

# **Caracterización de la cadena productiva de cacao y diagnóstico de la cooperación entre actores en Nicaragua.**

## **1. Introducción al estudio**

CACAONICA ejecuta en conjunto con el CATIE y la Embajada de Noruega (ENN) la fase de inicio del componente de cacao. Se busca con este componente el fortalecimiento de nuestra organización, la mejora de su competitividad empresarial y la reducción de la pobreza de nuestros miembros. La ENN aprobó la realización de la “fase de preparación” (inception phase) del PCC, de seis meses de duración, iniciando en diciembre del 2006. Dicha fase de preparación busca elaborar la línea base y un documento de propuesta para el Proyecto Cacao Centroamérica (PCC) que contempla el trabajo en estrecha colaboración entre organizaciones de productores, gobiernos, donantes, organizaciones no gubernamentales y otros actores de las cadenas productivas de cacao en Belice, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

CACAONICA con el apoyo técnico del CATIE, realiza un diagnóstico que permita establecer una línea base del proyecto. Para ello requiere contratar un consultor(a) para implementar la metodología de diagnóstico de la cadena productiva y cooperación entre actores meta del PCC en nuestro país.

La investigación inicia con una sección que describe brevemente el contexto internacional para el sector dirigido a la oferta mundial del rubro e identificando los actores involucrados (países productores y consumidores mayoritarios) a nivel internacional.

La segunda sección de este documento cubre a nivel de país (Nicaragua) específicamente la cadena de producción. Esta comienza con un inventario de los principales actores involucrados en la cadena productiva del cacao. Seguidamente se describe la cadena productiva a nivel de país (Nicaragua) y posteriormente a nivel local (CACAONICA, Waslala).

Las herramientas utilizadas para este estudio son la recopilación, análisis, síntesis de información existente, entrevistas a actores de la cadena (ONG, instituciones gubernamentales, organismos de cooperación internacional, comercializadores, empresas proveedoras de servicios y otros).

## **Mercado mundial del cacao**

### **Producción y consumo de cacao**

El cacao es una de las materias primas agrícolas más importantes del comercio internacional y como tal, es una fuente indispensable de divisas para los países productores. La contribución del comercio de cacao en muchos países al intercambio con el exterior varía tremendamente con las fluctuaciones del precio, pero ha llegado a

ser incluso el 54% de las ganancias por exportación en Ghana, el 40% en Costa de Marfil y el 30% en Camerún (Sarno, N. 2000). Asimismo otro punto de vital importancia es que la gran mayoría de la producción de cacao es realizada por pequeñas comunidades productoras, lo cual hace que los medios de vida de millones de hogares campesinos en muchos países del mundo dependan directamente de los precios internacionales del mercado mundial del cacao. Solamente en África del Oeste, el cacao es la fuente directa de ingresos de más de 11 millones de agricultores (Swift, R. 1998).

La producción mundial de cacao ocupa en la actualidad más de siete millones de hectáreas (Foastat, 2005) y las principales zonas productoras se encuentran en áreas de bosque lluvioso tropical. Dado el enorme valor de este hábitat para la salud ecológica del planeta, los impactos ecológicos ocurridos en su área de producción, tienen sin duda una influencia que va mucho más allá de los límites geográficos del cultivo.

## **2.2 Consumo Mundial de Cacao**

El consumo mundial de cacao ronda los 3.7 millones de toneladas anualmente (FAO, 2005). Los ocho mayores países productores de cacao son Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria, Brasil, Camerún, Ecuador y Malasia, que juntas representan el 90% de la producción Mundial (ver cuadro 2). 14 millones de trabajadores están envueltos en su producción, 10 millones de los cuales se encuentran solamente en África. Alrededor del 90% de la producción proviene de pequeñas propiedades que no cuentan con más de 5 hectáreas (1), poco organizados y con infraestructuras precarias que a menudo tienen que recurrir a intermediarios para vender sus cosechas. Se enfrentan a un mercado muy concentrado con pocos compradores (también llamados traders), que venden el cacao en grano a una industria de transformación igualmente concentrada. De todo el cacao mundial, las dos terceras partes son procesadas en el mundo industrializado (Madeley, J. 2000)

El procesado de cacao está muy concentrado, con cuatro compañías (Cargill, ADM, Barry Callebaut – el mayor proveedor de chocolate para la industria procesadora – y Nestlé) controlando alrededor del 50% del mercado); y además tan solo seis corporaciones europeas y de USA acaparan en torno al 80% del mercado de la manufactura y venta para el consumo final. Estas son, en orden de volumen de ventas: Mars, Nestlé, Cadbury Schweppes, Hershey, Ferrero y Kraft (Altria) (2).

## **2.3 Producción mundial de Cacao**

Entre los puntos críticos de este sector está la falta de equilibrio de poder entre productores y los traders, con graves consecuencias sobre el precio de la materia prima. Estos han caído durante los últimos años a niveles que hacen del cultivo de cacao un trabajo apenas remunerado y aportan a las corporaciones unos beneficios cada vez más altos en este segmento. Más preocupante que este desmesurado poder económico a un lado de la cadena es el desequilibrio en la distribución de los ingresos totales a lo largo de la misma, donde los productores sólo cosechan el 5% de los

ingresos frente al 40% de la multinacionales de manufactura y distribución. Aunque el cacao es un cultivo producido en unos 60 países en todo el mundo, la producción está muy concentrada geográficamente: tan sólo 6 países producen alrededor del 87% de la producción mundial. Estos países son: Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria, Brasil y Camerún (UNCTAD, 2003).

**Cuadro 1. Producción, molienda y proyecciones para cacao (miles de toneladas)**

Variable	Estimados				Proyecciones							
	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11	
Años												
Producción mundial	2828	2868	3171	3539	3378	3472	3447	3623	3742	3804	3845	
Molienda	3063	2887	3079	3231	3343	3476	3549	3637	3734	3821	3908	
Inventario Mundial	1162	1115	1175	1449	1449	1409	1447	1514	1490	1435	1333	
Superavit/déficit	-235	-247	60	274	0	-40	38	67	-24	-55	-102	
Relacion												
Inventario/Moliend	38%	39%	38%	45%	43%	41%	41%	42%	40%	38%	34%	

Fuente: IICO. Anual Forecast of production and consumption. Septiembre del 2006.

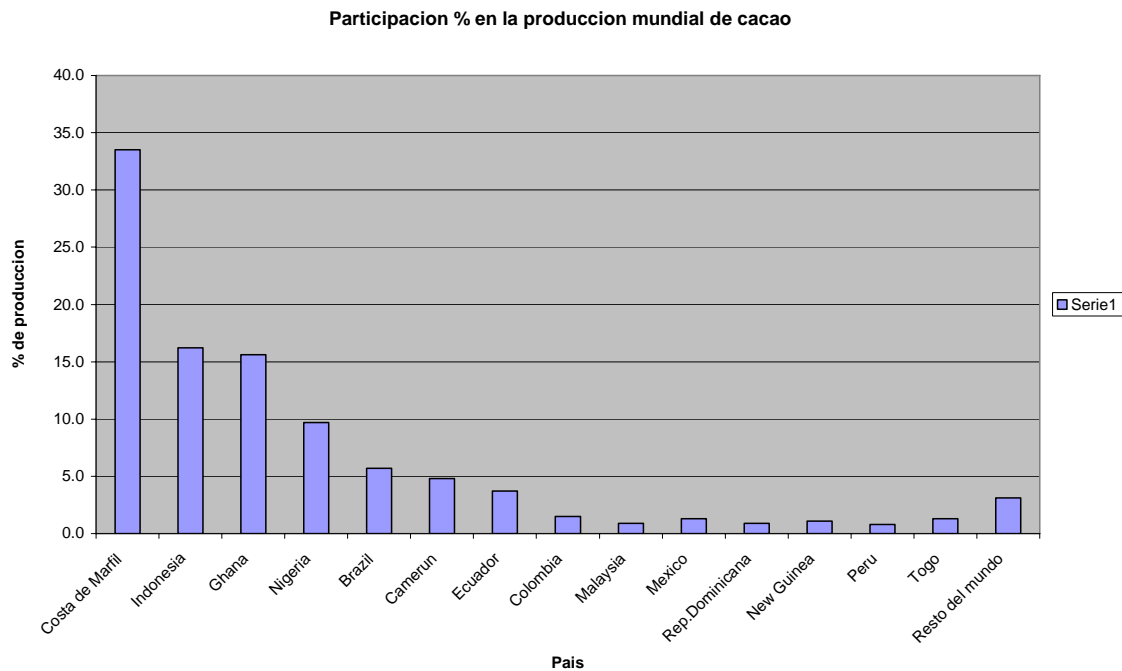
En el año 2003 la producción total mundial de cacao fue de 3.3 millones de toneladas. Si analizamos la producción de cacao por continentes, se observa que África aporta al mercado internacional más del 65% del cacao mundial, seguido en importancia por América Central y del Sur, que representan en torno al 13%.22.

**Cuadro 2. Producción mundial de cacao en grano (Toneladas)**

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% de 05
Costa de Marfil	1395980	1264700	1264708	1351546	1331494	1260000	33.5
Indonesia	421142	428263	571155	572640	601272	610000	16.2
Ghana	436600	389591	340562	497000	737000	586000	15.6
Nigeria	338000	340000	340000	361000	366000	366000	9.7
Brasil	196788	185662	174796	170004	196005	213774	5.7
Camerún	122600	122100	125000	154965	166754	178500	4.8
Ecuador	99875	76030	87986	87599	123623	137178	3.7
Colombia	44544	43694	48187	52273	50735	55298	1.5
Malasia	70200	57708	47661	36236	33423	33000	0.9
México	28046	46738	46194	48405	48405	48405	1.3
Rep.Dominicana	37104	44906	49670	46700	47300	32000	0.9
Nueva Guinea	46800	38800	42400	42500	42500	42500	1.1
Perú	25049	23652	24219	24168	28096	28500	0.8
Togo	6600	6500	6000	7900	21700	50000	1.3
Resto del mundo	105167	96259	96459	111008	110514	115658	3.1
<b>TOTAL</b>	<b>3374495</b>	<b>3164603</b>	<b>3264997</b>	<b>3563944</b>	<b>3904821</b>	<b>3756813</b>	100.0

Fuente: FAOSTAT

### Cuadro 3. Producción de cacao a nivel mundial



### 3. Oferta Nacional de Cacao

La oferta de Nicaragua esta en dependencia directa de sus áreas de siembra y producción por unidad de área. Según Menocal (2006), en un estudio realizado para el INTA, en Nicaragua existen alrededor de 9230 hectáreas de cacao distribuidas en 5 departamentos: Matagalpa 46.27%, RAAN 16.09%, RAAS 26.16%, Río San Juan 10.08% y Rivas/Granada 1.41% (FUNICA, 2007).

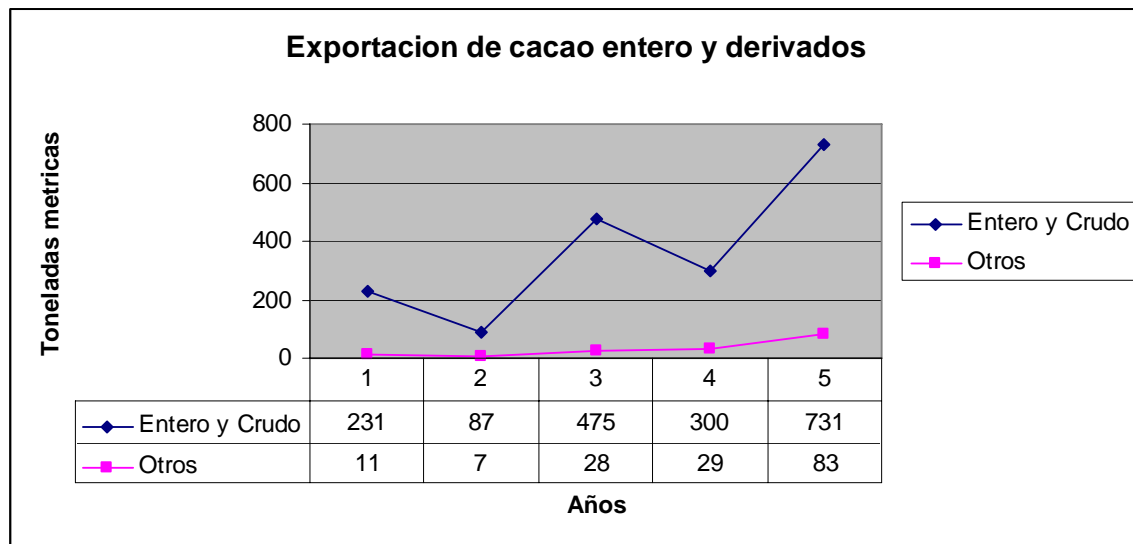
Por otro lado, Koepsel y Dilger (GTZ. 2005). reportan a Nicaragua ubicada en el lugar no. 42 de los países productores y participa con un 0,02% en el comercio mundial de cacao. Reportan alrededor de 3,000 hás cultivadas y con estructuras productivas de minifundios o sistemas de subsistencia, con un rendimiento productivo: entre 4.5 hasta 20 qq/mz. Es decir entre 6.43 hasta 28.6 qq/ha que equivalen a producciones que van de las 0.3 a 1.30 toneladas por hectárea (Datos CACAONICA, Waslala)

Los rendimientos por manzana a nivel nacional rondan los 0.20 toneladas, bajos en comparación a los rendimientos mundiales. En Nicaragua hay evidencia de plantaciones con rendimientos mayores, cercanos a las 1.3 toneladas por hectárea (Pérez, Guillermo. 2007. Entrevista personal) lo que denota deficiencias en las plantaciones con rendimientos menores a los expresados por el sr. Pérez. Estas pueden deberse a la afectación del cacaotal por agentes patógenos, mal manejo de la plantación, practicas agrícolas insuficientes, material genético no optimo y otros.

Basándonos en el estudio realizado por el INTA, el volumen de producción de cacao en Nicaragua es cercano a las 1800 toneladas anuales, lo que nos pondría con una participación cercana al 0.04% a nivel mundial.

De este total estimado de producción el volumen de cacao exportado ha sido creciente a través de los últimos 5 años. El MIFIC, por medio del Centro de Información y consulta comercial reporta las exportaciones de cacao y sus derivados a como lo muestra el siguiente cuadro (Cuadro 3).

**Cuadro 4. Volúmenes de exportación de cacao entero y crudo y sus derivados 2001-2005.**



Fuente: MIFIC. Centro de información y consulta comercial.

El destino de estas exportaciones según Koepsel y Dilger esta en Centroamérica (El Salvador, Costa Rica y Guatemala) a estos se le suma Honduras (CACAOINCA, 2007), los Estados Unidos de Norteamérica y Europa (Alemania y Holanda). Estos datos son respaldados por el MIFIC pero añadiendo Asia como destino de otro segmento de la producción.

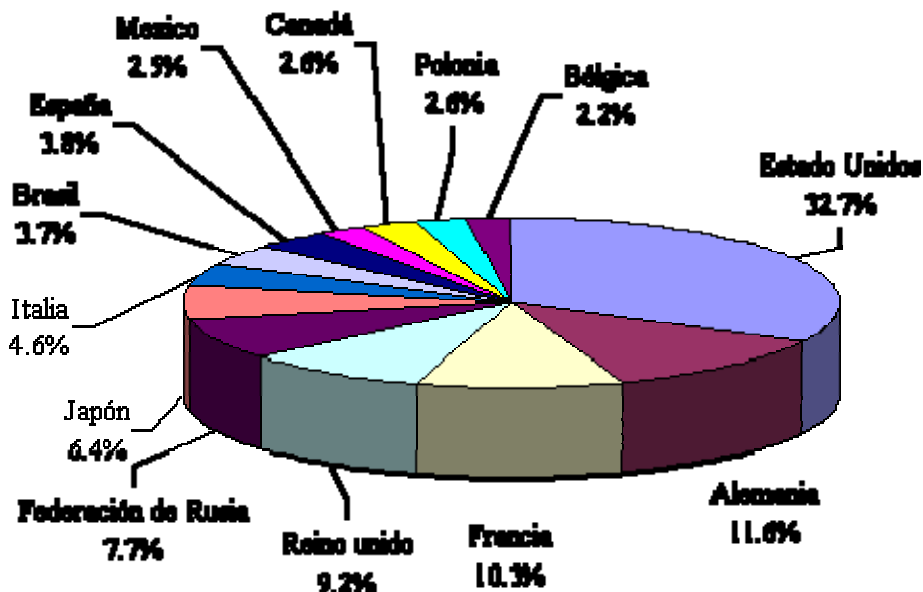
**Cuadro 5. Destino de las exportaciones de cacao de Nicaragua**

Destino	Toneladas de cacao anualmente					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Centroamérica</b>	235	83	378	291	767	365
<b>Europa</b>	0	0	119	25	38	13
<b>Asia</b>	0	0	0	0	09	67
<b>EUA</b>	8	11	7	13	10	13
<b>Total</b>	<b>243</b>	<b>94</b>	<b>503</b>	<b>329</b>	<b>814</b>	<b>457</b>

Fuente: FUNICA. MIFIC, Centro de información y consulta comercial.

A pesar de que el cacao se produce en los países en desarrollo, se consume principalmente en los países desarrollados. Los compradores en los países consumidores son los transformadores y los productores de chocolate. A como se menciono con anterioridad son unas pocas compañías multinacionales dominan tanto la transformación como la producción de chocolate. El siguiente gráfico representa los principales consumidores de cacao, basado en el consumo doméstico aparente de cacao, que se calcula sumando las moliendas a las importaciones netas de productos de cacao y de chocolate en equivalente en grano.

**Gráfico 1. Consumo porcentual de cacao en el mundo.**



Fuente: Fuente: Elaboración propia UNCTAD basado según estadística da la Organización Internacional del Cacao (ICCO)

Los países con mayores índices de producción no son necesariamente los mayores exportadores, para ello hay que considerar el tamaño de la industria local. Tal es el caso de Brasil que siendo mayor productor que República Dominicana exporta menos volumen que esta por el consumo interno del producto.

Se considera que las condiciones políticas, sociales y económicas de ciertos países y el incremento en la demanda de cacao como materia prima por los países industrializados hacen que la oferta de cacao a nivel mundial no satisfaga la demanda, creándose así una brecha importante para el cacao de nuestro país.

A esto se le debe añadir la calidad del cacao centroamericano el cual es considerado de mejor calidad que producido en África y el Caribe. Otra demanda creciente es la del cacao orgánico quien demuestra un crecimiento casi exponencial a través del tiempo. Esta creciente demanda sumado al sobreprecio que suele pagarse por este tipo de producto hacen que el cacao orgánico sea una alternativa atractiva para el pequeño productor.

