

CONSULTORIA POR PRODUCTO: ESTUDIO PARA LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN, INDICACIÓN GEOGRÁFICA Y MARCA COLECTIVA PARA CACAO NATIVO BOLIVIANO PARA EL PROYECTO FORTALECIMIENTO CON ASISTENCIA TECNICA Y DESARROLLO DE MERCADOS AL RUBRO DEL CACAO A NIVEL NACIONAL

PRODUCTO 1: PLAN DE TRABAJO, CRONOGRAMA ELABORADO Y ANÁLISIS DE MERCADO DE CACAO

Elaborado Por: Ing. Néstor Vera Villanueva

Lic. Mario Aranibar Echave



La Paz, 03 de julio de 2023

ACRÓNIMOS

CIPCA	Centro de Investigación y Promoción del Campesino
CLAC	Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo
COPRACAO	Confederación de Productores y Recolectores Agroecológicos de Cacao de Bolivia
CAN	Comunidad Andina de Naciones
CPI-Cacao	Complejo Productivo Integral del Cacao
DANIDA	Cooperación al Desarrollo de Dinamarca
DOP	DOP
DO	Denominación de Origen
EL CEIBO	Central de Cooperativas de Alto Beni
ERC-Cacao	Espacios Regionales de Concertación del Cacao
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FEPRACAO	Federaciones departamentales de cacao
FLO	Fairtrade Labelling Organization
GAM	Gobierno Autónomo Municipal
ICCO	Organización Internacional del Cacao (sigla en Inglés)
INE	Instituto Nacional de Estadística
INIAF	Instituto Nacional de Investigación Agrícola Forestal
IPDSA	Institución Pública Desconcentrada Soberanía Alimentaria
IGP	Indicación Geográfica Protegida
IG	Indicación Geográfica
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
MC	Marca Colectiva
MDPyEP	Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural
MDRyT	Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras
OMPI	Organización Mundial de Propiedad Intelectual
OECAS	Organizaciones Económicas Campesinas
OECOM	Organizaciones Económicas Comunitarias
PI	Propiedad Intelectual
SENAPI	Servicio Nacional de Propiedad Intelectual
SENASAG	Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria
TCPA	Tasa de Crecimiento de Promedio Anual



TGN	Tesoro General de la Nación
TM	Toneladas Métricas
UMSA	Universidad Mayor de San Andrés
UMSS	Universidad Mayor de San Simón
VDRA	Vice Ministerio de Desarrollo Rural y Agropecuario.



ÍNDICE

PRODUCTO 1: PLAN DE TRABAJO, CRONOGRAMA ELABORADO Y ANÁLISIS DE MERCADO DE CACAO	5
1. Estrategia de implementación de la consultoría.....	5
2. Planificación de actores y entidades que participan en cada una de las regionales del proyecto.....	7
3. Requisitos, autorizaciones y/o comunicaciones necesarias para la realización de cada actividad y estimación de los plazos correspondientes.....	12
4. Metodología a ser aplicada.....	17
5. Programación y calendario de actividades.....	18
6. Presentación del Plan de Trabajo.....	20
7. Análisis internacional del mercado de cacao.....	24
7.1. Factores y Tendencias que Impactan al Mercado de Cacao y Chocolate ...	26
7.2. Demanda y oferta a nivel mundial del cacao y chocolate	27
7.3. Análisis de la oferta y la demanda de cacao a nivel nacional	28
8. Bibliografía consultada	30



PRODUCTO 1: PLAN DE TRABAJO, CRONOGRAMA ELABORADO Y ANÁLISIS DE MERCADO DE CACAO

1. Estrategia de implementación de la consultoría

La estrategia de implementación de la presente consultoría se fundamenta principalmente en el marco normativo e institucional del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), que tiene por objeto regular aspectos procedimentales para la obtención de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica y Denominación de Origen, en armonía con la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), regulada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que es un organismo especializado perteneciente a las Naciones Unidas. Su misión es llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional de Propiedad Intelectual (P.I.) equilibrado y eficaz, que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos.

En relación con este marco normativo e institucional los objetivos que se plantean alcanzar en la consultoría, son los siguientes:

Objetivo General

Elaborar un estudio con información de indicación geográfica (nombre del lugar de origen) de cosecha y recolección del cacao nativo boliviano, para designar, distinguir y otorgar un derecho y protección del cacao nativo boliviano, determinación denominación de origen, y constituir una marca colectiva para posicionar el cacao nativo boliviano en los mercados nacionales e internacionales apoyado por el Programa Nacional de Apoyo a la Producción y Recolección de Cacao.

Objetivos Específicos

- Realizar la estrategia de intervención e implementación de las acciones inherentes a la consultoría en el área de cobertura del proyecto, considerando los requisitos principales para la denominación de origen.
- Determinar el proceso para obtener la denominación de origen para designar, distinguir y otorgar un derecho y protección del cacao nativo boliviano.
- Determinación e indicación geográfica de los ecotipos de cacao nativo en las distintas regionales, de acuerdo a los ciclos productivos de cosecha y recolección del cacao nativo boliviano.
- Generar la documentación para crear la marca colectiva del cacao nativo boliviano para la imagen país.

Los requisitos y procedimientos, para solicitar el Registro de una Marca Colectiva (MC) y/o la declaratoria de protección de una Indicación Geográfica (IG) o Denominación de Origen (DO) son disímiles y conllevan diferentes tiempos, para poder lograr estos registros el SENAPI, cuenta con



instrumento jurídico que regula su accionar mediante su “Reglamento de Procedimiento Interno de Propiedad Industrial”.

En este marco, se plantea desarrollar acciones estratégicas independientes, para la consecución de cada uno de los productos establecidos en la consultoría, cuyo esquema procedimental, se presenta a continuación:

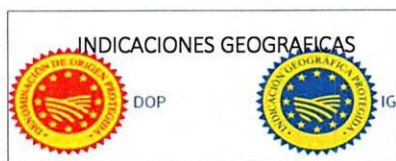
Esquema N° 1 Estrategia para la Implementación de la Consultoría



* Los regímenes de indicación geográfica de la UE protegen el saber hacer, la autenticidad y unas condiciones agroambientales específicas en la UE y los principales compradores del cacao boliviano son precisamente países de Comunidad Europea como: Alemania, Francia, Inglaterra, Dinamarca y otros. Cabe señalar que EEUU no reconoce DO.

Se debe tomar en cuenta que, las indicaciones geográficas comprenden las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP). Estos regímenes protegen el nombre de un producto que procede de una región específica y sigue un proceso de producción tradicional particular.

En el caso de las DOP, las materias primas deben proceder de la región de origen, donde deben llevarse a cabo todas las fases de producción. En cuanto a las IGP, debe tener lugar en la región al menos una de las tres fases: producción, transformación o elaboración.



