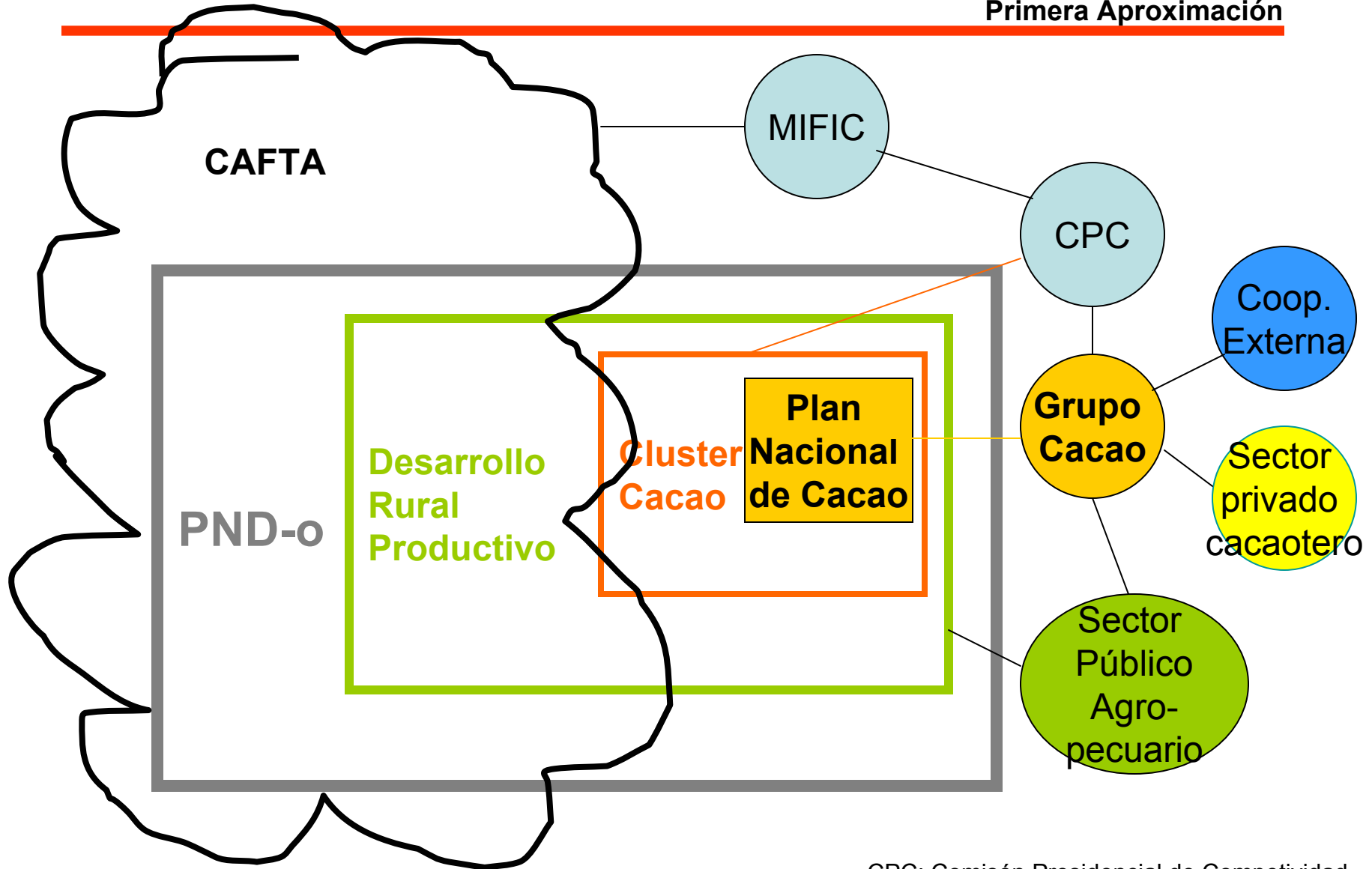
# **Plan Nacional de Cacao: Elementos estratégicos**

---

- **Alianzas entre organismos del sector cacao (productores, asistencia técnica, Gobierno etc.)**
- **Orientación hacia la competitividad y la integración en los mercados de productores y empresas rurales**
- **Menos asistencialismo en proyectos piloto, fomentar productividad y rentabilidad de los productores y empresas rurales del sector cacaotero, superar el individualismo de los minifundistas**
- **Enfoque de cadenas productivas y de valor: definir calidad de producción por exigencias del consumidor; certificación (calidad, origen)**
- **Cambio de actitud, concepto y mentalidad: del productor al empresario rural**
- **Sostenibilidad en el manejo de Recursos naturales como factor decisivo en la competitividad en los mercados**

# CAFTA y el Plan Nacional de Cacao

Primera Aproximación



# Private-Public Partnership PPP

---

- **Alianzas**            entre empresas del sector privado y la cooperación externa
- **Beneficios**        para productores, empresas rurales, asociaciones u instituciones públicas
- **Ejemplo:**        Empresa de chocolate alemana “Ritter-Sport” y la GTZ  
Beneficiarios: más de mil productores de cacao (Cooperativa CACAONICA y otros)
- **Resultados:**    Producción de cacao orgánico (250 Tm por año)  
Comercialización de Cacao (más de 350 Tm por año)  
Certificación de origen (“de la Reserva de Biosfera Bosawas”)  
Cooperativa Cacaonica (de unos 300 a más de mil socios)  
Cacaonica ya presta servicios de asesoría a otros productores de cacao en el país

# Conclusiones

---

- **En el sector de cacao de Nicaragua, se aprovecha solo el uno por ciento de la potencialidad productiva actualmente**
- **Mínimos volúmenes de exportación de cacao, sin impacto en la economía**
- **Interés del sector público, sector privado, ONG y de la Cooperación Externa en invertir en el aumento de la producción y productividad cacaotera**
- **Estructura del sector dificulta orientación empresarial, fomenta asistencialismo**
- **CAFTA presenta perspectivas favorables para la producción y comercialización del cacao nicaragüense**
- **Coordinación, colaboración y concertación público-privada podrán lograr un verdadero impacto en el desarrollo del sector cacaotero**
- **Alianzas entre productores y compradores de cacao para comercialización a largo plazo con condiciones de comercio justo (fair trade) recomendables**



**Muchas Gracias**

**Robert.Dilger@gtz.de – Edgar.Koepsell@gtz.de**