Por ejemplo en Nicaragua se ha logrado colocar cacao orgánico fermentado y cumpliendo con ciertos estándares de calidad a precios superiores a los U\$ 3000.00 por tonelada muy por encima de los U\$ 1700.00 que cotiza el cacao convencional en precios internacionales (Ortega, Marvin. CACAONICA, 2007).

Las bondades del café orgánico además de los sobrepuestos alcanzados van de la mano con el medio ambiente lo que hace aun mas atractivo para organismos e instituciones su adopción como sistema de producción ya que las plantaciones de cacao en Nicaragua están en o cerca de zonas protegidas.

#### **4. Cadena productiva nacional de cacao.**

##### **4.1 Actores involucrados en la cadena productiva de cacao**

En Nicaragua existen diferentes organismos e instituciones impulsando la reactivación y la producción del sector cacaotero. Para este estudio hemos recopilado la información de los diferentes actores existentes en el país involucrados en la cadena productiva del cacao.

Para el listado de los diferentes actores involucrados tomaremos como base el estudio realizado por el servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV) realizado por la Ing. Jissel Chavarria y el informe elaborado por la Comisión Presidencial para la Competitividad (CPC) y otros entes no considerados por ellos.

A nivel nacional se han identificado las siguientes entidades:

- Asociación de cacaoteros de Nueva Guinea
- Cooperativa agropecuaria de crédito y servicios CACAOTERA “LA CAMPESINA” R.L.
- Cooperativa de servicio agroforestal y de comercialización de cacao CACAONICA R.L.
- Sano y salvo – Save and Sound, Primera asociación campesina de cultura y producción ecológica en la región autónoma del atlántico sur y central.
- Asociación para la Diversificación y Desarrollo Agrícola Comunal, ADDAC
- Asociación Pueblos en Acción Comunitaria
- Fondo de Desarrollo Agropecuario (FONDEAGRO)
- Fundación para el desarrollo empresarial de Matagalpa (FUDEMAT)
- Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Sostenible (FUNDENIC SOS)
- Instituto de Desarrollo Rural (IDR)
- Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA)
- Lutheran World Relief (LWR)
- Programa campesino a Campesino, miembro de UNAG
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
- Pro Mundo Humano
- Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV)

- Asociación de los campesinos de Waslala (ACAWAS)
- Consorcio Bonanza-Siuna (CONDEBOSIU)
- Unión Cristiana de Productores (UNCRISPROCA)
- Asociación Comité de Desarrollo Local de Muelle de los Bueyes (ACODEMUBUE)
- Cooperación Técnica Alemana
- Comisión Presidencial Competitividad
- El Castillo del cacao S.A.
- Fundación para la Autonomía y el Desarrollo de la Costa Atlántica (FADCANIC)
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)
- Ministerio de Agricultura y Ganadería
- OXFAM Gran Bretaña
- Asociación de Productores Exportadores de Nicaragua (APEN)
- Café Soluble S. A. (comercializadora)
- CISA Exportadora S.A. (comercializadora)
- Exportadora Atlantic S.A. (comercializadora)
- BIOLATINA (certificadora)
- NATURLAND (certificadora)
- RAINFOREST (certificadora)
- COMASA (comercializadora)
- GTZ (ONG)
- CLUSA (ONG)
- CATIE
- Embajada de Noruega
- Ritter Sport (importadora alemana)
- Sutter (importadora Austria)
- H H Cocoa (importadora Costa Rica)
- APROCACAOH (importadora Honduras)
- Grupo LAFISE (Bolsa de valores)
- INISER (Aseguradora)
- La Danesia S.A. (comercializadora)
- Ministerio de Fomento Industria y Comercio
- CETREX
- Banco Central de Nicaragua
- PAC-Auxilio Mundial
- Alcaldías municipales
- FINDESA (Financiera)
- BANCENTRO (Banca)
- Compradores locales
- Acopiadores extranjeros (Salvadoreños y Guatemaltecos)
- Artesanos nacionales
- Ecomercados – Intercooperation

(Ver 9, Descripción de Actores de Cacao)



Todas las entidades mencionadas con anterioridad están involucradas directa o indirectamente con el rubro cacao. Existen un alto número de organizaciones que trabajan a nivel local como apoyo a las diferentes asociaciones de productores de cacao. Partiendo de este mapeo de actores podemos ver que existe un interés real por el mejoramiento de las condiciones productivas de las fincas de cacao.

#### **4.2 Cadena productiva de cacao a nivel nacional**

La cadena de producción del cacao se suele dividir en 4 eslabones de acuerdo a cada etapa del proceso. De esta forma la cadena contiene un eslabón primario (productivo), un eslabón de comercialización, uno industrial y por último el consumo. El eslabón primario hace referencia a la siembra, mantenimiento y recolección de cacao. A este eslabón pertenecen todos los agricultores o dueños de las tierras y productores de insumos necesarios para la producción del cacao. El segundo eslabón abarca la comercialización del grano, tanto a nivel interno como externo. Esta etapa abarca al grano de cacao desde que es comprado por los agentes o comisionistas hasta que es puesto en la puerta de las fábricas procesadoras o en el país de destino de las exportaciones. Por último, el eslabón industrial comprende el procesamiento del grano para producir licor, pasta, manteca, polvo de cacao, chocolates y confites que contengan chocolate. A este eslabón pertenecen las industrias procesadoras de cacao y productoras de chocolates (Martínez Cobaleda, H. et al, 2005).

Partiendo de esto podemos plantear que en Nicaragua el eslabón está comprendido por los tres mil productores de cacao con las más de 3000 ha en las diferentes zonas del país con su producción total más los proveedores de insumos y servicios (insumos agrícolas, asistencia técnica, certificación de fincas, transporte, crédito, etc). En esta etapa de la cadena productiva podemos destacar la influencia de diferentes actores señalados en el mapeo anterior. Entre ellos las organizaciones campesinas y de productores: CACAONICA; La Campesina, Asociación de Cacaoteros de Nueva Guinea, Sano y Salvo y demás productores de cacao. También deben considerarse aquí los organismos y entes financieros (p.e. FINDESA, LWR, IICA, FondeAgro entre otros), asistencia técnica (INTA, MAGFOR, LWR, Pro Mundo Humano, etc.), certificadoras como Biolatina, Naturland y demás entes relacionados directamente a los productores y sus unidades productivas.

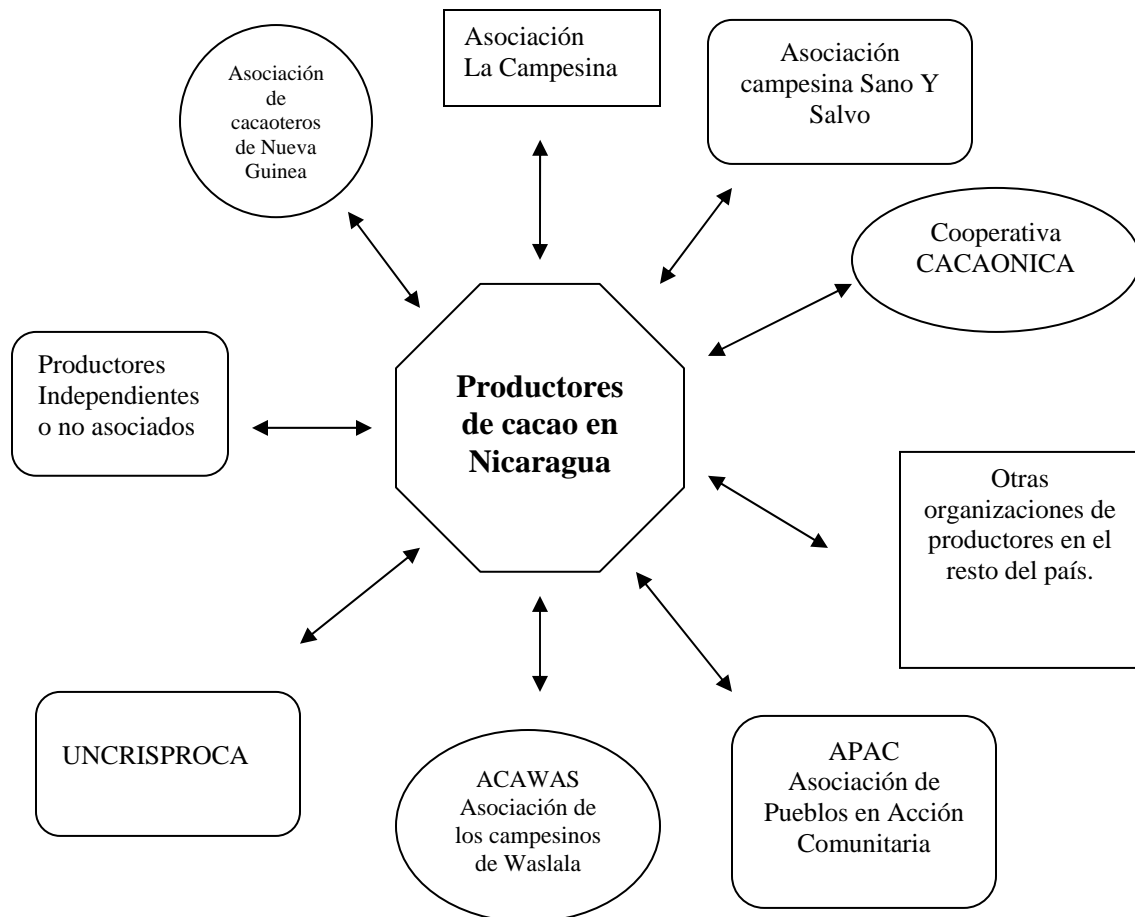
Para el segundo eslabón consideramos los siguientes actores: Asociaciones de productores (cooperativas comercializadoras, casas comerciales, exportadores, compradores internacionales, compradores locales, artesanos). El tercer eslabón de esta cadena se refiere a procesos industriales aquí nuevamente entran empresas que luego de comprar el producto de campo dan un valor de transformación al grano. Este valor va desde el secado, tostado, molido, empaque, esto dependiendo del interés del destino del producto. Este bien puede ser vendido como entero y crudo o bien procesado para obtener sus derivados (licor, torta, manteca y polvo). En Nicaragua la mayoría del cacao no es industrializado ya que las exportaciones se hacen en entero crudo en su mayoría. El resto del producto comercializado nivel local se vende entero seco para su proceso

artesanal. La industria nacional en su mayoría esta para fabricación de cereales para consumo humano (Café Soluble, artesanos locales...).

El cuarto eslabón refiere al consumidor final, en este caso podemos reflejar que dada la cultura de nuestros pueblos tenemos el cacao como parte importante en los ingredientes de bebidas y dulces tradicionales de alto consumo (pinolillo, tiste, cacao con leche, chocolates, etc.)

## 5. Esquema de la cadena productiva nacional de cacao.

**Diagrama #1: Integrantes del primer eslabón de la cadena nacional de cacao.**

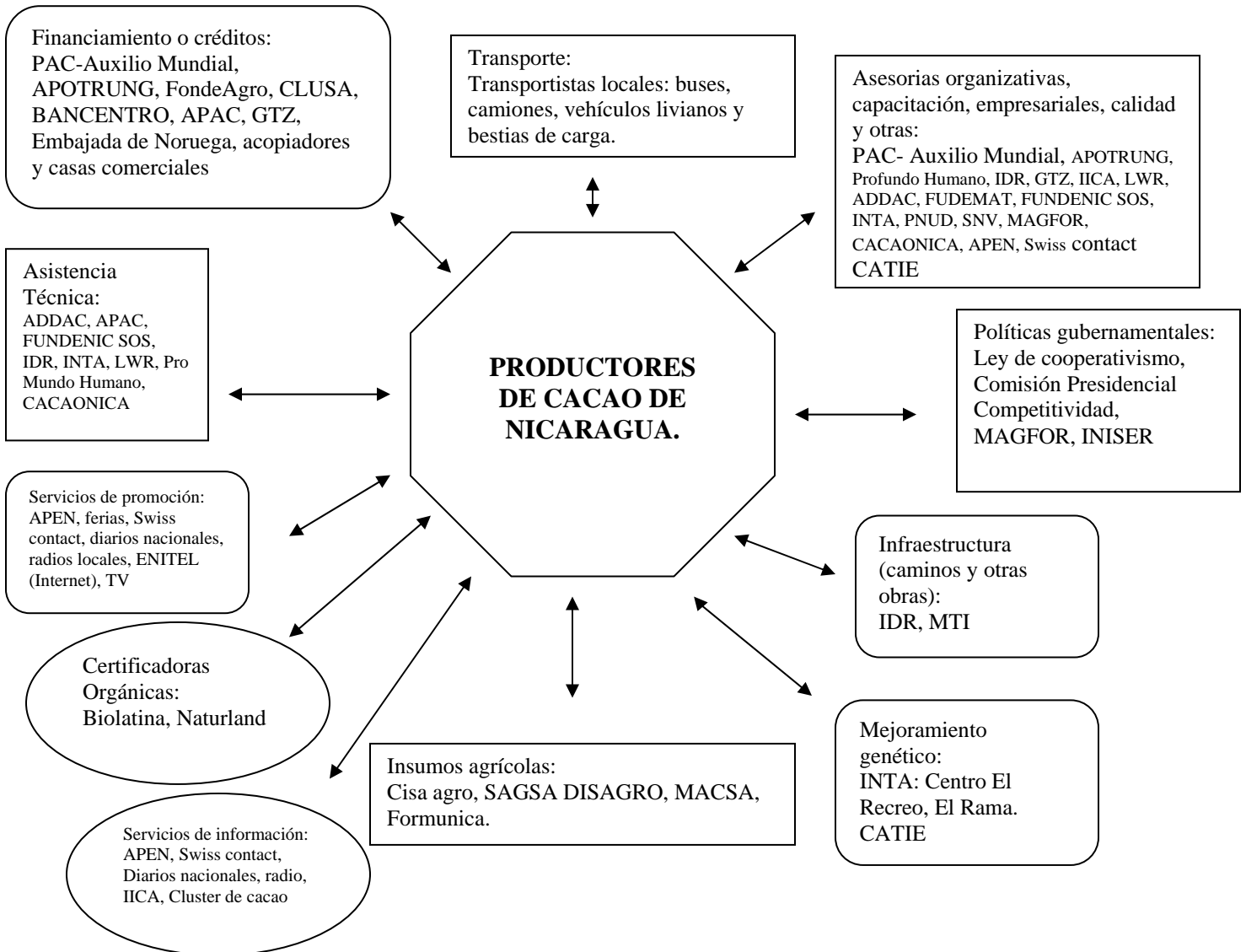


El diagrama anterior muestra los principales componentes del primer eslabón de la cadena: Los productores y unidades productivas. Es de aquí de donde proviene el producto que da origen a la cadena productiva del cacao. Existe mucha discrepancia entre el área real de producción y del número de productores existentes en Nicaragua. De igual manera no hay consenso entre rendimientos y producción total nacional. Estudios de diferentes entes gubernamentales, autónomos, periodísticos, no gubernamentales y de

gente estrechamente involucrada en el sector dan información muy variable entre si lo que no permite poder asegurar con un nivel de confianza optimo la cantidad de áreas productivas, el numero de productores existentes, los promedios de producción y la producción total a nivel nacional.

Dentro del primer eslabón de la cadena determinaremos los actores presentes directa o indirectamente en la actividad de los productores y su unidad productiva.

**Diagrama 2. Actores involucrados en el primer eslabón de la cadena.**



De este primer componente de la cadena se espera: altos rendimientos por unidad de área, óptima calidad de producto y constancia en la producción.

De los actores presentes relacionados al primer eslabón de la cadena se han identificado y agrupado según su aporte al sector. Entre ellos tenemos:

**Asistencia técnica:** esta es dirigida a productores con el fin de mejorar las técnicas de producción y calidad del producto. Esta llega a través de diferentes entes y de diferentes formas (capacitaciones grupales, asistencia directa, intercambios de experiencia). Actualmente en Nicaragua se hace mucho énfasis en el manejo de la Moniliasis que es la principal causa de bajos rendimientos en plantaciones y el manejo post cosecha del grano (fermentación).

**Financieras o fuentes de financiamiento:** Las diferentes practicas de producción, manejo y transformación del producto en las unidades productivas tienen un valor monetario ya sea en inversiones o en capital de trabajo. En la mayoría de los casos este recurso (dinero) es una limitante para el cumplimiento de las prácticas necesarias para lograr resultados óptimos de producción. Los pequeños productores tienen limitantes para las consecuciones de **créditos** para financiar sus labores, en este particular algunas organizaciones cuentan con el apoyo de organismos no gubernamentales y otras instituciones que solventan en alguna medida esta necesidad. De igual manera existen en las zonas algunas financieras con créditos mas formales pero que no son muy atractivos por los altos intereses que conllevan. Otra forma de financiamiento esta en mano de los acopiadores y de casa comerciales de venta de insumos quienes adelantan dinero sobre la producción, teniendo como condición la entrega de la misma al acopiador o de la casa comercial.

**Certificación:** La fermentación del grano es determinante en la calidad del producto y por ende del precio del mismo. Otro determinante de calidad es el sistema de producción: orgánico o convencional. Para el segmento de producción orgánica se hace necesaria la certificación de esta producción, esto se hace a través de entidades (casas certificadoras) con licencias reconocidas a nivel internacional que avalan el origen del producto en mención. En el país existen diferentes **certificadoras** pero relacionadas al cacao se destaca Biolatina, Naturland y Rainforest.

**Asesorias:** en la relación de actores con el primer eslabón se destaca el apoyo brindado mediante asesorias. Estas tienen como objetivo fortalecer las bases de las organizaciones y de los pequeños productores a nivel organizativo, productivo, administrativo, legal, comercial y social. Las asesorias representan uno de los segmentos de apoyo mas fuerte por parte de los actores externos del primer eslabón y es donde el mayor numero de ellos destaca su participación.

**Información:** existen entes que facilitan el acceso a la información. La relación con el actor externo depende del interés de la organización productiva o del productor. La información puede ser en todos los niveles: comercial, productivo, calidad, tecnológico, legal, empresarial entre otros. Además están los canales de información tradicionales radio, televisión y periódicos de quienes se valen las organizaciones para informar a sus asociados y publico en general de las diferentes actividades a realizarse. La creación de un cluster de cacao es una herramienta informativa por ser un medio donde convergen los diferentes actores ligados a la actividad cacaotera.

**Promoción:** igual que para la información existen en el país entes relacionados a la información, estos van desde organizaciones que ayudan a promocionar nuevas tecnologías, ferias donde puede promocionar el producto hasta los diarios de circulación nacional que promocionan las acciones llevadas a cabo por las organizaciones productoras.