2. Planificación de actores y entidades que participan en cada una de las regionales del proyecto.

De acuerdo con información de Conservación Internacional (2014) y ONU Mujeres (2017), en Bolivia existen 33 Organizaciones que agrupan a productores y recolectores de cacao. El siguiente cuadro, nos muestra las organizaciones de productores, por departamento, región productora, instituciones de apoyo y tipo de cacao (silvestre y cultivado).

Cuadro N° 1 Asociaciones de productores locales por región y tipo de cacao

Departamento	Asociaciones y agrupaciones en proceso de organización		Región Productora	Municipios	Unidad Territorial	Tipo de Cacao
BENI	1	Asociación de Recolectores y Productores de Cacao de Baures (AREPCAB)	Baures	Baures	TCO Baures	Silvestre
	2	Asociación de Comunidades Productoras de Chocolate de Baures (ACPROCHOB)	Baures	Baures	TCO Baures	Silvestre
	3	TCO Baures	Baures	Baures	TCO Baures	Silvestre
	4	Asociación Agroforestal Indígena de la Amazonía Sur (AAIAS)	Moxos	Santa Ana, San Ignacio, Trinidad, San Javier	TIM y TIMI	Silvestre y cultivado
	5	Asociación de Productores Agroforestales de San Andrés Distrito II (APASAD II)	Moxos	San Andrés	Comunidades Trinitarias	Cultivado
	6	Asociación Ecológica de Cacao Amazónico Rurrenabaque (ASECAR)	Rurrenabaque	Rurrenabaque	Intercultural	Cultivado
	7	Comunidades de la Provincia Marbán	Moxos	San Andrés	Comunidades Trinitarias	Cultivado
	8	Comunidades de la Provincia Cercado	Moxos	San Javier	Comunidades Trinitarias	Cultivado
	9	Comunidades de Pilón Lajas	Pilón Lajas	Rurrenabaque	RB TCO Pilón Lajas	Cultivado y silvestre
	10	Federación Departamental de Productores y Recolectores de Cacao - FEDPRACAO - BENI	Beni	Trinidad	Departamental	Cultivado y silvestre
BENI - PANDO	11	Asociación de Productores Agroecológicos de la Región Amazónica de Bolivia (APARAB)	Riberalta	Riberalta, Guayaramerín y Agua Dulce (Pto. Gonzalo Moreno)	Varios	Silvestre y cultivado
BENI - COCHABAMBA	12	Asociación de Chocolateros Sauce - TIPNIS	TIPNIS	San Ignacio, Loreto, Villa Tunari	TIPNIS	Silvestre y cultivado
COCHABAMBA	13	Unión de Asociaciones de Productores de Cacao del Trópico de Cochabamba (Chocolate Tropical)	Trópico de Cochabamba	Villa Tunari, Sinahota, Chimoré, Puerto Villarroel y Entre Ríos	Intercultural	Cultivado
	14	Asociación de Recolectores de Cacao Silvestre Yuracaré (ARCASY)	TCO Yuracaré	Chimoré y Villa Tunari	TCO Yuracaré	Silvestre



	15	Federación Departamental de Productores y Recolectores de Cacao - FEDPRACAO - Cochabamba	Trópico de Cochabamba	Villa Tunari, Sinahota, Chimoré, Puerto Villarroel y Entre Ríos	Departamental	Cultivado y silvestre
LA PAZ	16	Asociación de Productores de Cacao Nativo Ecológico (APCAO Mapiri)	Larecaja, Ixiamas	Mapiri	TCO Lecos de Larecaja	Cultivado
	17	Asociación Chocolecos	Larecaja Ixiamas	Guanay	TCO Lecos de Larecaja	Cultivado
	18	Asociación de Productores Agroecológicos de Tumupasa (APAET)	Larecaja Ixiamas	San Buenaventura	TCO Tacana	Cultivado
	19	Asociación Económica de Productores y Acopiadores de Cacao Madidi (AEPACOM)	Larecaja, Ixiamas	San Buenaventura	Intercultural	Cultivado
	20	Central Integral Agroecológica de Alto Beni (CIAAB)	Caranavi y Sur Yungas	Palos Blancos y Alto Beni	Intercultural	Cultivado
	21	Comunidad Carmen del Emero	Larecaja Ixiamas	Ixiamas	TCO Tacana	Silvestre
	22	Cooperativa Agropecuaria y Comercialización Alto Sajama Ltda.*	Caranavi	Alto Beni	Intercultural	Cultivado
	23	Central de Cooperativas el CEIBO	Caranavi, sur Yungas y Teoponte	Alto Beni, Palos Blancos y Teoponte	Intercultural	Cultivado
	24	Federación Departamental de Productores y Recolectores de Cacao - FEDPRACAO - La Paz	Norte de La Paz	Alto Beni, Palos Blancos, Teoponte, Mapiri, Guanay	Departamental	Cultivado y silvestre
SANTA CRUZ	25	Confederación de Productores y Recolectores de Cacao - COPRACAO	Nacional	La Paz, Cochabamba, Beni, Santa Cruz y Pando	Nacional	Cultivado y silvestre
	26	Chocolateros Indígenas del Municipio de Urubichá (ACHIMU)	Guarayos	Urubicha	TCO Guarayos	Silvestre
	27	Asociación Integral de Productores de Ascensión de Guarayos (AIPAG)	Guarayos	Ascensión de Guarayos	TCO Guarayos	Cultivado
	28	APROCAB (Municipio de San Carlos)	San Carlos	San Carlos	Intercultural	Silvestre cultivado
PANDO	29	Federación Departamental de Productores y Recolectores de Cacao - FEDPRACAO - Santa Cruz	Santa Cruz	Yapacani, San Carlos, Guarayos		Cultivado y silvestre
	30	Asociación Indígena de Productores y Recolectores Agroecológico de Cacao de la región amazónica AINPRACAOAMAPA	San Lorenzo	San Lorenzo (Comunidad Loreto)	Intercultural	Cultivado
	31	Asociación de Productores Integral Londres II - APIL II	Filadelfia	Filadelfia	Intercultural	
	32	Asociación de Pequeños Productores Comunidad Petronila - APPCP	Filadelfia	Filadelfia	Intercultural	
	33	Federación Departamental de Productores y Recolectores de Cacao - FEDPRACAO - Pando	Norte amazónico		Departamental	Cultivado y silvestre

Fuente: Conservación Internacional, 2014; ONU Mujeres, 2017



El siguiente cuadro, nos muestra las instituciones públicas y/o privadas que vienen ejecutando distintas acciones de fortalecimiento en el rubro de cacao y en distintos ámbitos geográficos:

Cuadro N°2: Instituciones públicas y privadas de apoyo productivo al rubro del cacao

Instituciones de Apoyo	Cobertura	Objetivos Institucionales
Institución Pública Desconcentrada de Seguridad Alimentaria – IPDSA	Nacional	Viene ejecutando el Programa Nacional del cacao, que tiene por objeto de fortalecer las capacidades técnicas y consolidación de la producción, recolección y del cacao a nivel nacional.
Instituto Nacional de Innovación Agropecuaria y Forestal - INIAF	Nacional	- Desarrollar investigaciones sobre la base de los requerimientos y necesidades del sector productivo agropecuario y forestal, generando resultados finales aplicables como opciones, alternativas, y productos tecnológicos, asimismo ejecutar líneas de investigación estratégica orientadas a la búsqueda de conocimientos básicos que fortalezcan las políticas nacionales. - Asegurar la conservación y disponibilidad de los recursos genéticos de la agrobiodiversidad
Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria - SENASAG	Nacional	- Administrar el régimen de sanidad agropecuaria y la inocuidad alimentaria en los tramos productivos y de procesamiento. - Mantener la situación sanitaria de las plagas y enfermedades exóticas del país y mejorar la situación sanitaria de aquellas plagas y enfermedades de importancia económica presentes en Bolivia
Fondo Nacional de Desarrollo Integral - FONADIN	Municipios de Palos Blancos, Alto Beni, Chimoré, Shinahota, Puerto Villarroel y Entre Ríos.	Generar procesos de desarrollo integral sostenible, fomentando capacidades de autogestión comunitaria e institucional, que incluyan inversión pública y privada solidaria, para eliminar los factores causantes de la pobreza, la exclusión social y el deterioro ambiental, aplicando de forma interna y externa la Estrategia de Revalorización de la Hoja de Coca
EMPODERAR	Nacional	- Operador de las políticas públicas definidas en el Plan Nacional de Desarrollo “Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien (PND).
Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA)	CIPCA Beni; CIPCA Norte Amazónico ; CIPCA Santa Cruz	- En el marco de la gestión territorial, consolidar la propuesta económica productiva que garantiza su seguridad alimentaria y la generación de excedentes comercializables de las familias y comunidades indígenas originarios. - Incrementar el valor de la producción de los rubros estratégicos mediante la transformación y comercialización de las Organizaciones económicas indígena originario campesinas consolidadas
HELVETAS BOLIVIA	Beni	- Apoyo a personas y comunidades pobres y desfavorecidas en países en desarrollo y países en transición que activamente desean mejorar sus condiciones de vida. - A través de nuestros programas de desarrollo ayudamos a gente a ayudarse a sí mismos y a permitir que las personas mejoren su calidad de vida de manera sostenible. - Acciones de fortalecimiento a la cadena productiva del cacao amazónico silvestre y cultivado.
Wildlife Conservation Society – WCS	Municipios de Mapiro, Guanay, San Buenaventura, Exiama y TCO Pilon Lajas	Fortalecer la capacidad de conservar paisajes relevantes y especies prioritarias, generando mejores prácticas de manejo de recursos naturales y contribuyendo a la interacción entre desarrollo sostenible y conservación de la vida silvestre. Las actividades de WCS se ejecutan mediante alianzas sólidas con los actores locales y en el marco de convenios con instituciones estatales, académicas y organizaciones sociales



Conservación Internacional	Amazonia Boliviana	En base al conocimiento científico, en Conservación Internacional trabajamos para lograr el bienestar humano de los bolivianos, promoviendo acciones de desarrollo sostenible a través de modelos demostrativos de campo. Visualizamos un futuro donde las sociedades estén comprometidas con el cuidado de la naturaleza para su propio bienestar y el de toda forma de vida; para ello sumamos esfuerzos junto a quienes comparten nuestra pasión a través de alianzas estratégicas, el fortalecimiento de capacidades, y la generación y divulgación de información.
Fautapo	Amazonia, Departamento de Pando	Contribuir al empoderamiento social y económico de hombres y mujeres, fomentando el desarrollo productivo sostenible y equitativo, a través de la vinculación de la producción con la formación en los complejos priorizados y la consolidación de alianzas multifactoriales.
PIAF – CEIBO Fundación para el Desarrollo Sostenible	Municipios de Alto Beni y Palos Blancos, en el Departamento de La Paz	Brindar asistencia técnica, capacitación y actualización en el manejo de cacao y sistemas agroforestales; garantizar la producción y certificación de cacao Orgánico y Comercio Justo; realizar investigación en la problemática del cacao, sistemas agroforestales y especies forestales; producir plantas de calidad de cacao, maderables, medicinales y otros frutales; mantener el banco de semillas agroforestales; mantener germoplasma de cacao; y transformar la madera proveniente de las parcelas agroforestales.
Estación Experimental de Sapecho – UMSA	Departamento de La Paz	Investigación, Banco de Germoplasma con la mayor biodiversidad de cacao en Bolivia, implementada en jardines clonales.
Universidad Autónoma de Pando (UAP)	Departamento de Pando	Investigación y Formación de Recursos Humanos.
Universidad Autónoma del Beni (UAB)	Departamento del Beni	Formación de Recursos Humanos en el manejo de cacao nativo boliviano. Investigación y/o asesoramiento técnico; e interacción social.
Institutos de Investigación (Biología Molecular y biotecnología, Biología, Biotecnología Molecular) de la UMSA	Departamento	Investigación en la cadena productiva del cacao, prestación de servicios en laboratorio y análisis de compuestos, suelos y componentes moleculares.
SOLUCIONES PRÁCTICAS	Departamento de La Paz	Innovación tecnológica en los procesos de beneficiado del grano de cacao y asistencia técnica.
Servicio Nacional de Áreas Protegidas (SERNAP)	Nacional	Fortalecer la gestión integral de las AP, para la conservación de la biodiversidad, manejo y aprovechamiento sustentable de los componentes y sistemas de vida de la Madre Tierra, mediante la aplicación de la normativa, formulación de nuevos instrumentos de gestión, aplicación de tecnologías apropiadas, participación social y sostenibilidad financiera que contribuya a la disminución de la pobreza, para el Vivir Bien, en el marco del Plan de Desarrollo Económico y Social.
ECOTOP	Departamento de La Paz	Asistencia técnica en cacao, consultorías internacionales en el diseño e implementación de parcelas bajo sistemas agroforestales sucesionales.
Fundación Amigos de la Naturaleza	Departamento de Beni y Santa Cruz	Acciones de fortalecimiento a la cadena de producción del cacao silvestre y cultivado.
Central de Cooperativas El CEIBO	Departamento de La Paz	Organización productiva de cacao, que trabaja dentro la cadena productiva agroindustria del cacao orgánico y otros productos. Bajo criterios de sostenibilidad económica, social y medio ambiental. Satisfaciendo las necesidades de sus asociados y productores del rubro, con autogestión propia bajo la filosofía del cooperativismo.