**Casas comerciales:** tienen relación con el primer eslabón de manera directa porque son estas quienes ponen a disposición los diferentes insumos utilizados en la producción y transformación del producto además de que se pueden considerar como fuente informal de financiamiento.

**Transporte:** es un servicio de gran importancia en el sistema de funcionamiento de las organizaciones, tanto para el acarreo de insumos, traslados para gestiones y acarreo de cosecha. Este servicio a nivel local está dado por transportistas locales propietarios de buses, camiones y animales de carga. Son relaciones informales y ocasionales los cuales no están formalizados con aspectos locales sino que con acuerdos verbales según la necesidad del productor.

**Infraestructura:** las vías de comunicación son determinantes en la viabilidad de cualquier proyecto económico. En Nicaragua la infraestructura de las vías de comunicación y acceso terrestre a las zonas de producción está en manos de dos entes gubernamentales (MTI y el IDR) y con un pequeño aporte de las alcaldías en el mantenimiento de caminos. La gestión de las organizaciones ante estos entes permite las mejoras a las vías de acceso y así facilitar la extracción de las cosechas y su traslado a sus diferentes destinos.

**Material genético:** considerando que las unidades productivas de cacao se basan en la calidad de las plantaciones es de primera necesidad la selección de buen material genético en los árboles productores, que destaquen características ideales para la obtención de buenos resultados de producción. A través del tiempo el poco control en el manejo de las plantaciones ha permitido el cruce de diferentes especies lo que ha resultado en una mezcla de genes que ha alterado las características genéticas de los árboles y esto sumado a la aparición de organismos patógenos en la región han despertado la necesidad de introducir nuevos materiales en la zona. De estos materiales se busca que sean árboles que expresen frutos con características idóneas de calidad y productividad del fruto así como también resistencia a los patógenos. Actualmente los productores de Nicaragua dependen de la selección de árboles semilleros dentro de sus plantaciones, del centro remejoramiento genético manejado por el INTA y del material ofertado por el CATIE como alternativas al mejoramiento genético de las plantaciones.

**Políticas gubernamentales:** determinan el marco regulador en cuanto a prácticas productivas y es dictada por el MAGFOR a través de la Dirección General de Protección Agropecuaria (DGPSA), en el marco del Programa de Desarrollo Rural Productivo (PRORURAL) quienes están envueltos en cambios orientados a la protección del patrimonio agropecuario, a fortalecer la producción, vigilar la calidad sanitaria e inocuidad de las exportaciones e importaciones para garantizar la sanidad animal y

vegetal, entre otras. La DGPSA como rectora del componente trabaja en forma creciente con organizaciones del sector privado para desarrollar una oferta privada de servicios de sanidad y coordinara con otros entes reguladores el uso de estándares internacionales ambientales a nivel de fincas para facilitar la introducción de los productos a los mercados internacionales.

Sumado a estos controles están las leyes que favorecen al sector asociativo de las organizaciones y sus concesiones como lo es la ley de cooperativismo que entre sus beneficios están las exenciones de impuestos para la compra de equipos y otras concesiones.

### **5.1 Segundo eslabón de la cadena productiva nacional**

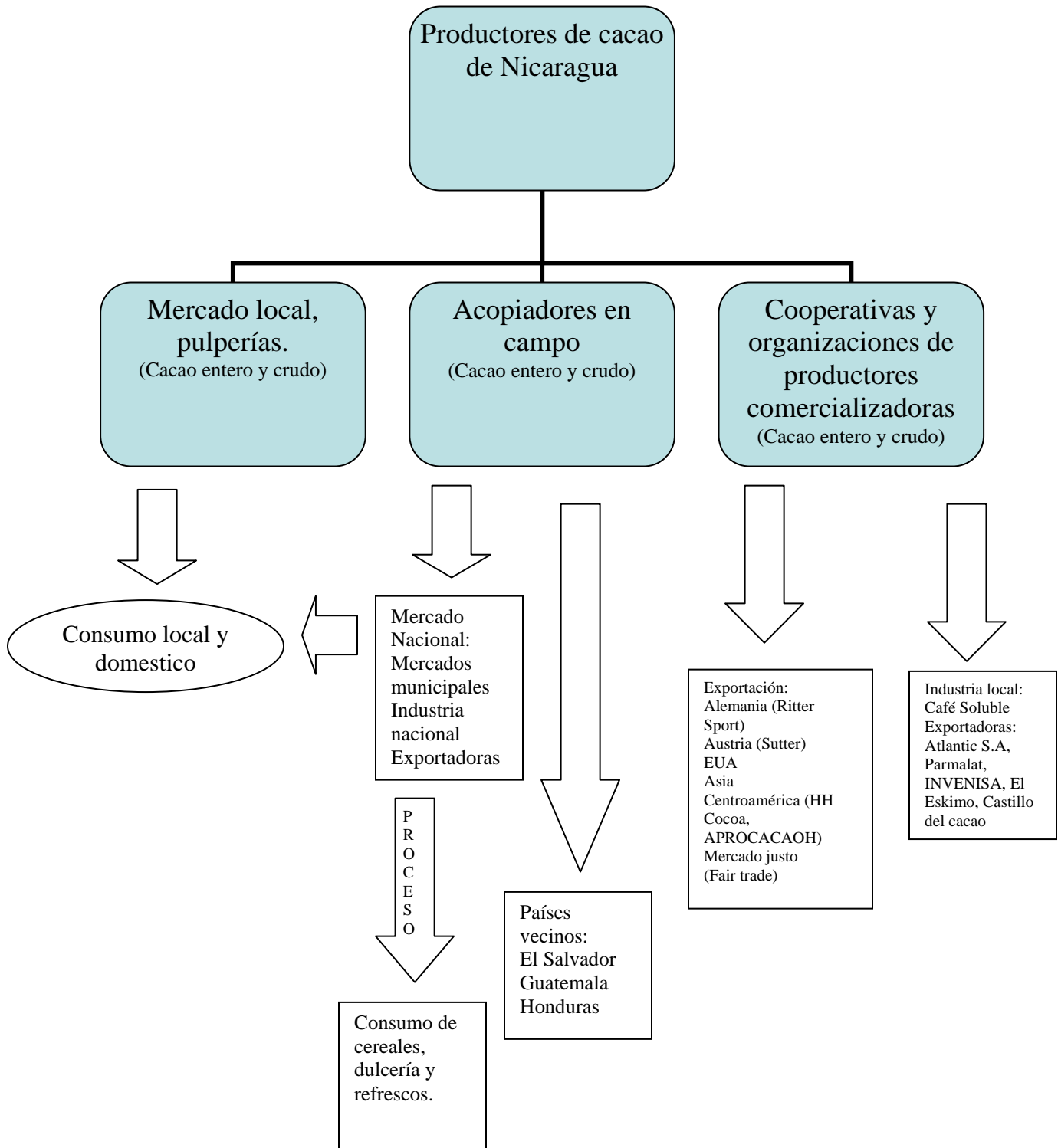
El segundo eslabón de la cadena se refiere a la comercialización del producto. Esto refiere la entrega del cacao en sus diferentes calidades de los productores a los diferentes canales de comercialización. A como se ha mencionado con anterioridad la calidad es la que define el destino del producto y el precio. A nivel de comercialización se pueden describir diferentes canales de comercialización, en este estudio se agrupan en tres canales.

El primero, que corresponde al de los mercados locales y pulperías. Este es abastecido de forma directa por pequeños productores que venden su producción fraccionada según su necesidad. Es la más tradicional ya que no intervienen mas actores que el y el comprador haciendo uso de medios de transportes locales (buses y camiones de carga) lleva su producto al mercado local y a las pulperías. La calidad de este producto por lo general es muy baja ya que su destino final es para consumo domestico en la elaboración de bebidas tradicionales (tiste, pinolillo).

El segundo canal es en el que participan intermediarios quienes son acopiadores provenientes de diferentes regiones del país y tienen como actividad el comercio y especulación de productos. Estos operan comprando las producciones en las fincas y con centros de acopio donde se dan las transacciones de contado. Establecen diferenciales de precios según calidades del producto debido a que sus clientes finales son diversos, estos van desde mercados mayoristas, industrias, exportadoras y artesanos.

El tercer canal agrupa organizaciones con capacidad de comercialización y casas exportadoras, estas fijan parámetros de calidad al producto obtenido con diferenciación de precios. Sus destinos finales están dirigidos a la exportación y a la industria.

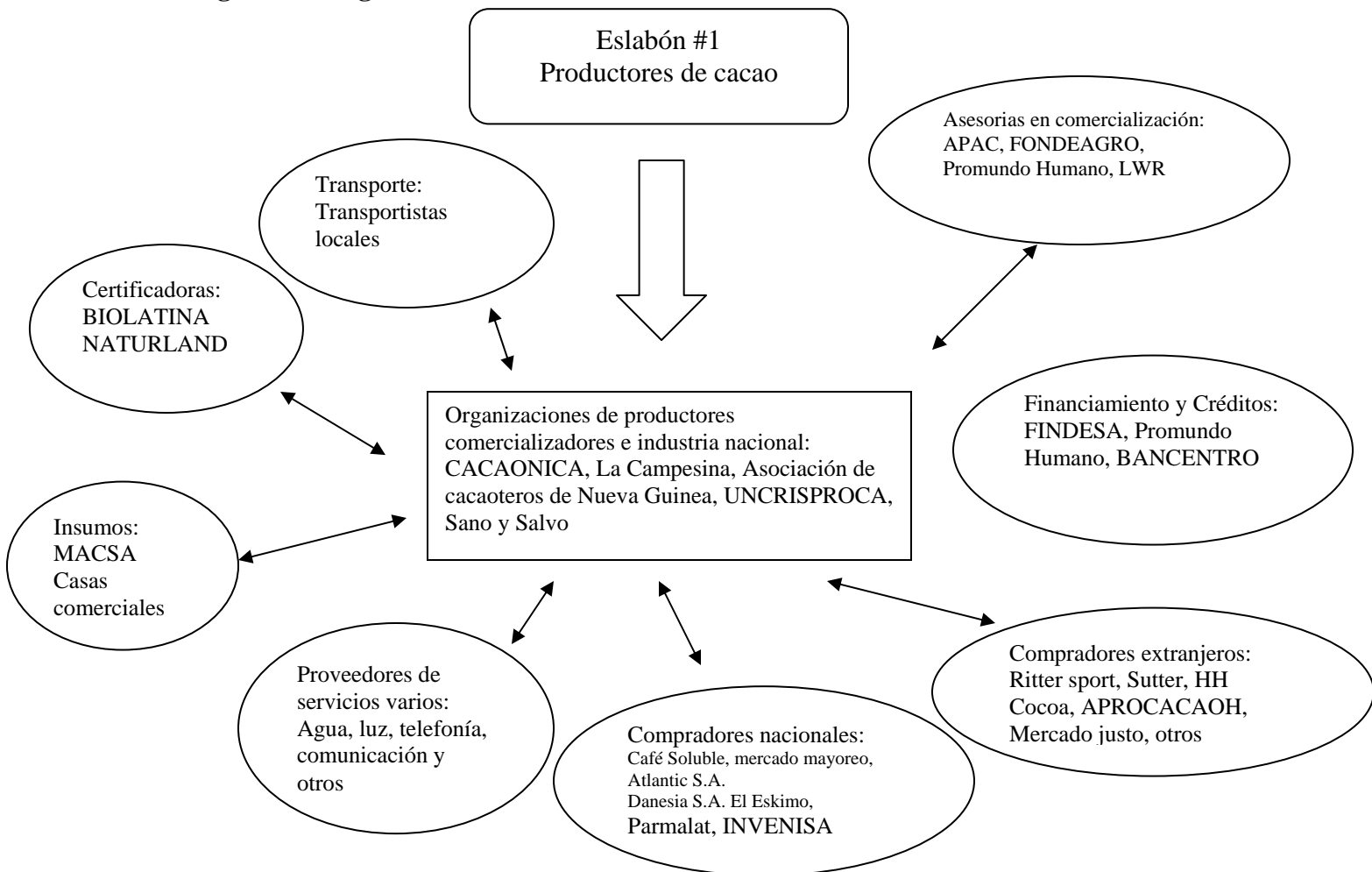
**Diagrama 3. Comercialización del cacao.**



Las organizaciones de productores es otro factor que influye en los canales de comercialización. El grado de organización permite una mejor negociación del producto con diferentes opciones de comercialización gracias a la asesoría de los diferentes entes de apoyo al sector cacao ya que estos en sus programas de asesorías hacen mucho énfasis en el apoyo a la comercialización y al control de calidad del producto lo que indiscutiblemente se traduce a mejores precios por calidad y por negociación.

En el siguiente diagrama haremos énfasis en los actores que influyen en el segundo eslabón de la comercialización basándonos principalmente en las organizaciones de productores y comercializadoras de productores organizados. Esto porque la mayoría de productores independientes venden su producto a nivel local ya sea a intermediarios, pulperías o en el mercado local.

**Diagrama 4. Segundo eslabón: comercialización**





Los actores involucrados en la comercialización básicamente se relacionan a la identificación de compradores y financiamiento al capital de trabajo (dinero para la compra de producto). La condición de liquidez de las organizaciones comercializadoras es determinante para la obtención del producto en el mercado. La carencia de este recurso sumado a la competencia existente para la adquisición del cacao son causas de incumplimiento a los contratos de compra venta hechos con las diferentes empresas consumidoras de cacao como materia prima. Es por esto que se hace de vital importancia para las organizaciones acceder a créditos para capital de trabajo. Actualmente las instituciones financieras presentes en las zonas cacaoteras son pocas y con altas tasas de interés lo que no hace los créditos muy atractivos para las organizaciones.

Existen diferentes tipos de financiamientos, los hay desde los créditos formales aplicando tasas de interés así como de organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro y además otros mecanismos de financiamiento por parte de los compradores (adelantos de pago). Estos financiamientos son destinados para operar en la época de mayor oferta de cacao.

Para el sector transporte, existen en el país diferentes empresas transportistas (Crowley, Sea Board) que mueven carga a nivel nacional e internacional pero dado el volumen de producción existente, los arreglos comerciales de entrega del producto y las vías de acceso a las zonas cacaoteras se hace uso de los servicios de transportes locales para el traslado del producto a sus diferentes destinos. No se hace uso de contratos ni de seguros al producto. Todo se basa en la confianza del transportista local conocido por los productores en la comunidad.

La comercialización del producto a nivel nacional se da en los mercados para el consumo doméstico y de pequeños artesanos (dulcerías y refresquerías) y en empresas agroindustriales quienes procesan la materia prima para la fabricación de cereales y para la extracción de los otros derivados del cacao. Café soluble es un ejemplo de este tipo de empresas agroindustriales en el país quien produce y empaca cereales utilizando cacao como ingrediente principal de alguno de sus productos.

La otra vía de comercialización es la exportación del producto. La buena aceptación del producto nacional dado sus características de aroma, acidez, sabor y demás cualidades presentes en el cacao de la región hacen de este un producto atractivo a nivel internacional.

Para acceder a estos mercados es necesario cumplir con estándares de calidades específicos ya sea para los mercados orgánicos o convencionales. La calidad del grano está determinada por: tecnología aplicada (orgánico, transición, convencional, tradicional), porcentajes de granos fermentados, humedad del grano, libre de impurezas, porcentaje de granos pizarros, libre de moho y de daño de insectos y, libre de malos olores. Los estándares de calidad dependen de lo acordado con los clientes, son ellos quienes fijan las características deseadas de la materia prima.

El precio del cacao esta estrechamente relacionado a la calidad del producto justificando así la implementación de prácticas que mejoren la calidad del producto a ofertar.

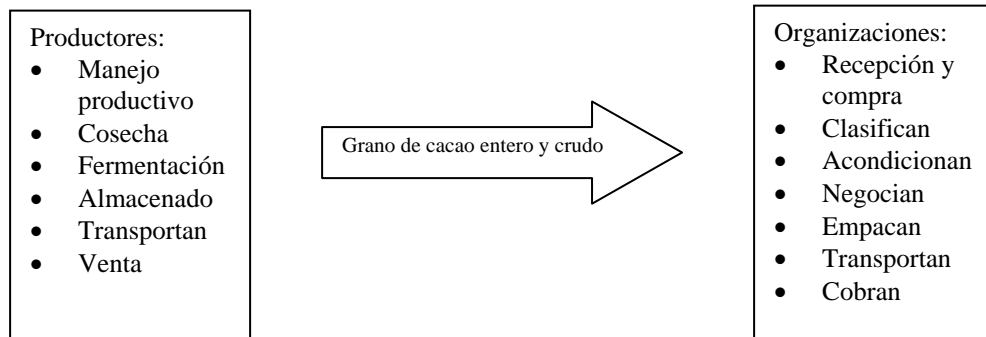
Las organizaciones de productoras y su relación con diferentes actores externos le permite asesorarse a través de ellos en los diferentes niveles de comercialización. Estas asesorías les permite el acercamiento a compradores, negociar precios, patentar marcas y otras actividades relacionadas a la comercialización.

En este eslabón de comercialización las organizaciones de productores terminan la cadena productiva pues su responsabilidad llega hasta el empaqueo del producto y dado que este es grano entero y crudo no lleva procesos industriales. Luego de la recepción y la clasificación de las calidades se divide el producto para ser entregado es los diferentes nichos de mercado establecidos.

El único proceso realizado en planta es el secado del grano que llega por encima del porcentaje mínimo de humedad (7%) y luego el trasiego a sacos de yute como empaque para la exportación y en sacos de polipropileno el resto.

El transporte de la planta o centro de acopio de las organizaciones a las bodegas de los clientes es el último paso en la negociación. Puesto en bodega termina la responsabilidad de las organizaciones y queda en mano de la exportadora su traslado al destino final en el caso de la exportación.