GAD BENI	Departamental	Ley Departamental N° 88 Del Cacao Nativo Amazónico del Beni. La nueva ley tiene como objeto el fomento a la producción sostenible y la protección del cacao (<i>Teobroma cacao</i>) nativo amazónico, silvestre y cultivado, en el departamento del Beni.
GAM Alto Beni	Municipal	Ley Municipal que declara como capital del "Cacao Orgánico" de Bolivia. Ley N° 2549 del de noviembre de 2003.
GAM San Carlos	Municipal	Ley Municipal que declara como "San Carlos, Capital del Chocolate". Ley N° 2549 del 4 de noviembre de 2003
GAM de Baures	Municipal	"Capital del Cacao Nativo"
FEDPRACAOs (Cochabamba, Santa Cruz, La Paz, Pando y ABP – CACAO)	Departamentales	Organizaciones socio productivas que aglutinan a las Asociaciones productoras y recolectoras de cacao a nivel departamental. Organizaciones de representación departamental en el rubro de producción del cacao.
COPRACAO – Bolivia	Nacional	Organizaciones socio productiva Nacional que aglutina a las Federaciones Departamentales del País productoras y recolectoras de cacao. Organización de representación Nacional en el rubro de producción del cacao.

Elaboración Propia. Fuente: Programa Cacao (FAO y MDRyT).

Identificada el área protegida, se procederá con la participación y coordinación de las actividades con actores locales sociales (Organizaciones de productores y/o Asociaciones de productores) e Institucionales a nivel municipal, departamental y nacional de acuerdo a sus atribuciones y competencias, como también instituciones privadas que trabajan en el rubro del cacao, conducente a lograr la MC, IGP y DOP, para lo cual se planificará las tareas que cada actor debe cumplir, de manera conjunta y concertada.



3. Requisitos, autorizaciones y/o comunicaciones necesarias para la realización de cada actividad y estimación de los plazos correspondientes.

Los requisitos y las autorizaciones para registrar una Marca Colectiva (MC) y la Declaración de protección de una Indicación Geográfica Protegida (IGP) y una Denominación de Origen Protegida (DOP) están claramente establecidas, en el marco normativo del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI). A continuación, se detallan las definiciones, los objetivos y requisitos que están establecidos en el SENAPI, referente a la DO, IG y MC.

Marco conceptual de la DO:

Es una herramienta comercial que sirve para distinguir un producto si además reconocemos que su calidad o características se debe fundamentalmente al entorno (tierra, agua, clima) pero también a la técnica o experiencia de quienes producen, que muchas veces se transmiten de generación en generación.

- ✓ Herramienta comercial;
- ✓ Conocimientos y técnicas tradicionales;
- ✓ Suelo, aire, clima.

Objetivos de una DO:

- ✓ Mejora los ingresos económicos de los productores impidiendo la competencia desleal en el mercado.
- ✓ Identifica a los productores, la zona, área o región y el proceso de producción para evitar el aprovechamiento de la reputación de un producto en la preferencia del consumidor.
- ✓ El Estado se convierte en protector y fomenta los productos con sello de Denominación de Origen.

Requisitos:

- Se debe solicitar el registro de DO por los propios productores o por sus autoridades sea el gobernador o alcalde.
- Se requiere contar con un estatuto de la organización de productores.
- Se debe conformar un Consejo Regulador, que es la instancia técnica que verificará que todo el proceso de producción y el producto final siempre mantengan la calidad.
- Se necesitan estudios técnicos y de laboratorio que certifiquen que el producto tiene reputación, historia y componentes del entorno (agua, suelo clima) que le dan una característica especial.
- Pago de tasas al SENAPI y Gaceta del Estado Plurinacional.

Producto a ser registrado según Clasificador NIZA de la OMPI- WIPO:

Clase 30

Café, té, **cacao** y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; **chocolate**; helados



cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielo.

Nota explicativa

La clase 30 comprende principalmente los productos alimenticios de origen vegetal, excepto las frutas, verduras, hortalizas y legumbres preparados o en conserva para su consumo, así como los aditivos para realzar el sabor de los alimentos.

Marco Conceptual IG

Es un signo que identifica un producto como originario de un territorio, de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, y otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico. Las Indicaciones Geográficas se clasifican en:

- Indicaciones de procedencia.
- Denominaciones de origen.

Ejemplos: Café de Los Yungas, Papa de Araca, Uva de Tarija.

Son indicaciones geográficas cuya función consiste en brindar información sobre el lugar en el que el correspondiente producto es extraído, producido, cultivado o elaborado.

Aunque el uso de las indicaciones geográficas se refiere comúnmente a productos agrícolas, una indicación geográfica también puede poner de relieve cualidades específicas de un producto asociados a factores humanos propios del lugar de origen del producto, un ejemplo de ellos son los conocimientos tradicionales para la elaboración de artesanías, instrumentos musicales, alimentos procesados que generalmente se realiza utilizando recursos naturales locales.

Las experiencias positivas de las indicaciones geográficas demuestran que, si éstas son bien gestionadas, son activos intangibles con una interesante capacidad para diferenciar productos, crear valor agregado y extender sus efectos a las zonas donde éstos se producen.

Las IG, como herramienta comercial:

Cada vez más los consumidores tienen predilección por productos con procedencia geográfica y se preocupan por determinadas características presentes en los productos que compran. El “lugar de origen”, predispone a los consumidores a pagar más por estos productos, por eso el reconocimiento de la marca es un aspecto esencial de la comercialización, es una herramienta tanto para el comprador como el comercializador.

Requisitos para solicitar una Denominación de Origen (Indicación Geográfica):

1. La solicitud de declaración de protección de una Denominación de Origen se hará por escrito ante el SENAPI debiendo presentar:
 - Llenado de formulario PI-100
 - Una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la Denominación de Origen.



- Los productos designados por la Denominación de Origen
- La zona geográfica delimitada por la producción, extracción o elaboración del producto que se designa con la Denominación de Origen.
- La Denominación de Origen objeto de la declaración.
- Nombre, domicilio, residencia y nacionalidad del o los solicitantes, así como la demostración de su legítimo interés.

2. Recibo de pago de la tasa correspondiente.

Todo se debe presentar en un folder amarillo con etiqueta señalando la Denominación de Origen objeto de la declaración con todos los elementos sustentatorios.

Relación de precios de los servicios del SENAPI:

Declaración de una Denominación de Origen	500 Bs.
Reconocimiento de protección de Denominación de Origen para países miembros de la CAN	1000 Bs.
Reconocimiento de protección de Denominación de Origen para países no miembros de la CAN	2000 Bs.

Marco Conceptual MC:

Se entenderá por Marca Colectiva todo signo que sirva para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que lo utilicen bajo el control de un titular. Una Marca Colectiva puede estar constituida por palabras, dibujos, letras, números, embalajes, objetos, emblemas, elementos figurativos, tridimensionales, etc.

Las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos, pueden solicitar el registro de una marca colectiva

La Marca Colectiva sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que lo utilicen bajo el control de un titular.

El registro de Marca Colectiva tiene una duración de 10 años. Sin embargo, es posible la renovación de manera indefinida por plazos de 10 años y se deberá solicitar la renovación 6 meses antes de la fecha de vencimiento del registro o hasta 6 meses después de su vencimiento. (Plazo de gracia).

Requisitos para el registro de una MC:

1. Formulario PI-100 de solicitud de signo distintivo que se encuentra en el Sistema Información de Propiedad Intelectual del SENAPI (sipi.senapi.gob.bo).
2. Indicación de cuál es el signo que se pretende registrar.

En el caso de que la solicitud sea de una marca con grafía, simplemente figurativa, mixta, tridimensional u otra marca no tradicional, se deberá incluir el formulario de solicitud PI-100, la reproducción en formato JPG. De 4x4 cms.

Así mismo para los tipos de marca antes señaladas, se deberá llenar el campo de descripción del signo. Este paso es crucial y mientras mejor sea la definición descriptiva de los elementos que acompañan a un signo distintivo, mejor protegida estará la marca. Si el logo es a colores, las reproducciones deberán ser a color y se adjuntará código Pantone de cada color.



3. Indicar expresamente cuáles son los productos o servicios que desea registrar, así como cuál es conforme al Clasificador Internacional de Niza.
4. De ser necesario adjuntar el original o copia legalizada de poder, cuando se actúe a través de representante legal.
5. De reivindicarse prioridad presentar copia Certificada por la Autoridad Competente de la Primera Solicitud de Registro presentada, certificado de la fecha de presentación de esa solicitud; o copia de la certificación expedida por la Autoridad Competente (Para exposiciones oficiales), y traducción al español, de ser el caso.
6. Así mismo, se deberá presentar los siguientes documentos:
 - o Copia legalizada de los estatutos de la asociación, organización o grupo de personas que solicite el registro de la marca colectiva.
 - o La lista de integrantes
 - o La indicación de las condiciones y la forma cómo la marca colectiva, debe utilizarse en los productos o servicios.
7. Comprobante del pago a la cuenta de la Gaceta Oficial de Bolivia y una fotocopia del mismo para la publicación del trámite.
8. Nota de solicitud dirigida al Director de Propiedad Industrial (Opcional).
9. El comprobante de pago a efectos de registro de marca y título de concesión depositadas en la cuenta del SENAPI, Toda la documentación deberá presentarse en un fólder de color amarillo, con el rótulo de la marca colectiva a registrar, la Clase Internacional de Niza y el nombre del solicitante en el orden señalado anteriormente y debidamente foliado (en forma numeral)

Los números de cuenta de banco para el pago de registro de marca y publicación en la Gaceta Oficial de Bolivia son los siguientes:

SENAPI Banco Unión N° Cta. 1-4668220		
Pago a SENAPI	Persona Natural y/o Jurídica Nacional	Persona Natural y/o Jurídica Extranjera
Solicitud de marca	500 Bs.	1000 Bs.
Título de concesión	250 Bs.	500 Bs.
Pago a Gaceta Oficial de Bolivia	255 Bs.	510 Bs.

Marco Normativo

Descripción	Documento	Fecha	Estado
Convenio de París (Protección de la Propiedad Industrial).		28/09/1979	- Vigente
Decisión de la CAN N° 486 (Régimen Común sobre Propiedad Industrial).	N° 486	14/09/2000	- Vigente
Reglamento de Procedimiento Interno Propiedad Industrial.	N° 017/2015	16/06/2015	- Vigente
Ley de Procedimiento Administrativo.	N° 2341	23/04/2002	- Vigente
Reglamento a la Ley 2341 de Procedimiento Administrativo	D.S. 27113	23/07/2003	- Vigente
Clasificación de Niza Decima Primera (11ª) Edición Versión 2017.		04/01/2017	- Vigente



Plazos:

Tras la presentación de la solicitud de registro, el SENAPI dispone de 15 días para examinar la solicitud. Podrá pedir que se subsanen errores o bien ordenar la publicación de la solicitud para que los interesados puedan presentar su oposición a la marca. En caso de que alguien se oponga al registro de nuestra marca, dispondrá de 30 días para presentar las pruebas que desvirtúen nuestro registro. Existen diferentes formas de defenderse de una oposición, aunque una de las más populares es la cancelación.

Concluidos estos trámites se realizará el registro de la marca, lo que nos concederá todos los derechos de uso, transferencia y licencias. También podemos renunciar al registro en cualquier momento. La gestión en general puede durar entre 4 a 5 meses. La agilidad suele ser clave en el proceso de registro de marcas.

En cuanto a los plazos para la declaratoria de la IGP y DOP, estas requieren más tiempo para su consolidación tanto a nivel nacional e internacional, pero es importante iniciar los trámites previos a un estudio del área protegida del cacao nativo boliviano en estos 5 meses y conformar el Consejo Regulador de la Denominación de Origen del cacao (CRDOCB).

De acuerdo a la Decisión 486 de la CAN, el SENAPI debe autorizar el funcionamiento de su Consejo Regulador como entidad administradora y de control. Este consejo regulador podrá ser conformado a través de entidades públicas y/o privadas que tengan relación directa con los productos (en este caso el cacao nativo) cuya denominación haya quedado protegida.

Competencias del Consejo Regulador

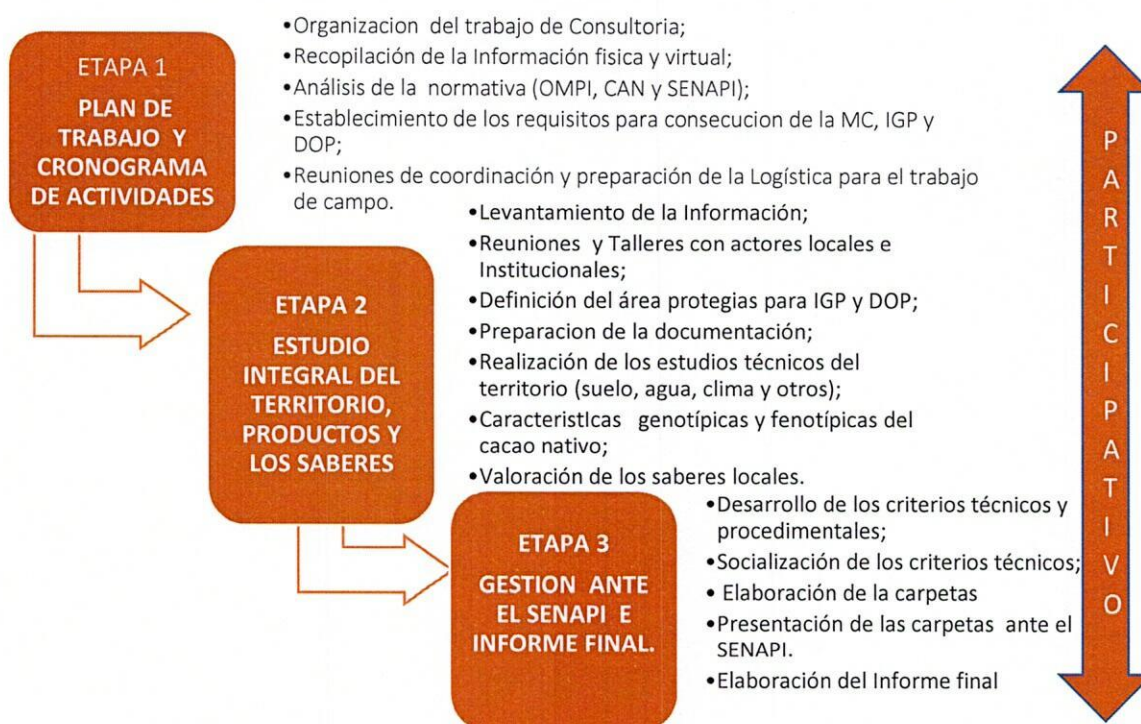
De acuerdo al reglamento del SENAPI, el ámbito de la competencia del Consejo Regulador está determinado:

1. **En lo Territorial:** por la respectiva zona de producción.
2. **En la razón de los productos:** por los protegidos por la denominación de origen.
3. **En la razón de las personas:** por las personas autorizadas al uso de la denominación de origen otorgado por SENAPI.