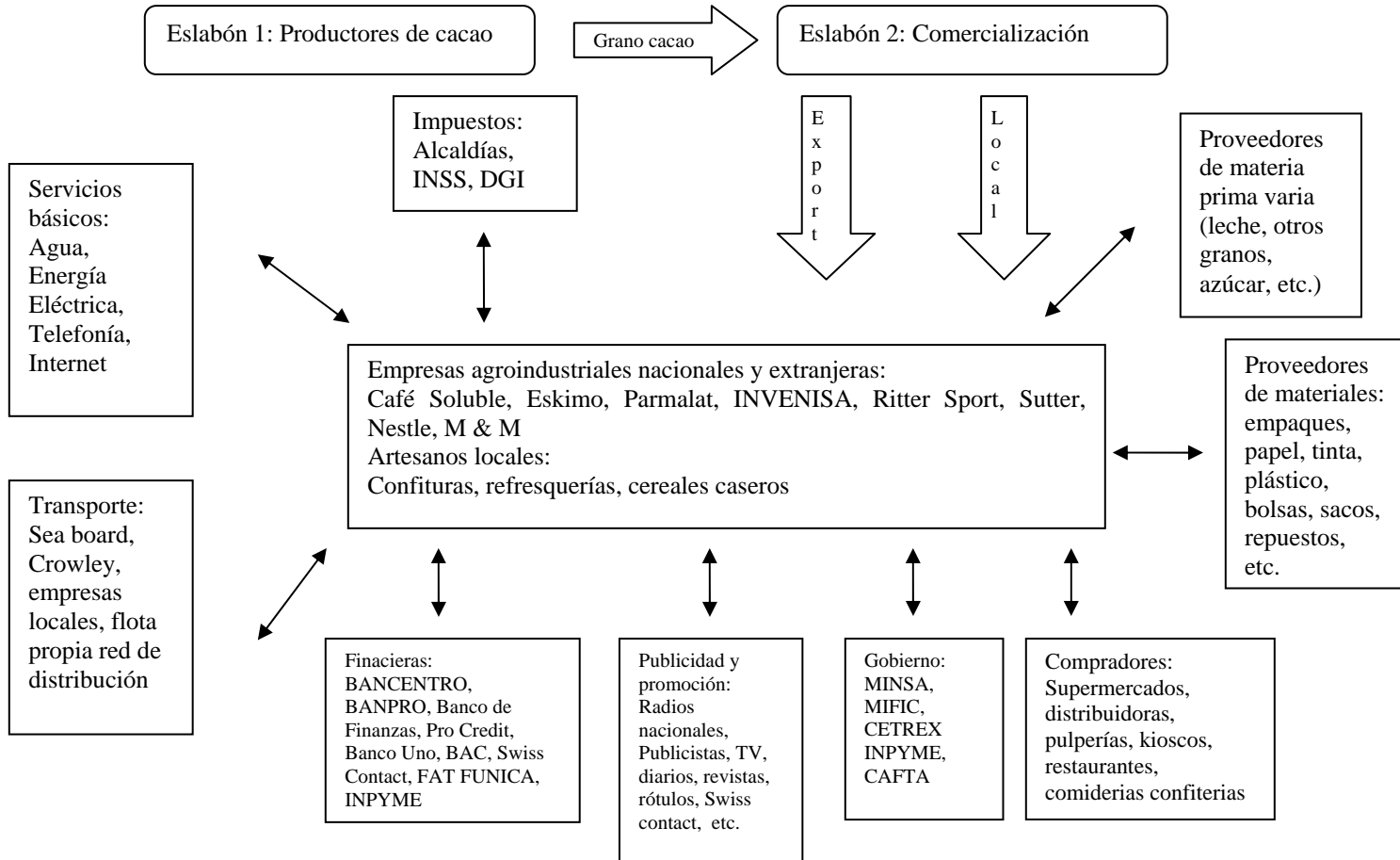
### **Diagrama 5. Resumen de actividades de los eslabones 1 y 2 de la cadena productiva del cacao.**



### **5.2 Tercer eslabón de la cadena productiva de cacao**

La tercera fase de esta cadena esta relacionada a la industria. Por lo general esta conformada por la empresa privada (empresas nacionales y extranjeras) y algunas pequeñas industrias en manos de artesanos y pequeños productores que dan un valor de transformación a su producto.

## Diagrama 6. Industrialización del cacao



Los actores relacionados en este nuevo eslabón de la cadena son diferentes por la naturaleza del mismo. En este se da la transformación del grano de cacao para ser combinado con otros ingredientes para la obtención de nuevos productos (chocolates, cereales, bebidas, helados, entre otros). En esta fase de la cadena los actores externos se diferencian de los dos eslabones anteriores por ser este más independiente de la acción de instituciones y organizaciones de apoyo a pequeños productores. La mayor parte de este sector está en manos de la empresa privada quien hace de esta una actividad económica de mayor nivel que los dos anteriores.

En esta parte de la cadena las opciones financieras son más amplias pues estas empresas por su naturaleza de organización permiten ser sujetos de crédito. En su mayoría trabajan con la banca privada compuesta por los diferentes bancos existentes en el país (BANCENTRO, BANPRO, Banco de Finanzas, BAC, Banco UNO, etc).

El gobierno juega otro papel ante estas empresas. Sus acciones van desde contralorar a través de sus diferentes entes las normas de salubridad de los productos, el cobro de impuestos según políticas preferenciales predefinidas hasta la consecución de nuevas alternativas de comercio a nivel internacional. El Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos es un ejemplo de estas acciones.

Las empresas hacen uso de los diferentes medios de publicidad existentes desde anuncios en la prensa escrita hasta los comerciales audiovisuales en los diferentes medios existentes en el país (Diarios de circulación nacional: La Prensa, El Nuevo Diario, Hoy. Cadenas de Televisión nacional: Televicentro canal 2, Retensa canal 4 y 10, canal 12, canal 8 y otros, Radios nacionales: Radio Corporación, radio Nicaragua, Radio 580, etc. Otras agencias de publicidad especializadas existentes en el país.)

El sistema de transporte de sus productos ya sea de abastecimiento o de distribución puede estar en manos de empresarios transportistas con flotas de camiones y barcos con red internacional (Sea Board y Crowley) o bien empresas de transporte nacional. Otro de los sistemas de transporte de las empresas son sus propias flotas de vehículos los cuales se desplazan a nivel nacional o internacional (p.e. Eskimo) distribuyendo su producto.

En la industria del cacao este es solo uno de los componentes en la elaboración del producto final, los demás ingredientes a combinarse con el cacao para la obtención del producto son obtenidos por las industrias de a través de una red de proveedores de materia prima. La fuente de obtención de estos varía según su origen: vegetal, sintético o animal. En este sentido las diferentes proveedoras de materia prima tienen una relación estrecha con el eslabón de la cadena productiva del cacao (p.e. Industria azucarera).

Hay que recalcar que en esta fase de la cadena la transformación del producto trae consigo cambios físicos de la materia prima por lo que se hacen necesarios diferentes tipos de empaque según el producto y el segmento de mercado al que este dirigido. Hay empaques plásticos rígidos para bebidas (Cacao Parmalat), plásticos suaves (Chocolita Parmalat), envolturas para chocolates según la calidad del producto, etc.

Nicaragua no posee una agroindustria fuerte pero de las empresas que utilizan el cacao como materia prima en productos de calidad tenemos. Parmalat quien elabora bebidas a base de cacao (fresco de cacao y chocolita), El Eskimo que elabora helados (paletas y helados), Café Soluble que elabora polvos para bebidas (Pinolillo Presto) y Inversiones Nicaragüenses S.A. que elabora polvos para bebidas (Horchata El Caracol).

El eslabón industrial concluye con la transformación del cacao en productos de consumo que a su vez son colocados en diferentes nichos y segmentos de mercado al alcance del consumidor final.

### **5.3 Cuarto eslabón de la cadena productiva**

El consumo del cacao en Nicaragua es tradicional y forma parte de la cultura de nuestro pueblo. Las bebidas a base de cacao son parte de la dieta de la población principalmente en las bebidas tradicionales consumo regular (pinolillo, tiste, horchata y cacao con leche) y en dulces tradicionales como el gofio, el chocolate, la cajeta entre otros.

Estos tipos de dulces son realizados por confiteros de manera artesanal y consumidos por la población de manera regular pero incrementándose su consumo en las festividades

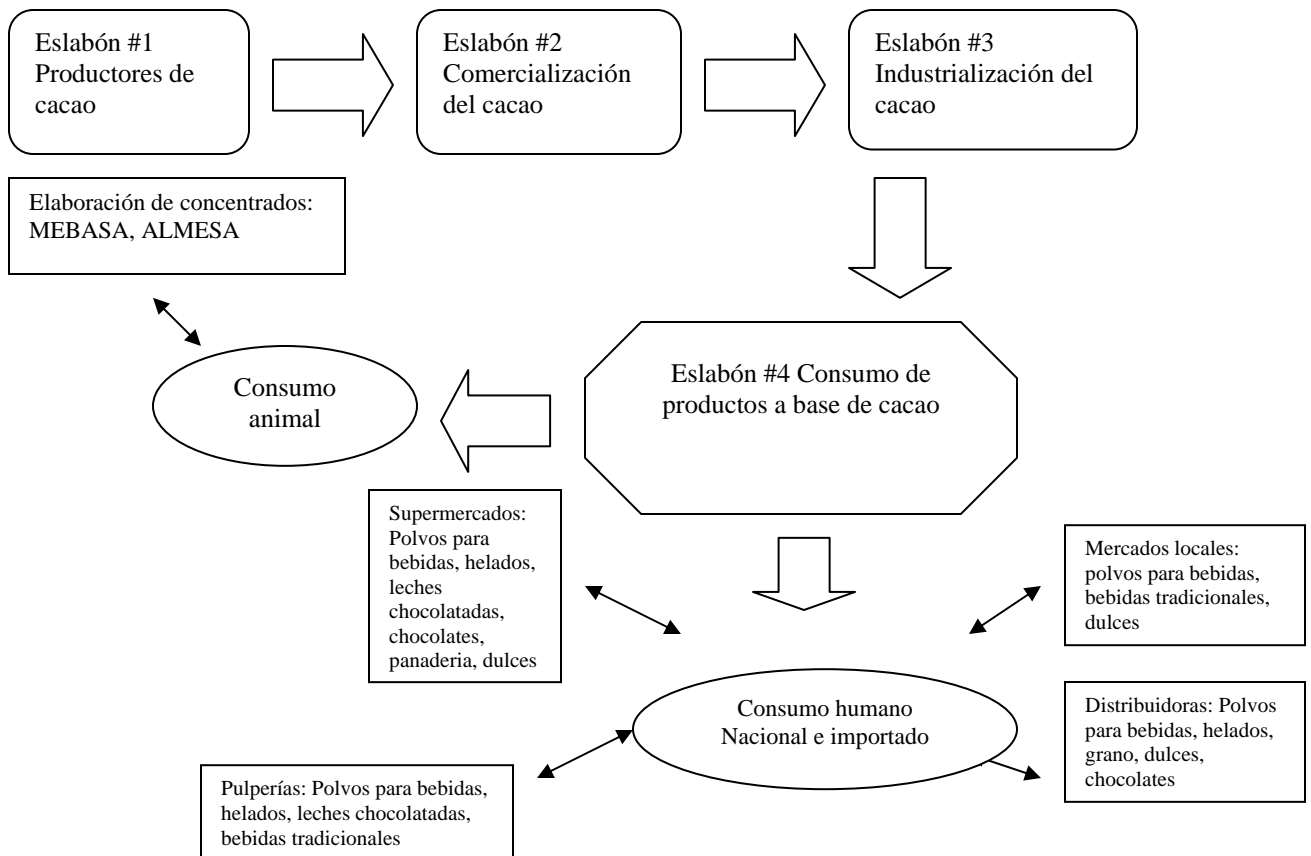
religiosas por excelencia Griterías, rezos y Purísimas. Todavía no se desarrolla en el país una empresa que produzca en volúmenes importantes que desplace la industria artesanal.

El consumo de los productos elaborados de formas artesanales son adquiridos principalmente en mercados locales y pulperías. Se venden en bolsas plásticas y de pesos variables según la demanda del consumidor. Por las condiciones económicas y culturales de la población este segmento de mercado de bebidas en polvo es mayor al presentado por las industrias especializadas, que dirigen su producto a otro segmento del mercado, ubicando el producto en distribuidoras, pulperías y supermercados.

En Nicaragua el destino final de los productos derivados del cacao son para el consumo humano indiferentemente del origen del producto (industrial o artesanal).

La calidad de los productos procesados es aceptable a nivel de bebidas en polvo, helados y leches chocolatadas. Sin embargo a nivel de dulces, la calidad de chocolate no es comparable a las calidades de chocolates producidos en el exterior que aunque ocupen cacao de la región sus procesos y grados de especialización en su elaboración hacen de ellos productos muy atractivos para la población. Marcas de chocolate como Ritter, M & M, Nestle, Milky way, Snickers entre otros son preferidos por la población.

### Diagrama # 7. Consumo de productos derivados de cacao



La cadena productiva nacional de cacao concluye con el eslabón de consumo.

## **6. Cadena productiva de cacao regional CACAONICA**

Para la descripción y análisis de la cadena productiva de CACAONICA tomaremos como base la información proporcionada por el Presidente de la Junta Directiva Sr. Guillermo Pérez, Marvin Ortega, Gerente general y la entrevista informal a productores socios.

CACAONICA es una cooperativa de servicios agroforestales y de comercialización de cacao (ver ficha en anexo de actores de cacao) presidida por una junta directiva de reciente elección. CACAONICA es una organización conformada a mediados del año 2000 con 69 socios fundadores, a la fecha de hoy ese número se ha incrementado hasta llegar a agremiar a 548 productores de cacao. CACAONICA, desde sus inicios como cooperativa ha trabajado en pro de su desarrollo empresarial y en el fortalecimiento como organización. Para esto se ha involucrado de manera activa a sus socios llevando a cabo acciones que mejoren el nivel de vida de la familia a través de la producción y comercialización del cacao obtenido de sus plantaciones.

CACAONICA desde sus inicios como organización ha contado con el apoyo de instituciones interesadas en el desarrollo, crecimiento y fortalecimiento de sus socios en aspectos productivos, empresariales, administrativos, organizativos comerciales y sociales.

Este apoyo a llegado a ellos a través de asesorías permanentes de entes como Pro Mundo Humano quien ha sido su principal acompañante aliado en todo el proceso evolutivo de esta organización. CACAONICA hoy por hoy puede considerarse como la organización de productores de cacao de mayor éxito a nivel nacional.

Este éxito se refleja en el incremento de su actividad empresarial a través del tiempo llegando a establecerse como una empresa seria suministradora de materia prima para Ritter Sport de Alemania que es una compañía de alto prestigio a nivel mundial en la fabricación de chocolate.

La calidad del producto obtenido de las plantaciones de los asociados permite establecer compromisos serios con compradores internacionales. Aunque todavía existen limitantes en los rendimientos de sus unidades productivas los socios de CACAONICA están implementando prácticas de manejo a sus plantaciones para elevar la productividad de las mismas.

En estas bajas productividades por unidad de área esta la limitante para incrementar sus volúmenes de venta y por ende elevar sus ingresos. La nueva junta directiva tiene como una de sus metas más importantes promover acciones que vayan en pro de elevar las productividades y así mejorar el nivel de vida del socio.

CACAONICA funciona como una empresa comercializadora que capta aproximadamente el 80% de la producción salida de las plantaciones de sus socios. Esta

captación ha sido estimada mediante el proceso de inspección para la certificación del producto como orgánico. Para esta certificación se trabaja con la agencia certificadora BIOLATINA quien ha sido la única certificadora con la que ha trabajado. La relación con BIOLATINA data desde el año de 1998 lo que ha permitido una reducción del costo de certificación a los socios, actualmente el costo al productor es de U\$ 5.00 (Cinco dólares de los EUA).

CACAONICA refuerza el proceso de inspección con 16 productores socios seleccionados por sus aptitudes de cómo productores eficientes y conocedores de los lineamientos de certificación. CACAONICA remunera a estos productores inspectores con un aporte económico de C\$ 50.00 por finca inspeccionada.

La compra de cacao se realiza en la planta hasta donde llega el productor a pesar y entregar su producto. El precio del producto esta determinado por la calidad de producto entregado, para esto CACAONICA define cinco (5) tipos de calidades. Cada calidad debe cumplir con estándares mínimos que se detallan a continuación:

### **6.1 Calidades de cacao establecidas por CACAONICA**

Calidad 1: Cacao Orgánico Certificado.

- Certificado de BIOLATINA
- Porcentaje de fermentación mayor del 60%
- Libre de olores extraños
- Menos de 2% de grano Pizarro
- Menos de 1% de impurezas
- Menos de 1% de granos con moho
- Humedad del grano menor al 7%

El precio pagado por esta calidad en la reciente temporada fue de C\$2000.00 (aprox. U\$110.00)

Calidad 2. Cacao en transición.

- Porcentaje de fermentación mayor del 60%
- Libre de olores extraños
- Menos de 2% de grano Pizarro
- Menos de 1% de impurezas
- Menos de 1% de granos con moho
- Humedad del grano menor al 7%

El precio pagado por esta calidad en la reciente temporada fue de C\$2000.00 (aprox. U\$110.00). El pago a este producto fue una medida para contrarrestar la fuga de cacao hacia lo competencia. En Waslala existen más de 50 compradores locales y dos asociaciones (ADDAC y ACAWAS) que conforman la competencia.

Calidad 3. Cacao Fermentado Convencional.

- Porcentaje de fermentación mayor del 60%

- Libre de olores extraños
- Menos de 2% de grano Pizarro
- Menos de 1% de impurezas
- Menos de 1% de granos con moho
- Humedad del grano menor al 7%

El precio es igual al de la calidad 2 por las mismas condiciones de mercado. En este bloque de calidades entran los productores de la zona no socios de la cooperativa pero a los que se ha emplazado como condición para mantener este precio la afiliación a la organización o de lo contrario el siguiente año no se le mantendrá el precio.

Calidad 4. Cacao Fermentado Convencional u Orgánico afectado con moho.

- Porcentaje de fermentación mayor del 60%
- Libre de olores extraños
- Menos de 2% de grano Pizarro
- Menos de 1% de impurezas
- Humedad del grano menor al 7%

El precio pagado por este producto es de C\$ 1400.00 (aprox. U\$ 77). Se pagan C\$ 100.00 por encima del precio de plaza manejado por la competencia.

Calidad 5. Cacao sin fermento de cualquier fuente.

- Libre de olores extraños
- Menos de 2% de grano Pizarro
- Menos de 1% de impurezas
- Humedad del grano menor al 7%

El precio de este producto es igual al precio de la plaza, alrededor de C\$1300.00 o C\$ 1200.

A como se puede deducir de la descripción de las calidades, la fermentación es determinante en la obtención de mejores precios. En un estimado hecho por CACAONICA se calcula que los socios dejaron de percibir alrededor de U\$ 80000.00 por no fermentar. Otro dato importante de este estudio indica que en el ciclo 2005-2006 solo el 30% de la producción orgánica certificada fue vendida como producto orgánico.

La justificación a este hecho se basa en la necesidad de liquidez de parte del productor que al no contar con financiamiento este depende de la venta del cacao para sanear sus compromisos.

El proceso de fermentación toma entre 6 y 8 días a esto se le suman 7 días de secado para la obtención de un cacao de calidad óptima. Los 15 días que toma el proceso de la fermentación se traduce en 15 días sin ingresos y ante esta falta de liquidez para solventar sus compromisos el productor no fermenta y vende su cacao a un menor precio.