4. Metodología a ser aplicada.

El estudio propone una metodología participativa “Hecha para el Cliente”, conformada por métodos y técnicas cualitativas ordenadas bajo una lógica orientada a lograr los objetivos y productos propuestos. En este contexto se ha previsto realizar la consultoría en tres Etapas:



Esta metodología permitirá realizar una lectura rigurosa del territorio del área protegida, a través del levantamiento de información en campo y revisión de la documentación secundaria conducente a la obtención de la MC, IGP y DOP.

Los enfoques de participación, se aplicarán tanto en la recolección de información como en el desarrollo de las entrevistas con actores clave y en la socialización y redacción del documento final, para lo cual se prevé tener una estrecha coordinación con el equipo Supervisor del IPDSA y otras instituciones.

Como insumo para la aplicación de esta herramienta metodológica, se recolectará información secundaria relevante, a fin de entender las características del territorio, el cacao nativo, las destrezas de los recolectores de cacao nativo, frente a otros que se producen en otras latitudes y definir los atributos diferenciales.

A su vez, se realizarán consultas y entrevistas a través de conversatorios y talleres con actores representativos del sector público, privado y sociedad civil -autoridades gubernamentales a nivel nacional, municipal, autoridades originarias, entre otros; que serán puestos a consideración de equipo de supervisión del IPDSA. Este trabajo metodológico será reforzado con reuniones vía zoom, con actores de similares experiencias como el café colombiano “Juan Valdés, con amplio prestigio a nivel mundial.

Finamente esta metodología será complementada con la revisión bibliográfica y el análisis reflexivo de todos los actores relacionados con el cacao nativo.

5. Programación y calendario de actividades.

Fechas tentativas para el levantamiento de la información en los municipios potenciales para la MC, IGP y DOP.

Departamento del Beni

N°	Sede del Taller	Municipios Participantes	Fecha Tentativas
1	Baures	Magdalena, Baures y Huacaraje	17/07/2023
2	Riberalta	Riberalta, San Ignacio de Moxos Loreto, San Andrés, Rurrenabaque y San Borja	01/08/2023

Departamento de Santa Cruz

N°	Sede del Taller	Municipios Participantes	Fecha
1	Urubicha	Guarayos y Urubicha	22/08/2023
2	Yapacaní	Yapacaní, San Carlos, Buena Vista y Porongo	24/08/2023

Departamento de Cochabamba

N°	Sede del Taller	Municipios Participantes	Fecha
1	Puerto Villarroel	Puerto Villarroel, Entre Ríos y Chimoré	28/08/2023
2	Villa Tunari	Villa Tunari y Shinahota	30/08/2023

Entrega de Productos:

n°	productos	fecha
1.	Producto 1: plan de trabajo, cronograma elaborado y análisis de mercado de cacao	30/06/2023
2.	Producto 2: informe de avance	25/09/2023
3.	Producto 3: informe final	23/11/2023

6. Presentación del Plan de Trabajo.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta herramienta metodológica comprende desarrollar tres grandes niveles de análisis y/o pasos que se interrelacionan permanentemente, así:

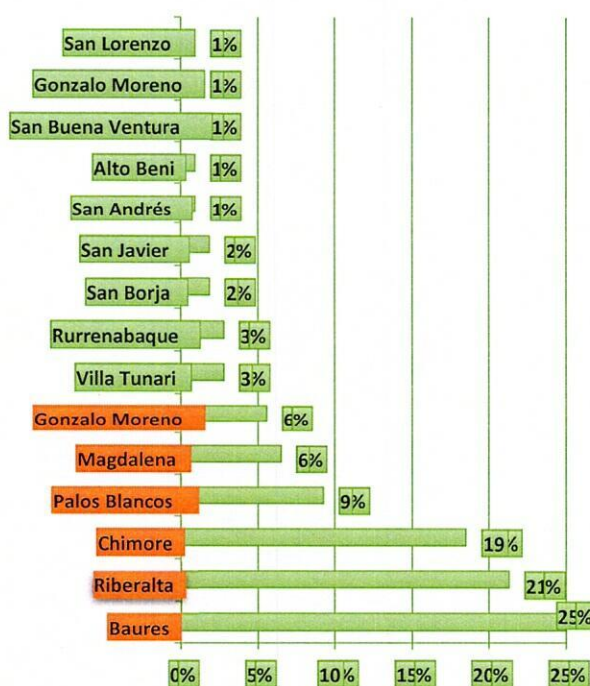
Paso 1. Revisión y ajustes del plan de Trabajo

Paso 2. Trabajo de Campo y Preparación de la documentación

Paso 3. Gestión y presentación ante el SENAPI

Como punto de partida para el trabajo se utilizará el Informe de Línea Base del Programa de Fortalecimiento de Cacao (2016), el siguiente gráfico nos muestra que la mayor concentración de familias dedicadas a la recolección de cacao silvestre respecto al total, se ubican en los Municipios de Baures con el 25%, Riberalta con el 21%, Chimoré con el 19%, Palos Blancos con el 9%, Magdalena con el 6% y Gonzalo Moreno con el 6%.

Gráfico N°1: familias recolectoras de cacao silvestre por municipio (en porcentaje)

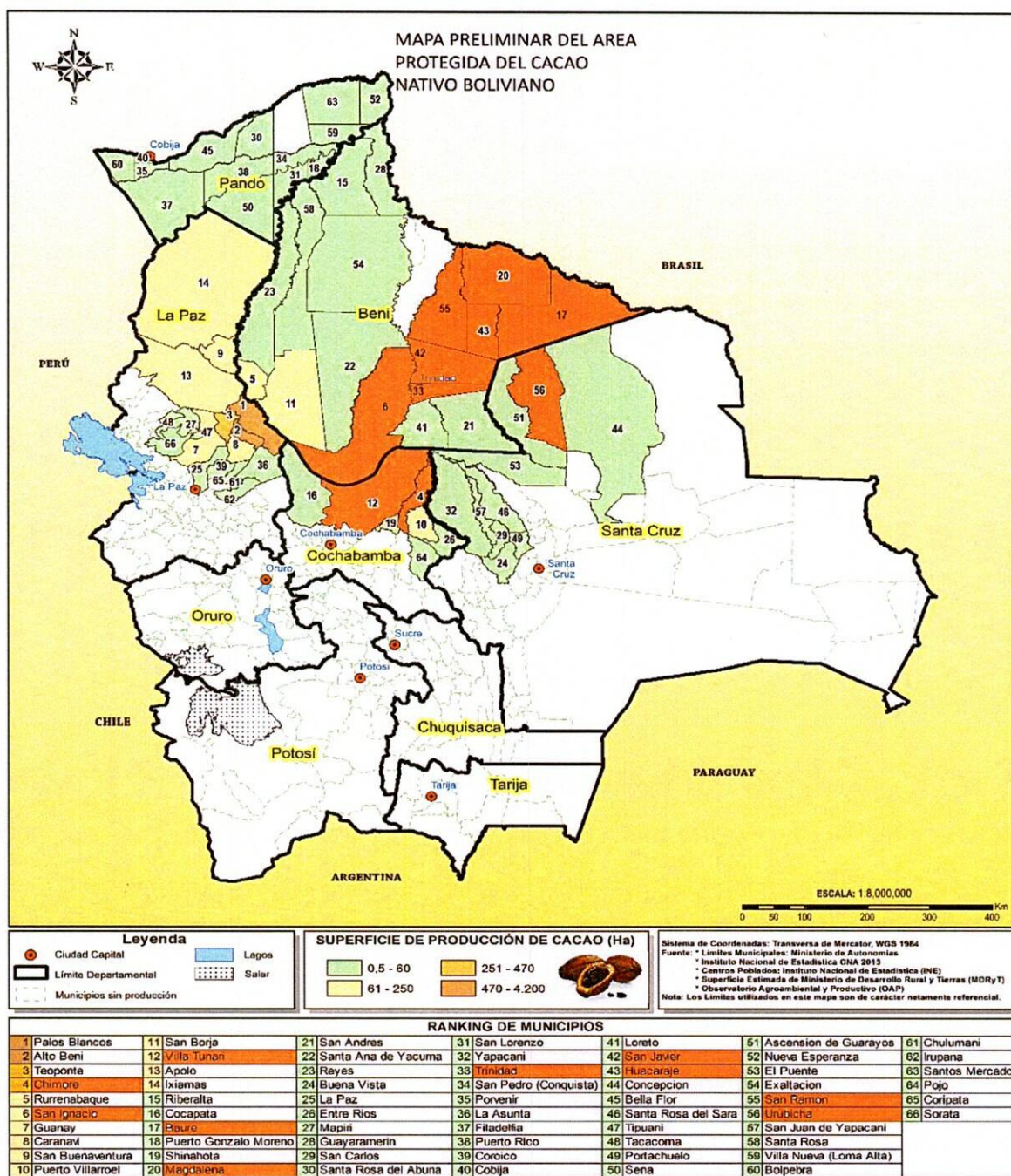


Fuente: Programa de Fortalecimiento de cacao 2016 (MDRyT y FAO)

En base a esta información generada por el programa cacao elaborado por la FAO y MDRyT el 2016, se elaboró el siguiente mapa preliminar para declarar como área protegida del cacao nativo boliviano, para la Declaratoria de la protección de la Denominación de Origen.



Mapa N° 1 Mapa preliminar del área protegida del cacao nativo boliviano



Fuente: Observatorio Agroambiental del MDRyT

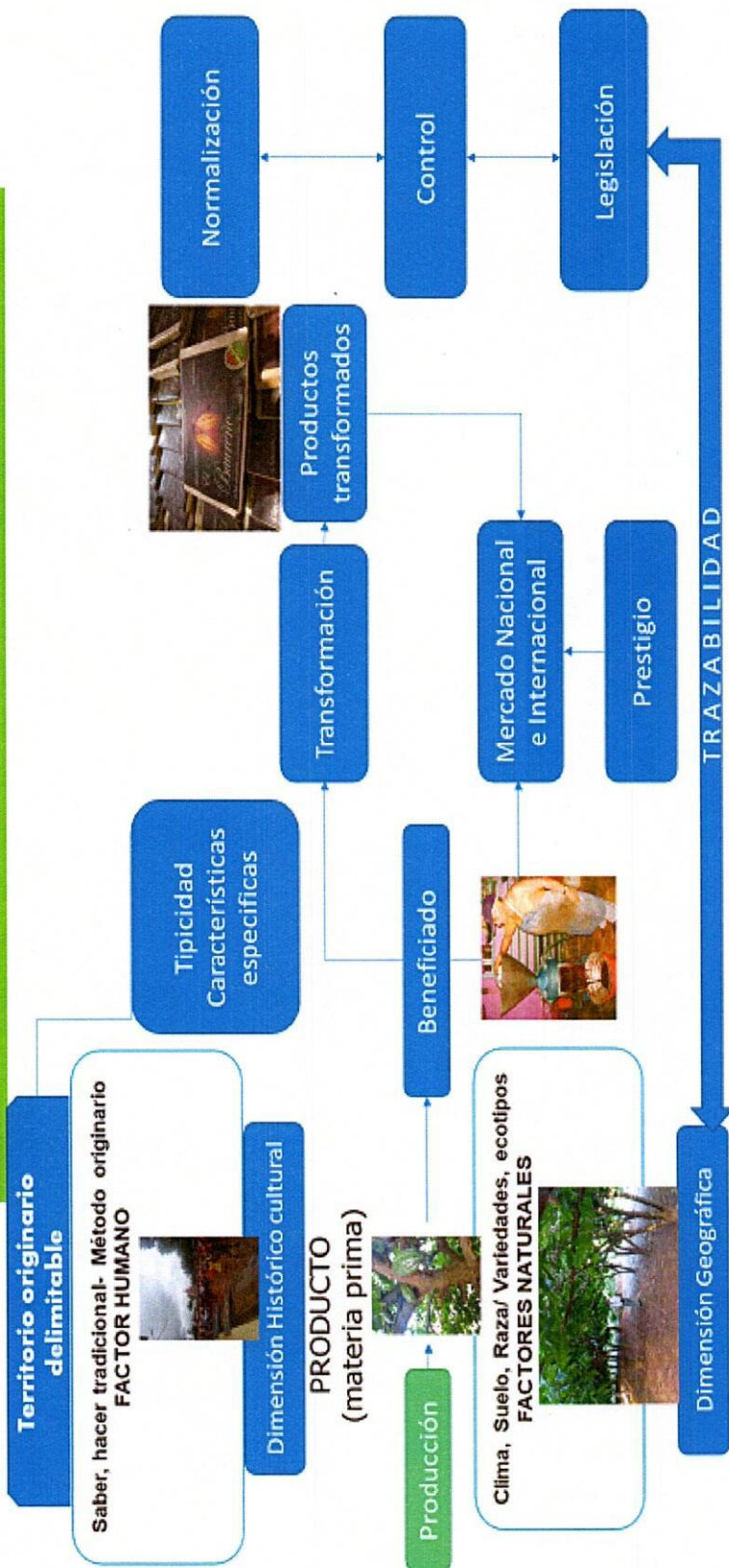
En esta área (rodales) el cacao silvestre se encuentra dentro del sistema natural. Los árboles producen y se reproducen sin necesidad de la intervención del hombre. Molecularmente es diferente a los demás grupos genéticos del cacao cultivado, se caracteriza por ser único en sabor y aroma dentro de los grupos de cacaos más finos del mundo, y su producción está orientada a la demanda de mercados especiales cuyos precios son superiores debido a la poca producción y escasez en Bolivia.