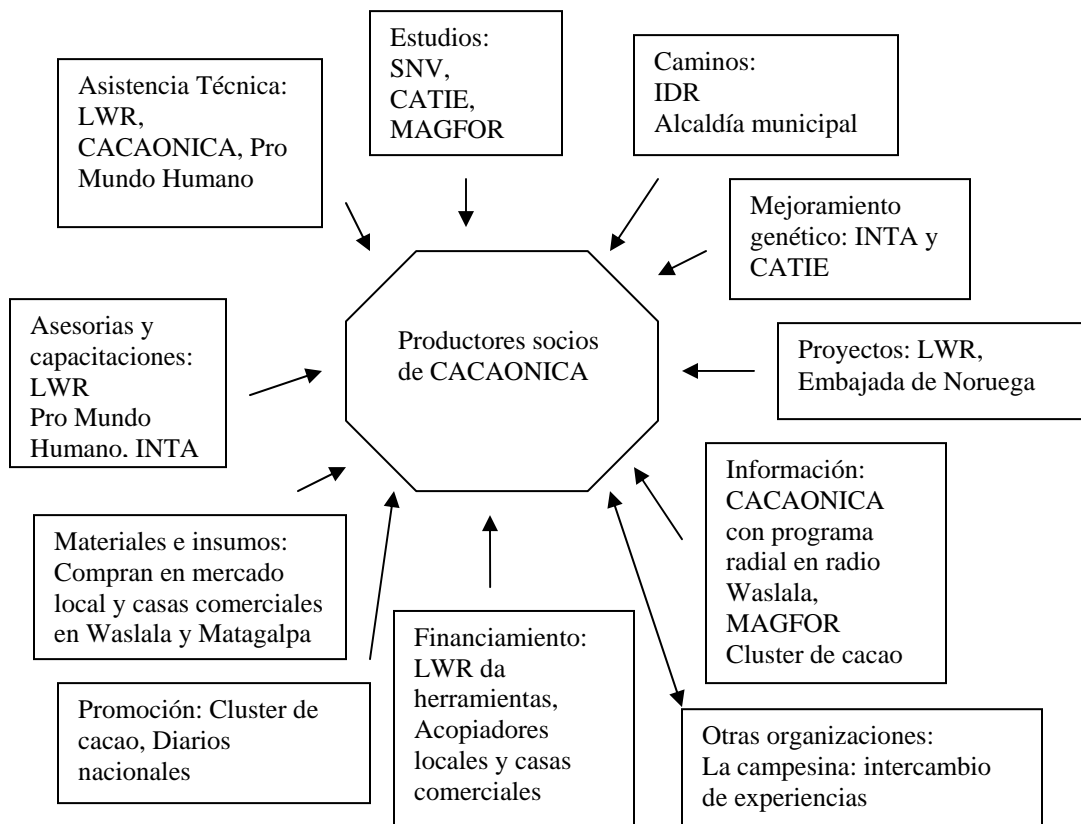


Los rendimientos promedios en las plantaciones de los socios de CACAONICA están entre los 6 y los 10 quintales de cacao por manzana. El área total de producción de los socios CACAONICA es cercana a las 1025 manzanas (720 hectareas) de las cuales se obtienen cerca de 5 mil quintales de cacao anualmente (4.87 qq/mz). Además de este volumen captado de los socios de CACAONICA se comercializan cerca de 4 mil quintales mas de cacao provenientes de productores no miembros de la asociaron pero que se consideran sacion potenciales a un futuro cercano.

## 6.2 Primer eslabón de la cadena de CACAONICA

Para dar inicio a la descripción del primer eslabón de la cadena productiva tomaremos en como base a los socios de la organización mas un socios.

### Diagrama #8: Eslabón 1 Cadena Productiva de cacao CACAONICA.



Las relaciones entre los miembros del primer eslabón y los entes ligados al sector cacao en la región se reducen a lo descrito en este diagrama ya que son los únicos con los que tienen algún tipo de relación.

La falta de fondos en la organización no permiten un programa de asistencia técnica continuo ya que solo cuentan con tres técnicos por parte de CACAONICA y un proporcionado por LWR.

El INTA y Pro Mundo Humano proporcionan asesorías en técnicas de producción pero no de asistencia técnica dirigida y personalizada. La nueva junta directiva considera de primera necesidad dar solución a este problema siendo esto una de las metas a trabajar a corto plazo.

El financiamiento es otra de las limitantes con las que se encuentran los productores ya que en la zona no existen muchas alternativas de crédito para capital de trabajo. Un tipo de financiamiento es el otorgado por acopiadores y algunas casas comerciales con ventas de insumos y equipos agrícolas quienes prestan o adelantan dinero con el compromiso de la venta de parte de su cosecha a ellos. Otra alternativa no viable son los prestamistas independientes que fijan tasas de interés muy por encima de lo establecido en el mercado financiero.

Instituciones financieras presentes en la zona consideran no sujetos de crédito a los pequeños productores por lo que no representan estas alternativas de financiamiento. La falta de capital de trabajo se refleja directamente en los bajos rendimientos obtenidos de la plantación por lo que se considera a este un problema de primera necesidad. Actualmente la nueva junta directiva estudia opciones para solventar este problema con sus asociados.

Los servicios de información con los que cuentan los productores son limitados apoyándose básicamente en la radio difusión. CACAONICA que por su ubicación y facilidades de comunicación esta al tanto del acontecer diario en la información, tiene un programa radial transmitido por Radio Waslala mediante el cual mantiene informado a sus asociados sobre los distintos acontecimientos en torno a la organización. Otro método de información es el de “pasar la voz”, consiste básicamente en la transmisión de información de persona a persona.

Para esto CACAONICA a dispuesto reuniones mensuales en donde se exige la participación de un delegado por comité y este esta encargado de masificar la información en las comunidades correspondientes. Así mismo se procura la asistencia de productores a los diferentes eventos organizados por el cluster de cacao y de otras organizaciones para que al regreso a sus comunidades masifiquen la información.

También existen organizaciones que dan asesorías al gremio en temas relacionados a su actividad productiva y social. Entre este tipo de asesorías están las dirigidas a la implementación de registros de costos y controles de actividades agrícolas, así como asesorías en controles de calidad (fermentación), elaboración de insumos, de aspecto social, ambientales y educativos dirigidos a toda la familia.

Otro componente relacionado a este eslabón son los estudios que se realizan tomando como base a los socios de la organización. Dichos estudios se efectúan para servir de base a la implementación de acciones dirigidas a las necesidades identificadas en dichos estudios, tal es el caso de SNV que realiza actualmente un diagnóstico de la participación de la mujer en la actividad productiva.

El mal estado de los caminos y carreteras en la región es otro de los problemas con los que tienen que lidiar a diario los productores de la zona cacotera de Waslala. La alcaldía municipal tiene entre sus funciones gestionar las rehabilitaciones de las vías de comunicación y acceso en conjunto con el IDR. La red de caminos y carreteras es una parte importante en la cadena productiva del cacao ya que es a través de ellas que llega el producto a sus destinos finales. El difícil acceso a las zonas de producción trae consigo alzas en los costos de transporte, retrasos en la comercialización lo que reduce el margen de ganancia del productor.

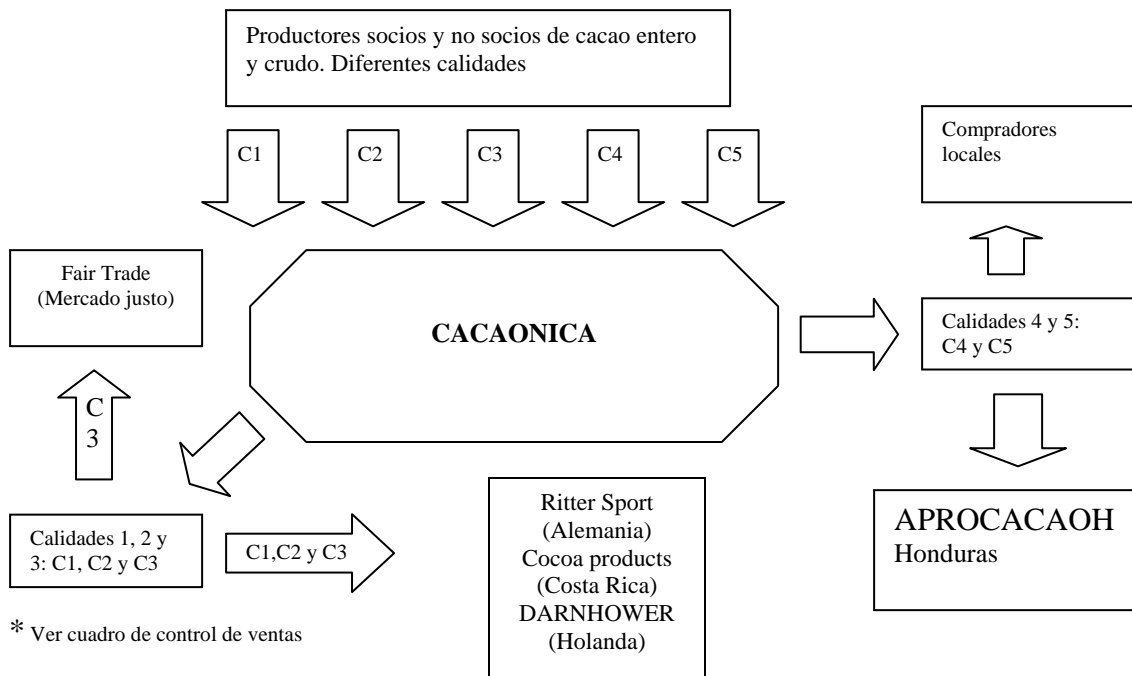
La relación de la organización a niveles de productores con otra entidad similar ha estado limitada a intercambios de experiencias con La Campesina su similar en la región de Maniguas y Río Blanco pero aparte de esta actividad no existe ningún convenio formal entre ambas.

La organización esta siendo participe de proyectos que intervienen en este eslabón a manera de financiamiento ya que estos traen consigo la implementación de tecnologías alternativas en pro de maximizar sus unidades productivas, tal es el caso del Proyecto Centroamericano de Cacao financiado por la Embajada de Noruega.

### 6.3 Segundo eslabón de la cadena productiva de cacao en CACAONICA

La siguiente fase en la cadena esta muy ligada al producto originado en las unidades productivas de los socios y se basan principalmente en la calidad. A como se describió anteriormente el destino final del producto y el precio del mismo esta determinado por la calidad.

**Diagrama #9: Eslabón 2 de la cadena productiva de cacao CACAONICA. Comercialización.**



El diagrama anterior muestra el flujo de comercialización de CACAONICA. Destacándose la venta a Ritter Sport como cliente principal de la organización. CACAONICA y Ritter tienen una relación histórica que data de 14 años atrás época en que esta compañía inicio el apoyo a la reactivación del sector cacao en la región a través de Pro Mundo Humano. Actualmente CACAONICA tiene compromisos formales con firma de contratos como proveedor de materia prima. Los contratos de compra venta esta pactados a 40 toneladas anuales siendo en este ultimo ciclo la primera vez que se cumple y se pasa la cantidad mínima acordada. El precio pagado por Ritter a la organización es de U\$ 3000.00 por tonelada por las calidades 1, 2 y 3.

La demanda de Ritter es insatisfecha debido a las bajas captaciones de grano en la organización. Esto se debe a dos factores claves: baja productividad de parcelas de socios y falta de capital para compra en la organización. Se ha tratado de solventar el problema recurriendo a instituciones financieras que proveen recursos para la captación del grano.

Otro destino del cacao es el comercio justo o Fair Trade donde se accede desde el año 2001. Anualmente se destina aproximadamente el 5% del acopio del cacao de calidad 3 logrado por la organización. Actualmente se paga una cuota anual para conservar el derecho de participación en este nicho de mercado aunque no se haga uso de el por no tan atractivo considerando los precios en el. Una de las ventajas de este mercado es la flexibilidad en las exigencias de calidad del producto pero aun así no justifica una mayor participación de la producción captada. El precio logrado en este nicho es cercano a los U\$ 1900.00 por tonelada.

APROCACAOH es otro nicho de mercado al cual se destina producto de calidades 4 y 5 con condiciones de precios regidas por el mercado local, precios que oscilan entre los U\$ 73.00 y U\$ 74.00 por quintal.

El mercado local consume otra parte de la producción captada. Actualmente no se esta abasteciendo directamente a empresas agroindustriales del país aunque hay experiencias con Café Soluble con quien se mantenía una relación de proveedor cliente hasta el año 2005. Esta dejo de ser una opción atractiva para CACAONICA por los bajos precios ofrecidos por la industria.

HH Cocoa es una compañía interesada en establecer relaciones comerciales con CACAONICA, ofrece precios de hasta U\$ 3800.00 por tonelada pero no da garantías de continuidad en los mismos, es decir que la organización la considera de alto riesgo por establecer relaciones de muy corto plazo.

En los siguientes cuadros se detalla el destino del producto comercializado por CACAONICA en el ciclo 2005 – 2006. Este movimiento fue facilitado por el Ing. Miguel Malespin de Pro Mundo humano.

Cuadro #6. Comercialización de cacao por CACAONICA del 2001 al 2004.

Comprador	2001	2002	2003	2004	QQ Totales	TM*	Tipo cacao
RITTER, Alemania	0	275	550	550	1375	62.5	Organico FLO
DAARNHOVER, Holanda	0	500	275	0	775	35.22	Organico FLO
Cocoa, Costa Rica	0	2430	1358	2374	6162	280	Poco Fermentado
CAFÉ SOLUBLE, Managua	1019.69	799	1458.60	1659.	4936.29	224.37	Bien Fermentado
APROCACAHO/Honduras	300	0	0	0	300	13.63	Cacao convencional
Lanzas / USA	20	0	0	0	20	0.90	Bien fermentado
Venta en Waslala	639.36	0	760	0	1399.36	63.60	Cacao convencional
<b>TOTAL QQ</b>	<b>1979.05</b>	<b>4004</b>	<b>4401.60</b>	<b>4583</b>	<b>14967.65</b>	<b>680.22</b>	
<b>TOTAL en miles de \$</b>	<b>99246</b>	<b>301350</b>	<b>368700</b>	<b>360680</b>	<b>1129976</b>		
<b>Precio en \$ por QQ</b>	<b>50.14</b>	<b>75.26</b>	<b>83.76</b>	<b>80.10</b>			

\*TM: Tonelada metrica de 22 quintales.

El cuadro anterior muestra el crecimiento del volumen de cacao comercializado año con año. Esto acompañado a las fluctuaciones de precios vistas en los años de operación ha determinado incrementos en los ingresos brutos por ventas.

29

Los precios de ventas son precios promedios anuales determinados por la calidad y el volumen de venta de cada una de las diferentes calidades.

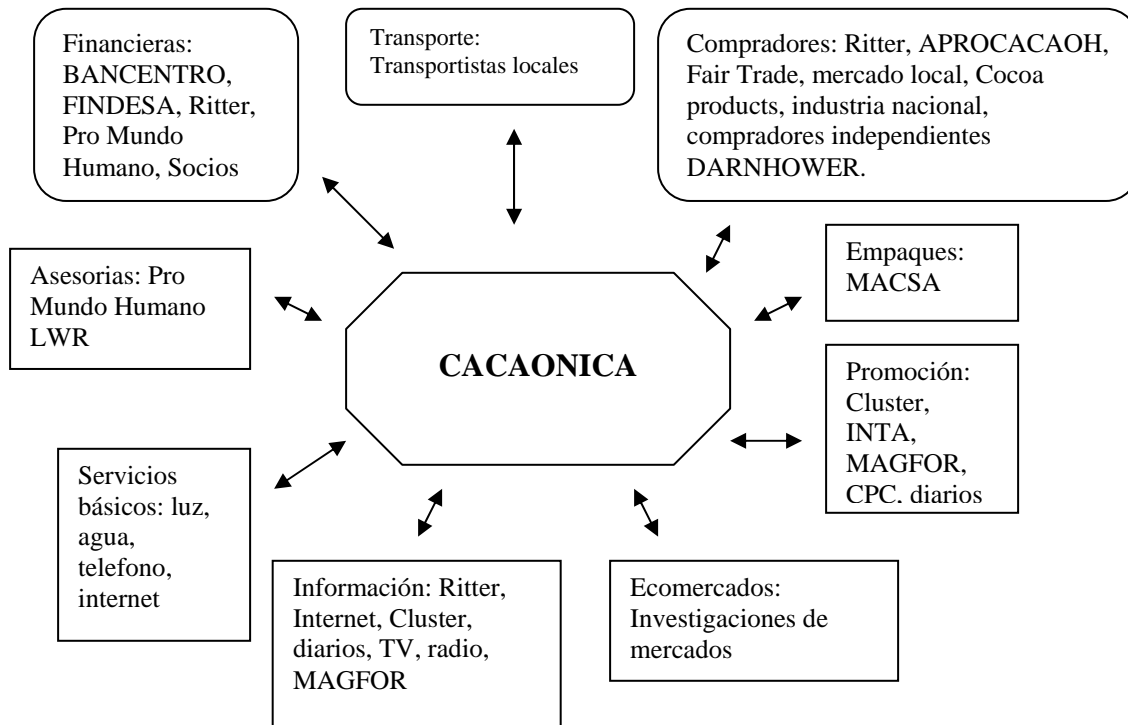
Cuadro # 7. Comercialización de cacao ciclo 2005-2006. CACAONICA.

Consignatario	Destino	# de sacos	TM	Precio por TM \$	Total \$
Ritter	Alemania	624	37.57	3000	112710.00
Wilfredo Arauz Montes	Mercado local	60	2.71	1450	3929.50
Alberto Jerin Quijano	Costa Rica	200	9.2	1800	16560.00
Cocoa Products	Costa Rica	1320	60.1	1550	93155.00
APROCACAOH	Honduras	2500	113.84	1606	182827.00
<b>DAARNHOVER</b>	Holanda	550	25	1900	47500.00
<b>Total</b>			<b>248.42</b>		<b>456681.50</b>

En el cuadro anterior se muestran las transacciones realizadas por CACAONICA en el ciclo cacaotero 05-06 según información facilitada por Profundo humano y ratificada por CACAONICA. De la cual se puede deducir que el ingreso bruto ha incrementado por comercializar un mayor volumen de cacao y con mejores precios.

En el siguiente diagrama se muestra la relación de la organización con los diferentes actores involucrados en el segundo eslabón de la cadena.

**Diagrama #10: Relación del eslabón comercial con los actores involucrados.**



Las asesorías brindadas por los actores a este nivel están destinadas a la comercialización y al área administrativa procurando fortalecer las capacidades de negociación y de gestión a un nivel a nivel empresarial. Pro Mundo Humano ha logrado en el acompañamiento a CACAONICA buenos resultados en la consecución de mercados para el producto.

Las necesidades de capital son solventadas a medias por prestamos incurridos con instituciones financieras establecidas en la zona. Findesa otorgo un crédito de U\$ 50000.00 para capital de trabajo a pagarse en tres años a una tasa de interés anual del 18%, de este préstamo se ha logrado cancelar cerca de 60% del compromiso. Otra forma de financiarse es con el aporte de los socios, que al afiliarse a la organización deben dar un aporte obligatorio establecido.

Para su buen funcionamiento la organización cuenta con los servicios básicos de consumo que facilitan el acceso a información y así estar conectado con el movimiento del sector.

El producto a vender debe ser empacado en sacos de yute los cuales son adquiridos en MAGSA, una empresa ubicada en la carretera Matagalpa Sebaco. La información que

debe llevar el saco en donde se especifica el tipo de producto, calidad, origen y demás es elaborada en una tipografía también en la ciudad de Matagalpa.

CACAONICA usa como servicios de información y promoción su relación con diferentes actores entre ellos destacan la información facilitada por el MAGFOR, al Cluster de cacao en Nicaragua, al SNV, los diarios, radios y TV nacional.

## **7. Conclusiones**

Del estudio anterior se puede concluir que en Nicaragua existe un alto potencial productivo para el rubro cacao pues hay en el país tierras y zonas idóneas para la producción de cacao, cacao de excelente calidad y una demanda creciente e insatisfecha del producto.

Se estima que existen en el país cerca de 500 mil manzanas de tierra aptas para este cultivo lo que sumado a programas de mejoramiento de los materiales genéticos, producción, control de plagas, control de calidades, buenas practicas agrícolas, conservación ambiental, producción orgánica, comercialización y otros se logren incrementar los rendimientos y las opciones de mercados para el producto. Esto podría colocar a Nicaragua como un productor de mas de 100 mil toneladas anuales de cacao.

Considerando el interés mostrado por empresas internacionales por satisfacer sus demandas de materia prima con cacao nicaragüense y el interés de las diferentes instituciones de cooperación, organismos no gubernamentales, instituciones y programas del gobierno, agentes de desarrollo y diferentes entes ligados al desarrollo económico, productivo y social de las zonas productoras de cacao crean una oportunidad única para el desarrollo del rubro cacao en Nicaragua.

Actualmente la baja productividad de las plantaciones de cacao están determinadas por diferentes situaciones dentro de las cuales podemos destacar:

- Disponibilidad de financiamiento: la falta de capital de trabajo y para inversiones entorpece el manejo óptimo de las plantaciones lo que se refleja en bajos rendimientos de las mismas
- Edad y calidad de las plantaciones: los arboles de cacao son la unidad básica de producción de la finca cacaotera y considerando la edad muy avanzada y la calidad genética de las mismas no crean las condiciones necesarias para la obtención de buenos rendimientos y calidades de producto.
- Control de plagas: considerando plaga a todo organismo causante de disminuciones de la productividad de la parcela, siendo la mas importante la moniliasis y destacando los grados de infestacion producto de esta y otras enfermedades se da la necesidad de adoptar practicas de control que sean eficientes y aplicables por los productores a sus parcelas.

- Calidad: ligado a la productividad por área la calidad del producto es determinante para acceder a mejores mercados y por ende a mejores precios por el producto siendo la fermentación un proceso necesario para asegurar la eficiencia del productor. Debe de considerarse que la producción orgánica suma calidad al producto por lo que debe de considerarse como una opción mas a la calidad.
- Programas de asistencias: existen en el país diferentes entes ligados a la producción del rubro cacao y sus entornos inmediatos. Estos programas están presentes en las diferentes zonas productoras del país pero son aun insuficientes para la demanda real de asistencia. Las partidas destinadas por el gobierno central, gobiernos locales no son suficientes para asegurar una asistencia de calidad ni que aseguren el acompañamiento necesario para la reactivación de las plantaciones de cacao. Los organismos no gubernamentales y programas de cooperación autónomos diluyen esfuerzos al no considerar la acción de sus similares.
- Concertación entre actores: a pesar de se han gestados planes de coordinación y cooperación entre los diferentes actores presentes con la creación de comisiones, planes de desarrollo, cluster y otros no se logra una acción interinstitucional efectiva para el sector cacao.
- Información: existe una cantidad significativa de información sobre el sector cacao a nivel nacional, publicados por diferentes fuentes. El problema esta en la variabilidad de la información ya que esta varia de según la fuente.

## **8. Recomendaciones**

Basado en la información recolectada en este estudio se recomienda la implementación de acciones viables y directas al sector cacao. Entre ellas:

- Participar y promover la coordinación entre los diferentes actores ligados al rubro cacao.
- Mejorar la calidad de la asistencia técnica para que sea efectiva y aplicable en las parcelas de producción.
- Promover el rubro cacao en mayor dimensión considerando las oportunidades que este ofrece actualmente como alternativa real de explotación.
- Agilizar y hacer funcional las diferentes acciones planificadas con anterioridad en los diferentes grupos de concertación.
- Promover el rubro ambientalmente sostenible.
- Incluir a centros de estudios y de investigación en temas directamente relacionados a la producción del rubro y su entorno.
- Fortalecer en la organización (CACAONICA) su capital humano
- Elaborar planes de negocios actuales, mejorar su sistema de información, promoción, comunicación y de relaciones interinstitucionales.



## **9. Descripción de actores mas importantes en el rubro y entes ligados al sector.**

### **9.1 Cooperativa de Servicio Agroforestal y de Comercialización de Cacao, CACAONICA R. L.**

**Tipo de Organización:** Cooperativa

**Ubicación:** Waslala, Región Autónoma del Atlántico Norte.

**Teléfono:** (505) 8529923

**Persona de Contacto:** Guillermo Antonio, Presidente

**Email:** [cacaonicawaslala@yahoo.com](mailto:cacaonicawaslala@yahoo.com)

**Misión** de la Cooperativa: Que los Pequeños Productores de cacao organizados, mejoren sus condiciones de vida como fruto de sus esfuerzos y el trabajo conjunto fomentando las prácticas de agricultura amigables con el medio ambiente conservando siempre la tierra y las fuentes de agua, esencias de la vida.

**Visión** de la Cooperativa: Ser una empresa cooperativa eficiente, sostenible y rentable, pionera en el cultivo, producción y exportación de cacao en Nicaragua, promotora de iniciativas que contribuyan a disminuir los niveles de pobreza existentes en las comunidades rurales.

#### **Enfoques temáticos:**

- Agroforestación
- Producción, procesamiento y comercialización de cacao

#### **Enfoques regionales:**

Los mencionados anteriormente en el municipio de Waslala

**Productores asociados:** Un total de 576 socios.

**Número de productores que no pertenecen a la organización y están presentes en la zona:** Aproximadamente unos 1500 productores existen en la zona que no están organizados en la cooperativa.

#### **Espacios locales, Nacionales e Internacionales de participación para la incidencia:**

Locales: Unión de cooperativas Locales. (UOL)

Nacionales: Miembro del cluster de cacao y de la asociación de productores de Cacao de Nicaragua (PROCACAO)

#### **Instituciones u organizaciones que ofrecen apoyo a la organización (no-financiero):**

PROMUNDO Humano, Compañía Ritter, Instituto de Desarrollo Rural (IDR), GTZ, IICA, Lutheran World Relief.

#### **Instituciones u organizaciones que les brindan financiamiento o crédito:**

PAC, IICA, Promundo Humano, Findesa

## **9.2 Cooperativa Agropecuaria de Crédito y Servicios CACAOTERA "LA CAMPESINA ", R. L.**

**Tipo de Organización:** Cooperativa

**Dirección:** Del cementerio municipal 200 vrs al este, contiguo a la agencia Coca Cola.

**Ubicación:** Matiguás, Matagalpa

**Persona de Contacto:** Abner Páez, Presidente de Junta Directiva

**Enfoques Temáticos:** Comercialización de Cacao, Gestión de proyectos Ganaderos.

**Grupo Meta:** Pequeños/as Productores/as Agropecuarios

**Número de asociados productores de cacao** Noventa y dos socios

**Espacios locales o nacionales de participación para la incidencia.**

Actualmente no hay representantes de la cooperativa que participen en el cluster de cacao o Comité de desarrollo municipal.

**Instituciones u organizaciones que ofrecen apoyo a la organización (no financiero):**

IDR, FONDEAGRO

**Instituciones u organizaciones que les brindan financiamiento o crédito:**

PAC - AM, CLUSA, FONDEAGRO – BANCENTRO.

## **9.3 Asociación de Cacaoteros de Nueva Guinea**

**Tipo de Organización:** Asociación de Productores

**Dirección:** Oficina Pueblos en Acción Comunitaria-Auxilio Mundial.

**Ubicación:** Nueva Guinea, RAAS.

**Teléfono:** (505) 5750066

**Persona de Contacto:** Mauricio Mendoza

**Misión:** Producir cacao orgánico, mejorando los rendimientos y la calidad comercial de alta competitividad en el mercado nacional e internacional.

Enfoques Temáticas:

- Agroforestería
- Conservación de suelos
- Producción de cacao orgánico
- Diversificación productiva en armonía con el ambiente
- Desarrollo Empresarial

### **Grupo Meta:**

Actualmente 25 familias productoras (17 hombres y .8 mujeres) con 125 miembros de los núcleos familiares, fincas de 50-70 manzanas con un promedio e ingresos brutos de \$1000-5000 anuales.

Entre los rubros que se cultivan en las unidades de producción se encuentran: granos básicos, ganado, raíces y tubérculos, musáceas, frutales, especias a pequeña escala, especies menores (aves y cerdos), cacao, café, hortalizas y plantas medicinales.

### **Número de productores de cacao asociados**

Baja el enfoque de la organización 25 productores.

### **Espacios locales o nacionales de participación para la incidencia:**

Locales: APOTRUNG, PAC-Auxilio Mundial, Cooperativa de raíces y tubérculos, sociedad civil, UNAG. En la UNAG tenemos la vicepresidencia y en los demás espacios somos miembros.

### **Instituciones u organizaciones que ofrecen apoyo a la organización (no financiero):**

PAC- Auxilio Mundial, APOTRUNG

### **Instituciones u organizaciones que les brindan financiamiento o crédito:**

PAC- Auxilio Mundial, APOTRUNG.

## **9.4 Sano y Salvo-Safe and Sound, Primera Asociación Campesina de Cultura y Producción Ecológicas en la Región Autónoma del Atlántico Sur y Central.**

**Tipo de organización:** Asociación

**Dirección:** Del monumento 3c. al Norte, 1c. al oeste.

**Ubicación:** Nueva Guinea, Región Autónoma Atlántico Sur.

**Teléfono:** 8450592, 8435010, 6796284

**Fax:** 5750193 (publico, horas de oficina)

**Página Web:** [www.eco-index.org/ong/sys-ni-esp.html](http://www.eco-index.org/ong/sys-ni-esp.html); [www.eco-index.org/ongf/sys-ni-eng.html](http://www.eco-index.org/ongf/sys-ni-eng.html)

**Personas de contacto:** Abel Rivera Urbina, coordinador de la comisión de Producción, Gerd Schnepel, asesor/facilitador.

**Email:** [sanoysalvo@yahoo.com](mailto:sanoysalvo@yahoo.com), [GERDSCHNEPEL2043@yahoo.com](mailto:GERDSCHNEPEL2043@yahoo.com), [aberivera65@yahoo.com](mailto:aberivera65@yahoo.com)

**Misión:** Cambiar el rumbo de la agricultura inapropiada, química y dañina (para suelos, agua, salud, clima y economía campesina) a una agricultura ecológica que responde a la vocación forestal del trópico húmedo para mejorar el nivel de vida de la población sin necesidad de migrar y para rescatar la biosfera del Sureste de Nicaragua por su altísima biodiversidad y por su importancia para una agricultura verdaderamente sostenible.

**Enfoques regionales:** Contribuir al rescate de las áreas protegidas Cerro Silva y Punta Gorda y de la Reserva Biológica Indio Maíz.

Cooperar en los esfuerzos de las Comunidades Ambientales Municipales y de la sociedad civil organizada, a favor de la puesta en práctica de las leyes del medio ambiente y de la autonomía atlántica y de la educación ambiental en los municipios de la RAAS y en contra de las concesiones de minería a cielo abierto.

**Número de productores asociados:** 120 actualmente, participantes de un sistema interno de control como un primer paso a la certificación orgánica externa.

**Numero de productores que no pertenecen a la organización y están presentes en la zona:**

En las zonas donde esta trabajando sano y salvo están presentes aproximadamente 30,000 productores. Este dato incluye a los municipios de Bluefields, Nueva Guinea, El Rama y El Castillo (Río San Juan), lo que es el grupo zonal Santa Isabel del Pajarito.

**Número de productores cacaoteros asociados**

75 socios y socias

**Espacios locales y nacionales de participación para la producción de participación de la organización para la incidencia**

**Local:**

Comisión Ambiental Municipal Nueva Guinea.

ASOHDENG

**Departamental:**

Comisión para el desarrollo Socio-Ambiental de la RAAS (del GRAAS)

COCBIO-Coalición para la Conservación de la biosfera del Sureste

**Nacional:**

AOPPÓN-Alianza de Organizaciones de Productoras y Productores Orgánicos de Nicaragua

**Internacional:**

IFOAM-Internacional Federation of Organic Agricultural Movements

GALCI-Grupo América Latina y El Caribe IFOAM

IFC-IFOAM Farmers Group.

**Instituciones u organizaciones que ofrecen a apoyo a la organización (no-financiero):**

IFOAM, MARENA, GALCI, IFG, Conservación Internacional, Rainforest Alliance, Radio Manantial Nueva Guinea, URACCAN Nueva Guinea, URACCAN Nueva Guinea, CaC.

**Instituciones u organizaciones que les brindan financiamiento o crédito:**

GTZ, Iglesia Presbiteriana, Embajada Alemana, Managua, IICA (por medio de la cooperación Austriaca y otras), AAA (asociación de ayuda para la autoayuda).

## 9.5 Otras Organizaciones de productores

1. Asociación de los campesinos de Waslala, ACAWAS.  
DIRECCIÓN: Waslala, RAAN.
2. Consorcio Bonanza-Siuna, CONDEBOSIU.  
Persona contacto: Faustino Rivera, Uriel González.  
Teléfono: 7942223
3. Unión cristiana de productores de cacao, UNCRISPROCA.  
Personas contacto: David García, gerente  
Luis Guillén, asistencia técnica.  
Teléfonos: 828-6282, 572238, 572386

## 9.6 Lutheran World Relief (LWR)

**Tipo de organización:** ONG internacional de Desarrollo Y Asistencia.

**Dirección:** Los robles VII etapa, del gimnasio Atlas, 1c. arriba, 1/2c.al sur, casa #223

**Ubicación:** Managua, Nicaragua con una oficina de campo en Matagalpa.

**Teléfono:** 277-3239 (Managua), 772-5196 (Matagalpa), celular William Weaver-8548247, celular Cesar Castillo- 8223395.

**Fax:** 277-3239

Página Web: [www.lwr.org](http://www.lwr.org)

**Persona de contacto:** William Weaver, representante regional, Cesar Castillo, Gerente de proyectos.

**E-mail:** [biweaver@lwr.org](mailto:biweaver@lwr.org); [castillo@lwr.org](mailto:castillo@lwr.org)

**Misión:** LWR trabaja con contrapartes en 50 países para apoyar a las personas a producir alimentos para mejorar la salud, fortalecer comunidades, terminar conflictos, construir medios de vida sostenibles y recuperarse de desastres.

**Enfoque Temático:** respuesta a emergencias; medio de sustento rural, sostenible, paz y justicia, gestión de riesgo, fortalecimiento de capacidades locales.

**Acciones desarrolladas en cacao:** Proyecto de apoyo a CACAONICA con el objeto de fortalecer los sistemas productivos con manejo agro ecológico y mejorar la calidad de cacao para la exportación.

**Zonas asistidas en cacao:** Municipios de waslala (RAAN) y Rancho Grande en el departamento de Matagalpa: 200 productores asociados a CACAONICA.

**Grupo Meta:** familia rurales desprotegidas.

**Número de Beneficiarios:** 200 directos y 1125 indirectos.

**Organizaciones e instituciones de apoyo:** Iglesias Luteranas de los EEUU.

**Organizaciones e instituciones de financiamiento:** En Centroamérica: Fondos propios, USAID, pequeñas fundaciones.

## 9.7 Asociación Pueblos en Acción Comunitaria

**Tipo de Organización:** ONG nacional.

**Ubicación:** De Telcor las Piedrecitas. 1c. al sur 250 vrs al lago. Quinta CAM., oficinas Managua.

**Apartado Postal:** 3715

**Telefono:** 2653430-3047-3052-3415-2820, 772 2872

**Fax:** 265-3572

**Pagina Web:** [www.apac.org.ni](http://www.apac.org.ni)

**Persona de Contacto:** Nestor Rodriguez, gerente regional PAC-Matagalpa

**E-mail:** [apac.@apac.org.ni](mailto:apac.@apac.org.ni)

**Misión:** Establecer un ambiente propicio para el desarrollo local sostenible enfatizado en la diversificación de la base productiva agrícola, que fomente la inversión privada y formación de capital dentro de un contexto de transparencia y participación equitativa de todos los actores, de manera que productores, pequeños comerciantes, artesanos y otros participantes mejoren sus niveles de ingreso y fortalezcan las bases de la economía rural y la sociedad civil en las regiones donde incide PAC.

**Enfoques Temáticos:** servicios financieros, fomento agrícola, servicios agrícolas y de comercialización. PAC interviene a través de un modelo autogestionario para el desarrollo local (MADEL-PAC) que incentiva alternativas sostenibles e integrales tomando en consideración las oportunidades del entorno, el impacto socio económico y la disponibilidad y aprovechamiento de los recursos disponibles.

**Grupo Meta:** pequeños y medianos productores y pequeños empresarios, empresarias.

**Acciones desarrolladas en cacao:** fomento y establecimiento de plantaciones de cacao con seguimiento técnico, articulación de actores en la cadena del cacao (zona de trabajo), introducción de material vegetativo y establecimiento de bancos de germoplasma en las zonas de Bocai, Nueva Guinea y Río San Juan, transferencias de tecnologías como la propagación vegetativa vía injertos y enraizados de varetas para conservar la productividad del material introducido y seleccionado en la zona, manejo agronómico de cultivo y manejo post-cosecha; facilitación de cadena de producción mediante planes de negocio consensuados con los diferentes actores que participan, en grupos de negocio por rubro; búsqueda de mercado de exportación y establecimiento de convenios con empresas exportadoras; financiamiento integrales.

**Zonas de intervención en cacao:** Matagalpa (Rancho Grande y Matiguás); Jinotega (Sn Jose de Bocai, El Cua, wiwillí); Nueva Segovia (Murra); la RAAS (Nueva Guinea); Río Sn Juan; RAAN (Waslala).

**Numero de beneficiarios:** 2600 clientes de los cuales 600 son productores de cacao.

**Organizaciones e instituciones de apoyo:** Servicios financieros: APROSENG, ASCANG, ASOCAFEJ, GNR-LS, SOPGSA, CACAONICA; Servicios Agrícolas: Lideres Locales, Esperanza Coffe Group, Exportadora Atlantic, PRACEDES Products Inc., Gonzáles Argüello S.A. COOPAMAT, APINOR, PAGJINO; Servicios de Fomento: Empresas de servicios de Fomento Agrícolas (EFA's) y productores socios de fomento.

**Organizaciones e instituciones de financiamiento:** auxilio mundial, FCR, SG internacional, Fondos europeos PZN, PASA-DANIDA, PFID.

**Trabajo de organización considerando plan nacional de desarrollo:** PAC realiza acciones vinculadas a promover exportaciones y fomentar la producción agrícola y reducir importaciones; contemplando el plan nacional de desarrollo

## **9.8 Servicio Holandés de cooperación al desarrollo (SNV)**

**Tipo de organización:** ONG internacional

**Ubicación:** Managua, carretera a Masaya, del portón del colegio Teresiano 1c. al este casa No. 130

**Teléfono:** (505) 277-0817

**Fax:** (505) 2783328

**Pagina Web:** [www.snla.org](http://www.snla.org)

**Persona de contacto:** Herminia Palacios, directora.

**E-mail:** [SNVibw.com.ni](mailto:SNVibw.com.ni).

**Misión:** SNV es una organización comprometida con una sociedad en la que las personas tienen la libertad de dar forma a su propio desarrollo. Nuestros/as contribuyen a dicho compromiso fortaleciendo las capacidades de las organizaciones locales.

### **Enfoques temáticos:**

- Producción sostenible y equitativa, empleo e ingresos para los excluidos (café, lácteos, turismo, forestales e inversión social pública).
- Entrega efectiva y eficiente y mayor acceso a servicios Básicos (agua, potable y saneamiento y educación).
- Gobernabilidad: Participación ciudadana y transparencia de la gestión pública, equidad de genero y sostenibilidad ambiental.

**Grupo meta:** Organizaciones mezo-macro en los ámbitos público y privado.

**Beneficiarios:** a través de la colaboración con la cooperativa CACAONICA de waslala, se beneficia a 600 socios/as o familia de productores/as.

**Acciones Desarrolladas en Cacao :** SNV colaboran en el fortalecimiento de capacidades de los productores/as de Cacao en los siguientes temas:

- Organización comercial que incluye apoyo a la asociatividad, gestión financiera y alianzas estratégicas.
- Desarrollo, organización y fortalecimiento institucional.
- Calidad, certificaciones y diferenciación.

**Zonas de Intervención:** Actualmente en waslala-rancho grande

**Organizaciones e instituciones de apoyo:**

A nivel internacional: PNUD, impact alliance, WBCSD (World Business Council for Sustainable Development organization).

Nivel Latinoamericano: CIAT, Ruralter, CATIE.

## 9.9 PRO MUNDO HUMANO

**Tipo de Organización:** no gubernamental.

**Dirección:** Carretera sur, kilómetro 13 colonia Becklin, Managua.

**Ubicación:** Managua.

**Teléfono:** 265-8368

**Fax:** 265-7520

**Persona de Contacto:** Hans W. Grebe.

**E-mail:** [profundo@cablenet.com.ni](mailto:profundo@cablenet.com.ni)

**Apartado:** 2389, correo central Managua.

**Misión:** Cooperación económica y social en Nicaragua.

**Enfoques Temáticos:** Apoyo técnico y financiero en proyectos agroforestales.

**Grupo Meta:** Cooperativa CACAONICA Waslala y productores de cacao de Rancho Grande.

**Número de Beneficiarios:** 2900 productores directos y aproximadamente 20000 indirectos.

**Acciones Desarrolladas en Cacao:**

- Apoyo a pequeños productores para mejorar producción y productividad de cacao en sistemas Agro-Forestales.
- Combate de la Moniliasis del Cacao.
- Asistencia técnica y financiera para mejorar tratamiento post cosecha.
- Apoyo en la comercialización del cacao.
- Abrir mercados de exportación para cacao orgánico y fair trade.
- Formar y apoyar cooperativas para comercialización del cacao.



**Zonas de Intervención:** El Rama, Waslala y Rancho Grande.

**Numero de Manzanas Asistidas:** El Rama: 800 Mz., Waslala: 2500 Mz., Rancho Grande: 600 MZ.

**Organizaciones e Instituciones de Apoyo:** IDR, IICA, GTZ, Cia. Ritter Sport y Grupos Tercermundistas de Alemania.

**Organizaciones e Instituciones de Financiamiento:** las mismas mencionadas anteriormente.

## **9.10 Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)**

**Tipo de Organización:** organismo internacional.

**Ubicación:** Managua.

**Teléfono:** 266-1701

**Fax:** 266-6909

**Persona de Contacto:** Adolfo Castrillo.

**Página Web:** [www.penud.org.ni](http://www.penud.org.ni)

**E-mail:** Adolfo.castrillo@undp.org

**Apartado:** 3260

**Misión:** el PNUD es la red mundial de las naciones unidas para el desarrollo que promueve el cambio y conecta a los países con los conocimientos, la experiencia y los recursos necesarios para ayudar a los pueblos a forjar una vida mejor. Estamos presentes en 166 países, trabajando con ellos para ayudarlos a encontrar sus propias soluciones a los retos mundiales y nacionales del desarrollo. Mientras que fortalece su capacidad local, los países aprovechan los conocimientos del personal del PNUD y de nuestro amplio círculo de asociados.

**Enfoques Temáticos:** en nicaragua el PNUD tiene como meta ayudar al país a elaborar soluciones que permitan responder a los siguientes retos:

- La gobernabilidad democrática.
- Desarrollo económico sostenible.
- Energía y Medio Ambiente.

**Enfoque Regionales:** presencia en 176 países de los cuales 19 son hispanoamericanos.

**Grupo Meta:** organizaciones de productores y actores locales de apoyo; tomadores de decisión en el ámbito nacional.

### **Beneficiarios:**

Zona de las Minas: Aproximadamente 1500 productoras y productores.

La Cruz del Río Grande: Aproximadamente 300 productoras y productores.

**Acciones desarrolladas en Cacao:** desarrollo de capacidades productivas: fortalecimiento organizativo , elaboración conjunta de planes de desarrollo de conglomerado de cacao con actores de las Regiones Autónomas, alianzas publico privadas, análisis de la cadena de valor del cacao en la RAAS, apoyo en el establecimiento de una red de comunicación de productores de la Cruz del Río Grande.

**Zonas de intervención:** Siuna en la RAAN y la Cruz del Río Grande en la RAAS.

**Organizaciones e Instituciones de Apoyo:** alianza con ONUDI, alcaldías, MAGFOR, INTA, CPC.

**Organizaciones e Instituciones de Financiamiento:** a través del programa “Desarrollo de Capacidades para la Promoción del Desarrollo Humano de la Costa Caribe de Nicaragua”, se facilita asistencia técnica y financiera a diferentes entidades vinculadas al desarrollo de conglomerados de cacao en las regiones autónomas de Nicaragua.

### **9.11 Programa Campesino a Campesino, PCaC, Miembro de la UNAG**

**Tipo de Organización:** Asociación gremial privada

**Dirección:** Sede Central. Km. 3 y ½ carretera sur 1c. al Norte. Rpto. Las Palmas, Managua.

**Ubicación:** Managua.

**Telefono:** 250-2838/266-1675

**Fax:** 266-2531

**Pagina Web:** [www.unag.org.ni](http://www.unag.org.ni)

**Persona de Contacto:** Manuel Morales Navarro.

**E-mail:** [pcac@unag.org.ni](mailto:pcac@unag.org.ni)

**Apartado:** 4526

**Misión:** promover la construcción de nuevos modelos de agricultura, donde campesinos con nuestros propios recursos, conocimientos y capacidades de gestión, somos actores y autores de nuestro futuro, creando las bases para construir un sistema de desarrollo sostenible.

#### **Enfoques Regionales:**

- ❖ Producción orgánica.
- ❖ Comercio justo.
- ❖ Equidad de género.
- ❖ Pueblos indígenas.
- ❖ Protección al medio ambiente.

**Grupo Meta:** el PCaC trabaja con pequeños productores diversificados: ganado, granos básicos, pimienta, noni. A partir de hace unos tres años hemos promovido el rescate en algunos casos y en otros la implementación de pequeñas áreas de cacao (una a tres manzanas) en sus sistemas. En general son pequeños productores.

**Número de Beneficiarios:** a nivel nacional son aproximadamente 1,500 familias con las que a la fecha estamos promoviendo el cultivo del cacao (RAAN 1,200 y RAAS 300).

**Acciones Desarrolladas en Cacao:**

**Producción:**

Con las familias que se trabaja en la actualidad se cuenta con aproximadamente 200 manzanas (Mz) que hay que reestablecer ya que están en abandono o sin manejo, además hay unas 400 Mz que estén bien manejadas y que producen entre 1,200 a 1,600 quintales aproximadamente, esta cosecha se vende a compradores individuales y a algunas cooperativas como CACAONICA. Por otro lado, en la implementación de viveros, actualmente tenemos en el triangulo minero unas 100,000 plantas en distintos viveros a nivel de fincas de los productores. Y a partir de diciembre se iniciara el establecimiento de 400,000 nuevas plantas a nivel de las tres minas y la cruz del Río Grande. Otro aspecto es la reactivación de plantaciones viejas con atención sobre todo al control de la monilia, en ello ya estamos trabajando con equipos técnicos en Siuna, Rosita y Bonanza.

**Crédito:**

En la actualidad, no estamos financiando para el establecimiento de áreas. Los recursos están destinados al desarrollo de conocimientos de los productores en relación al cultivo (talleres, intercambios, etc.).

**Comercialización:**

La gran mayoría de las áreas establecidas aun no entran en producción y lo que producen las plantaciones viejas, la comercializan con intermediarios.

**Otros:** Nos interesa mucho y estamos trabajando en el tema que los productores, se posicionen en su territorio y a nivel nacional llamado “cluster del cacao” y que desde allí se pueda incidir en la toma de decisiones acerca de este cultivo.

**Zonas de intervención en cacao:**

RAAN: Rosita, Bonanza, Siuna, Layasiksa y Sasha.

RAAS: La Cruz de Río Grande.

**Asistencia Técnica en Producción, ubicación y área**

Departamento /Municipio	Área en manzanas (Mz) según tipo de Producción		Edad de la Plantación
	Convencional	Orgánica	
RAAN / Siuna	0	300	Entre 1 y 5 años
RAAN / Rosita	0	80	Entre 1 y 3 años
RAAN / Bonanza	0	100	Entre 1 y 4 años
RAAS / La Cruz de Río Grande	0	100	Entre 1 y 3 años
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>580 Mz</b>	

Departamentales: No existe instancia a nivel departamental. Esperamos incidir a nivel de consejo regional (RAAN), ya que contamos con un concejal que además es coordinador del PCaC en Siuna. Estamos organizando lo que sería la comisión regional del cacao en la RAAN.

**Instituciones u organizaciones de apoyo:** PNUD

**Instituciones u organizaciones que les brindan financiamiento y crédito:**  
Fundación Ford, PEMCE (Cooperación Británica).

## 9.12 INSTITUTO NICARAGÜENSE DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA (INTA)

**Tipo de organización:** Gubernamental.

**Dirección:** Edificio INTA Central.

**Ubicación (municipio y departamento):** Managua.

**Teléfono:** (505)278-0469, 278-8339

**Fax:** (505) 278-8339

**Página web:** [www.inta.gob.ni](http://www.inta.gob.ni)

**Persona de contacto:** Ing. Octavio Menocal Barberena.

**E-mail:** omenocal@inta.gob.ni

**Apartado:** 1247

**Misión:** Generar y transferir tecnologías para los sectores agropecuarios y forestales beneficio de los pequeños y medianos productores.

**Enfoques temáticos:**

- Investigación y desarrollo.
- Extensión.
- Certificación, capacitación y divulgación.
- Semilla.
- Post-cosecha y desarrollo de mercados.
- Planificación, seguimiento y evaluación.

**Grupo meta:** pequeños y medianos productores.

**Acciones desarrolladas a cacao:**

- Regentes del banco élite clonal de germoplasma de cacao en el centro experimental El Recreo, Rama, RAAS.
- Colecta de cacao local con miras a su mejoramiento genético dadas las finezas de estos cacaos y por el hecho de ser autóctonos.
- Asistencia técnica: manejo agronómico, control biológico de moniliasis, control cultural, fermentación y secado.

### Zonas de reservas de cacao

Río San Juan (papaturo, Laurel Galán), nueva guinea, El Rama, Waslala.

Ubicación	No. productores
Río San Juan	160
Nueva Guinea	300
El Rama	150
Waslala	450 (meta 700)

### Áreas estimadas de cacao en las zonas de intervención:

Ubicación	No. Manzanas
Río San Juan	280 (En abandono y en proceso de reinsertarlas al proceso de producción de cacao comercial).
Nueva guinea	600 (Áreas de reciente plantación, las cuales se ubican entre el primer año de establecimiento y los cuatro años en desarrollo).
El Rama	300 (En proceso de reinsertarlas en la producción comercial. Se esperan establecer 300 mz más con el apoyo de Atria-IPADE)
Waslala	1000 (Trabajo coordinado con PROMUNDO HUMANO y la cooperativa de cacao –CACAO NICA).
Río San Juan.	En la zona de Zábalos está la ONG-PASMA DANIDA la cual posee el programa de desarrollo del cacao con la siembra de unas 500 manzanas las cuales están en proceso de siembra, aunque ya se tienen avances de la siembra de 250 manzanas.

### Número de beneficiarios:

**Participación en aspectos locales o nacionales de incidencia:** cluster de cacao, trabajo con los comites municipales, consejo regional de producción en Rio San Juan.

### Organizaciones e instituciones de apoyo:

Alcaldías. GTZ, profundo Humano, Acción en Acción, FUNDAR, IPADE, IDR, MAFOR, INAFOR, MARENA, FADCANIC, ADRA, ACAWAS, ACODEMUBUE, WINROCK, CPC, FAO.

**Organizaciones e instituciones de financiamiento:** Banco mundial, Fondo FIDA, Fondo Común, FAO, Unión Europea, Austria.

### **9.13 Instituto de Desarrollo Rural (IDR)**

**Tipo de Organización:** Gubernamental.

**Dirección:** Km 8 y ½ Carretera a Masaya.

**Ubicación:** Managua, Nicaragua.

**Teléfono:** (505) 255 8777

**Fax:** (505) 255 8777

**Página Web:** [www.idr.gob.ni](http://www.idr.gob.ni)

**Persona de contacto:** Francisco Vega, Especialista en asistencia técnica.

**E-mail:** [francisco.vega@idr.gob.ni](mailto:francisco.vega@idr.gob.ni)

**Apartado:** LM 314

**Misión:** Apoyar el desarrollo productivo de los pequeños y medianos productores del sector rural, mediante la ejecución, administración y coordinación de programas y proyectos de inversión e infraestructura, que contribuyan a elevar la productividad y eficiencia, aumentar el empleo y los ingresos, mejorar el nivel de vida de la población rural en general; protegiendo al medio ambiente y los recursos naturales.

#### **Enfoques temáticos:**

- Contribuir, fomentar, desarrollar emprendimientos económicos negocios en el sector productivo rural.
- Apoyar el desarrollo de un sistema financiero que atienda el sector rural.
- Promover alianzas y estructuras asociativas y funcionales al desarrollo de los negocios.
- Generar capacidades productivas y habilidades laborales en el manejo de tecnologías de producción y gestión.
- Mejorar y expandir el desarrollo básico de infraestructura de apoyo a la producción y acceso a mercados.

**Grupo meta:** Pequeños y medianos productores.

**No. De Beneficiarios:** directos 305 e indirectos 750.

#### **Acciones desarrolladas en cacao:**

A través del programa de reactivación productiva Rural (PRPR) que tiene por objeto, incrementare en forma sostenible los ingresos de las familias rurales a través de inversiones de proyectos de apoyo a la competitividad y a la infraestructura productiva rural y de sub-componente de apoyo a la competitividad (PAC), Grupo de productores de las zonas rurales con potencial productivo pueden realizar propuestas integrales de inversión, asistencia técnica y capacitación. A la féchale programa ha aprobado los siguientes proyectos:

- Comercialización de la producción de cacao orgánico de Matiguás y Río Blanco de La Cooperativa Agropecuaria de Crédito y servicios CACAOTERA La Campesina R.L.
- Proyecto Cacao y Bosque, de Consorcio de Siuna Bonanza “CONDEBOSIU”.
- Mejoramiento Tecnológico de los pequeños y medianos productores de cacao del municipio de San José de Bocay.

**Institución u organizaciones de apoyo:**

MARENA, POSAF, MAGFOR, INTA, Alcaldías, MIFIC.

**Instituciones u organizaciones de financiamiento:**

BID, Cooperación Alemana-GTZ, FIDA, Cooperación Italiana, cooperación Finlandesa, Cooperación Japonesa, Cooperación Unión Europea.

**9.14 Asociación para la diversificación y Desarrollo Agrícola Comunal, ADDAC.**

**Tipo de organización:** Organización no gubernamental nacional.

**Dirección:** Repuestos Brenes 1 c. al norte, 2 ½ al este.

**Ubicación:** Matagalpa.

**Teléfono:** (505) 7727375, 772 7108

**Fax:** (505)7727108

**Página Web:** [addacmat@ibw.com.ni](mailto:addacmat@ibw.com.ni)

**Apartado:** 161

**Misión:** ADDAC es una asociación civil sin fines de lucro de carácter nacional que promueve en el norte del país el desarrollo agropecuario, productivo, comercial y asociativo sustentable, en alianza con sus grupos contrapartes (hombres, mujeres y jóvenes) que están en condiciones de desventaja socioeconómica, propiciando el desarrollo asociativo con eficiencia en su gestión empresarial y gerencial, sentido de equidad y desde la perspectiva e incidencia en el desarrollo humano y local.

**Enfoques temáticos:**

- Desarrollo humano y local.
- Desarrollo organizativo con visión empresarial.
- Desarrollo agropecuario sostenible.

**Grupo meta:** pequeños/as productores/as de la zona de Pancasán, Rancho Grande, La Dalia, El Tuma.

**Número de beneficiarios en cacao:** 400 participantes directos y 2400 indirectos.

**Acciones desarrolladas en cacao:**

Fomento y apoyo a la producción de cacao como una alternativa de diversificación agropecuaria, asistencia técnica y comercialización, a través de los proyectos:

- Seguridad alimentaria y desarrollo productivo con pequeños productores de la zona de pancasán.
- Fortalecimiento organizativo y desarrollo sostenible para un nuevo Waslala.
- Desarrollo rural sostenible en 10 comunidades de Rancho Grande.
- Seguridad alimentaria y desarrollo productivo en 8 comunidades del municipio Tuma-Dalia.
- Mejoramiento de la calidad y comercialización del café y diversificación productiva “Tuma”

**Zona de intervención:** Pancasán, Rancho Grande, Waslala, Tuma,-La Dalia.

**Organizaciones e instituciones de apoyo:** DED, SNV, PASOLAC.

**Organizaciones e instituciones de financiamiento:** Trocaire, NORAD, INERMON- OXFAM, Fondo de crédito rural, BRUEKE LE-PONT, NOVIV, CRS, DED, EIRENE, ASLN, FDH.

**Trabajo de la organización considerando plan nacional de desarrollo:**

Cluster Lechero Matiguás, plan de mejoramiento del cacao.

Nota: Esta participación es indirecta porque no estamos involucrados en las reuniones con el gobierno en el plan nacional de desarrollo.

### **9.15 Fundación para el desarrollo empresarial de Matagalpa (FUDEMAT)**

**Tipo de organización:** Organización no gubernamental.

**Dirección:** Edificio Catalina, planta alta, módulo # 4-a

**Ubicación:** Matagalpa, Matagalpa

**Teléfono:** 772-2372

**Fax:** 772-2372

**Persona de contacto:** Ing. Luis Tórrez Orozco, gerente de proyecto.

**E-mail:** fudemat@ibw.com.ni

**Apartado:** #33.

**Misión:** Fomentar, desarrollar y fortalecer el PYME, POR MEDIO DE LA co-ejecución de proyectos de desarrollo urbano y rurales.

**Enfoques temáticos:** Proyectos agropecuarios, sociales, forestales, feriales ambientales y de comercialización.

**Enfoques regionales:** Matagalpa (San Ramón, Matagalpa, Río Blanco, Matiguás) en ejecución de proyectos productivos y a nivel centroamericano por medio de la feria NICAMER.



**Acciones desarrolladas en cacao:**

Programa Eco-cacao que incluye: cercas vivas, establecimiento de cacao, plantaciones agroforestales, establecimiento de frutales, cocina mejorada, cultivo de cobertura, producción de compost, diques.

**Metas que se quieren alcanzar en este rubro:**

Establecimiento de 82 has de cacao en el 2006.

**Grupo meta:** Productores agropecuarios, artesanos, cooperativas y PYME.

**Número de beneficiarios:** 949, de los cuales 41 son productores de cacao y 700 son mujeres trabajando en economía de patio.

**Organizaciones e instituciones de apoyo:**

Alcaldía de Río Blanco, Alcaldía de Matagalpa, Alcaldía de San Ramón, TECHNOSERVE, FUDENIC, PC-MATAGALPA, UNICAFE.

**Organizaciones e instituciones de financiamiento:**

IDR, MARENA, POSAF II, MAGFOR FONDEAGRO.

**9.16 Fondo de desarrollo Agropecuario (FONDEAGRO)**

**Tipo de organización:** Gubernamental, cooperación Sueca/MAGFOR.

**Dirección:** Banco Uno 1c. al este, 25vrs al norte.

**Ubicación (municipio y departamento):** Matagalpa, Matagalpa.

**Teléfono:** 505-7420

**Fax:** 505-7420

**Página Web:** [www.fondeagro.org.ni](http://www.fondeagro.org.ni)

**Persona en contacto:** Jorge Malvenda, Director Ejecutivo.

**E-mail:** fondeagro@fondeagro.org.ni

**Misión:** Apoyo técnico y en comercialización a pequeños y medianos productores y productoras de café y leche en los departamentos de Matagalpa y Jinotega.

**Enfoques temáticos:**

- Producción agropecuaria.
- Género y apoyo a la mujer.
- Comercialización.
- Asociatividad.

**Enfoques regionales:**

Departamento de Matagalpa (Matiguás, Río Blanco, Muy Muy, Paiwas) y Jinotega (El Cúa., San José de Bocay, Wiwilí).

## **II. Aspectos regionales:**

### **Grupo meta:**

Pequeños y medianos productores.

### **No. De beneficiarios:**

- Matagalpa: 139 productores.
- Jinotega: 232 productores.

### **Acciones desarrolladas en cacao:**

- Introducción de cacao para sustitución de café en zonas marginales, con fines ambientales.
- Apoyo en la comercialización del rubro.

### **Zonas de intervención:**

- Matagalpa: Matiguás y Río Blanco.
- Jinotega: Plan de grama, El Cuá.

### **Área establecida por zonas:**

- Matagalpa: 144 Manzanas.
- Jinotega: 221.5 Manzanas.

### **Instituciones u organizaciones de apoyo:**

TECHNOSERVE, Serviteca, La Culmecca, FUEMAT, Fundación Violeta Barrios de Chamorro, Microfinancieras y alcaldías presentes en las zonas de intervención.

### **Instituciones u organizaciones de financiamiento:**

Agencia sueca de cooperación internacional para el desarrollo (Asdi).

## **9.17 Fundación para el desarrollo sostenible (FUDENIC SOS)**

**Tipo de organización:** Organización no gubernamental.

**Dirección:** Reparto San Juan. Costado oeste de la iglesia Santa Marta 90 vrs al sur.

**Ubicación:** Managua.

**Teléfono:** 2783041

**Página Web:** [www.fundenic.org.ni](http://www.fundenic.org.ni)

**Persona contacto:** Rosario Saénz Ruis.

**E-mail:** [rosariosaenzfundenic](mailto:rosariosaenzfundenic).

**Apartado postal:** No. 1389

**Misión:** Nuestra fundación tiene como misión iniciativas de carácter público o privado que sobre desarrollo sostenible se propongan en el ámbito local y nacional. En el marco de esta apoyo se brinda asesoría sobre el fortalecimiento y desarrollo municipal, planificación estratégica, manejo de áreas protegidas y ordenamiento territorial. Brinda capacitación para la adopción de conocimientos sobre aspectos

legales- institucionales, asesorías para el manejo de áreas protegidas, mejoramiento de la calidad de vida de la población como producto del manejo sostenible de los recursos naturales. Además brinda apoyo para la planificación territorial de áreas urbanas y rurales, ordenamiento ambiental y de la propiedad, así como el desarrollo rural comunitario.

**Enfoques temáticos:** Conservación de la biodiversidad, planificación y manejo de cuencas hidrográficas, comanejo de áreas protegidas, establecimiento y manejo de sistemas productivos sustentables ambiental y económicamente, educación ambiental.

**Enfoques regionales:** La fundación Nicaragüense para el desarrollo Sostenible, FUDENIC-SOS, es una organización sin fines de lucro que contribuye al desarrollo y mejoramiento del capital natural de Nicaragua mediante el apoyo a las localidades y las poblaciones asentadas en ellas.

**Acciones desarrolladas en cacao:** Dotación de semillas insumos, créditos dirigidos al establecimiento del cultivo del cacao, asistencia técnica, promoción de la producción orgánica.

**Zonas de intervención en cacao:** Municipio de Río Blanco, comunidades Mancera, Caño Negro, El Martillo, Las Peñitas y Wanawás.

**Número de manzanas que brindan asistencia técnica:** 200 manzanas (Mz) aproximadamente asistidas donde las actividades van desde su establecimiento y manejo agronómico del cultivo.

**Área estimada de cacao en la zona:** En la zona se registran 800Mz de estas se puede decir que 600 están en producción y 200 se han establecida en los últimos dos años.

**Número de beneficiarios:** 100 beneficiarios directos y más de 15000 personas indirectas.

**Organizaciones e instituciones de apoyo:** IDR, Alcaldía Municipal, MARENA, INAFOR, MAG-FOR.

**Organizaciones e instituciones de financiamiento:** Fondos USAID a través del proyecto COMAP, Unión Europea, Cospe/Dipecho, MARENA/POSAF con fondos del BID, PRPR/IDR con fondos del BID.

## **9.18 Otros Actores relacionados a la Cadena de Cacao**

Asociación Comité de Desarrollo Municipal Muelle de los Bueyes  
ACODEMUBUE.

Persona contacto: Arturo Gómez.

Teléfono: 6228075

Cooperación Técnica Alemana  
Edgar Kopsel, Humberto Vallecillo.  
2685615  
E-mail: [Edgar.kopsell@gtz.de](mailto:Edgar.kopsell@gtz.de)

Comisión Presidencial de Competitividad  
Persona de contacto: Guillermo Somarraba, coord. Cluster de cacao y café.  
Teléfono: 278 4168/2772955

El Castillo del Cacao S.A  
Persona de contacto: Harm van Oudenhoven, gerente general.  
Teléfono: 772 3529  
E-mail: [harm@elcastillodelcacao.com](mailto:harm@elcastillodelcacao.com)

Fundación para la autonomía y el Desarrollo de la Costa Atlántica, FADCANIC.  
Página Web: [www.fadcanic.org](http://www.fadcanic.org)  
Persona contacto: Luis Guillén  
E-mail: [falca@ibw.com.ni](mailto:falca@ibw.com.ni)

Instituto Interamericano de Cooperación para Agricultura, IICA.  
Teléfono: 2772754 (55) ext. 117  
Persona contacto: Roberto Brenes.  
E-mail: [Roberto.brenes@iica.int.ni](mailto:Roberto.brenes@iica.int.ni)

Ministerio de agricultura y ganadería, MAGFOR  
Persona de contacto: Ivan Buchting, delegado Matagalpa  
Teléfono: 7723611  
E-mail: [mafmatag@ibw.com.ni](mailto:mafmatag@ibw.com.ni)

OXFAM Gran Bretaña  
Persona de contacto: Martín Medina, oficial de proyectos  
Teléfono: 2771455, 6048562

Programa para la Agricultura Sostenible de América central  
PASOLAC, Nicaragua  
Código postal 6024  
Semáforos de la UCA 1 CALLE ARRIBA 1 calle al sur 10 vrs abajo. Casa No. 67.  
Teléfonos: 278-3073, 278- 3074, 277-0393  
E-mail: [pasolac@ibw.com.ni](mailto:pasolac@ibw.com.ni)

Proyecto Manejo Sostenible-PMS  
Persona contacto: Alicia Paucar, PASMA DANIDA.  
Teléfono: 5830179 (Sabalos), 2661185 (Managua)  
E-mail: [pmsdir@ibw.com.ni](mailto:pmsdir@ibw.com.ni)

Asociación de Productores Exportadores de Nicaragua (APEN)

Contacto: Ing. Jorge Brenes Abdala. Gerente General  
Telefono: 2686053  
Email: [jbrenes@apen.org.ni](mailto:jbrenes@apen.org.ni)

Swiss Contact.

Cisa Exportadora.  
Contacto: Ing. Jorge Eslaquit. Gerente Seccion Granos.  
Telefono: 8879782  
Email: [eslaquit@hotmail.com](mailto:eslaquit@hotmail.com)  
Exportadora Atlantic, S.A. Grupo ECOM

LAFISE de Nicaragua.

MIFIC. Ministerio de Fomento Industria y Comercio

Café Soluble S. A. (comercializadora)  
Ing. Gerardo Paez  
Telefono: 4090316  
Email: [gapc77@hotmail.com](mailto:gapc77@hotmail.com)

Consorcio Bonanza-Siuna (CONDEBOSIU)

Unión Cristiana de Productores (UNCRISPROCA)

Asociación Comité de Desarrollo Local de Muelle de los Bueyes (ACODEMUBUE)

Ecomercados. Inter Cooperation  
Contacto: Ing. Miguel Hernandez, Coordinador Regional  
Telefono-fax: 277 0325, 277 0389  
Email: [mh.ecomercados@cablenet.com.ni](mailto:mh.ecomercados@cablenet.com.ni)  
Direccion: Edificio INVERCASA, Managua, Nicaragua  
Apartado postal 6024

COMASA  
Contacto: Ing. Jaime del Carme Hanon, Gerente Financiero  
Telefono: 266529656  
Email: [jdelcarmen@comasa.com.ni](mailto:jdelcarmen@comasa.com.ni)

Universidad Autonoma de Nicaragua Leon  
Contacto: Dr. Rigoberto Sampson Granera, Rector Magnifico UNAN Leon  
Telefono: 3111779  
Direccion: Edificio Central de UNAN Leon, Nicaragua.

Fundación para la Autonomía y el Desarrollo de la Costa Atlántica (FADCANIC)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

La Danesia S. A. Comercializadora

Industria Parmalat

Industria El Eskimo S. A.

Inversiones Nicaragüenses S.A Industria (INVENISA)

FINDESA Financiera

AAA (Asociación de Ayuda para la Autoayuda)

ACAWAS (Asociación Campesina de Waslala)

ADRA Agencia Adeventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales

ANAO Costa Rica Asociación Nacional de Agricultura Orgánica de Costa Rica

HH Cocoa. Importadora

AOPPON Asociación de Productores y Productoras Orgánicos de Nicaragua

ASLN Asociación Solidaria Luxemburgo Nicaragua

BANPRO Banco de la Producción

BID Banco Interamericano de Desarrollo

CATIE Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza

CIAT Centro Internacional de Agricultura Tropical

CLUSA Liga de Cooperativas de los Estados Unidos de América  
Contacto: Ing. Carlos Sanchez  
Telefono: 2657123  
Email: [csanchez@clusa.org.ni](mailto:csanchez@clusa.org.ni)

COCBIO Coalición para la Conservación de la Biosfera del Sureste

COOPMAT Cooperativa de Productores de Matagalpa (por contactar)

COSPE/ Dipecho Cooperación para el Desarrollo de Países Emergentes- Programa de Preparación de Desastres

CRS Catholic Relief Services

DED Deutsche Entwicklungsdienst

EEJAC escuela experimental Jan Amos Comenius

EFA's Empresa de Servicios de Fomentos Agrícolas

EIRENE Servicio cristiano Internacional por la Paz

FAO Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación

FCR Fondo de Crédito Rural

FIDA Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola

FUNDAR Fundación de Amigos del Rio San Juan

FUNDENIC Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Sostenible

GALCI Grupo América Latina y El Caribe de IFOAM

ODM Objetivos de Desarrollo del Milenio

PND Plan de Desarrollo de Nicaragua

PZN Proyecto Zona Norte

## **Bibliografía.**

Beckett, S. T; (1999): Industrial chocolate manufacture and use. 3rd edition. Blackwell Science, 1999.

Camargo, J. M; (2002): Estudio del mercado mundial del cacao. Chemonics International, WashingtonD.C.

Diario La Prensa. Artículos varios. Nicaragua. [www.laprensa.com.ni](http://www.laprensa.com.ni)

Ecomercados. El Mercado del Cacao Orgánico.

El Cacao: la Riqueza Potencial de la Tierra Nica a la Espera de ser Explotada Comercialmente en los Mercados Internacionales. Ing. Octavio Menocal Barberena. Director de Investigación y Desarrollo, INTA.

El Nuevo Diario. Artículos varios, Niicaragua. [www.elnuevodiario.com.ni](http://www.elnuevodiario.com.ni)

Faostat, (2004): Última actualización Febrero de 2005. UK Food Group. IIED.

FAOSTAT, (2005): [www.faostat.fao.org](http://www.faostat.fao.org)

FUNICA 2007. Análisis de La Cadena Subsectorial del CACAO. Nicaragua.

International Cocoa Organization Web Site: <http://www.icco.org>

Jissel Chavarría Actores el Cacao en Nicaragua. Organizaciones de Productores y Productoras y Organizaciones e Instituciones de Apoyo. Julio del 2006. Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo, SNV.

Leal, F; (1993): Historia y origen del cacao, en: Foro “500 Años de la América Tropical”. Academia de Ciencias Físicas, Matemáticas y Naturales. 8 p.

Madeley, J; (2000): Trade and hunger: an overview of case studies on the impact of trade liberalisation on food security. The Church of Sweden Aid, Swedish Society for Nature Conservation and Programme of Global Studies. Stockholm.

Ministerio de Agricultura y Forestal (MAGFOR). Programa Nacional de Desarrollo del Cultivo del Cacao. Nicaragua 2006.

Martínez Covalada, H; et. al; (2005): La cadena del cacao en Colombia: una mirada global de su estructura y dinámica 1991 – 2005. Documento de trabajo nº 58.



- Observatorio Agrocadenas Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia.
- Miguel Malespín. Pro Mundo Humano, Waslala, Nicaragua. Comunicación Personal, 2007.
- Organización Internacional del Cacao de Londres citado en el Anuario EFTA: El desafío del Comercio Justo, 2001 - 2003.
- Ortega, Marvin. Gerente General CACAONICA, Waslala, Nicaragua, 2007. Comunicación Personal.
- ONU. Informe del Desarrollo Humano 2005. Las Regiones Autónomas de la Costa Caribe. [www.idhnicaribe.org](http://www.idhnicaribe.org)
- Programa Nacional de Mejoramiento de la Productividad del Cacao en Nicaragua con Énfasis en el Manejo de la *Moniliasis*. Comisión Presidencial de la Competitividad, Nicaragua.
- Pérez, Guillermo. Presidente Junta Directiva CACAONICA, Waslala, Nicaragua. Comunicación Personal, 2007.
- Robert Dilger, GTZ – Nicaragua y Edgar Köpsell, GTZ -Nicaragua Presentación Tercera Reunión de Expertos de Gobierno sobre Consumo y Producción Sustentables de América Latina y el Caribe Managua, Nicaragua, 3. – 5. Agosto 2005
- Sarno, N; (2000): EU Chocolate Vote Threatens Cocoa Producers. m
- Swift, R; (1998): A Cocoa Farmer in Cadbury’s Court: Chocolate Wars, New Internationalist, Issue 304.
- UNCTAD, (2003), Basado en datos de International Cocoa Organization, Quaterly Bulletin of Cocoa Statistics, 2003,
- UNCTAD, (2001): International Cocoa Agreement 2001. United Nations Conference on Trade and Development. Geneva. 45 UNCTAD, (2001): op. cit.
- UNCTAD / INFOCOMM 2006. Información de Mercados de Productos. [www.unctad.org](http://www.unctad.org)