Su origen es la región amazónica de Bolivia, se encuentra distribuido en los márgenes de los ríos de la cuenca amazónica de Bolivia, dentro de los departamentos de Beni, Santa Cruz, Pando, Cochabamba y La Paz. Actualmente se cuenta con **12.115 hectáreas de cacao silvestre** en todo el país, de las cuales el 71,53% corresponde al Beni y se extiende en los municipios de San Ignacio, TIPNIS, Baures, Magdalena y Huacaraje; 20,79% se encuentra en el departamento de Santa Cruz, dentro del municipio de Urubichá; y el porcentaje restante corresponde a los departamentos de La Paz – específicamente a las orillas del río Carmen del Emero, Pando y Cochabamba.

Complementariamente a este punto se preparó una presentación en (*PowerPoint*), mismo que se adjunta, en el presente informe.



D.O. DEL CACAO NATIVO BOLIVIANO



7. Análisis internacional del mercado de cacao.

De acuerdo a un estudio de expertos internacionales¹ se predice que el mercado latinoamericano de cacao crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta de alrededor del 4,30% durante el período de pronóstico 2023-2028, impulsado por la creciente demanda del producto en la industria del chocolate. El mercado de cacao en América Latina obtuvo un valor de USD 3.800 millones en 2021. Si bien la mayor parte del mercado del cacao está dominado por países de África occidental como Ghana, Cote d'Ivoire y Nigeria, sin embargo, América Latina todavía representa cantidades significativas de producción de cacao. La creciente demanda del producto en la industria de alimentos y bebidas, particularmente para la producción de chocolate, está impulsando el crecimiento del mercado de cacao de América Latina. Además, el aumento de los ingresos disponibles y el consumo de productos recubiertos de chocolate impulsa aún más el mercado.

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) -por sus siglas en inglés-, en relación al mercado del cacao, augura un déficit de oferta por la incertidumbre mundial, como consecuencia prevé un aumento del 10% en la producción mundial de cacao y un aumento del 25% en el precio del cacao en la próxima década. Según el pronóstico, la producción total de cacao será de aproximadamente 4.700.000 toneladas en el periodo 2022-2023.

El Conversatorio PNUD-IBCE², señala que “el potencial del sector se refleja en su producción que cuenta con aproximadamente entre 500 a 1.000 toneladas anuales, tiene una superficie cultivable de 14.884 hectáreas en cacao y **12.115 hectáreas de cacao silvestre**, ocupamos el puesto 31 en el mercado internacional, existen productores de cacao independientes y organizados en asociaciones que suman alrededor de 10.000 en el país. Existen también empresas industrializadoras de cacao que están concentrados en La Paz, Sucre, Santa Cruz y Cochabamba, logrando aproximadamente 45 industrias de chocolate y derivados de cacao”.

De acuerdo con información del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural hasta 2021 la producción nacional de cacao fue de 5.884 toneladas y la superficie cultivada de 10.336 hectáreas y se alcanzó un rendimiento de 0,57 toneladas por hectárea.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) el año pasado (2022) las exportaciones de cacao alcanzaron un valor de 2,1 millones de dólares, un 31,4% más que en 2021. Los principales mercados para el cacao boliviano son Alemania, Suiza, Paraguay, Italia, Francia, Países Bajos.

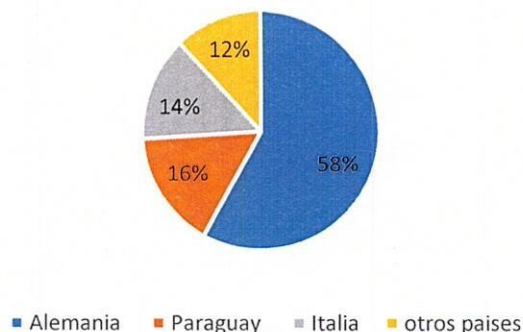
El Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) señaló que hasta 2021 los principales destinos para las exportaciones del cacao y sus preparaciones eran Alemania con una participación del 58%, seguido de Paraguay (16%) e Italia (14%), como se muestra en la gráfica siguiente:

¹<https://www.informesdeexpertos.com › informes › merca..>

² IBCE E-747/2021NOTA DE PRENSA



Principales Países de destino del cacao boliviano el año 2022



Si bien el país exporta cacao como materia prima, la finalidad del Gobierno es comercializarlo con valor agregado; es decir, industrializarlo y que mejor, con una MC y/o DO, tomado en cuenta los atributos del cacao nativo.

Otro dato importante, que alienta a los pueblos indígenas recolectores de cacao nativo, es el precio, ya que el mismo en muchos casos triplica al del cacao foráneo. El siguiente cuadro, nos muestra la diferencia de precios a nivel internacional del cacao según tipo de producción; nótese, que el precio de cacao nativo de exportación para mercados especiales tiene un valor por tonelada mayor al convencional de 4.000 \$US/tn.

Cuadro N° 3: Comportamiento del precio internacional para diferentes tipos de cacao en grano \$US/tn.

Años	Cacao convencional precio internacional	Mercados Especiales*				
		Cacao orgánico	Cacao comercio justo	Cacao orgánico comercio justo	Cacao fino y de aroma	Precio cacao nativo de exportación mercados especiales
2010	3.133	3.283	3.383	3.433	3.633	3.800
2011	2.980	3.130	3.230	3.280	3.480	4.555
2012	2.392	2.542	2.642	2.692	2.892	4.555
2013	2.439	2.589	2.689	2.739	2.939	5.000
2014	3.064	3.214	3.314	3.364	3.564	5.000
2015	3.135	3.285	3.385	3.435	3.635	5.000
2016	2.892	3.042	3.142	3.192	3.392	6.500
2017	2.029	2.179	2.279	2.329	2.529	6.500
2018	2.294	2.444	2.544	2.594	2.794	6.500
2019	2.278	2.428	2.528	2.578	2.778	6.500

Fuente: ICCO, 2019

*: Los precios del cacao en los mercados especiales no son cotizados en la bolsa de valores, los precios son definidos y acordados entre compradores y vendedores en una negociación bilateral.

Cabe señalar que el precio del grano de cacao generalmente varía dependiendo de si es, convencional u orgánico, condición que determina su valor, tomando en cuenta el comportamiento de la oferta y demanda (a nivel internacional el precio del cacao convencional es determinado principalmente en las bolsas de Londres y Nueva York). El precio de cacao convencional cotizados en la bolsa de valores a partir del 2017 tiende a incrementarse a una tasa de anual del 4%.

El cacao boliviano en grano, comercializado en el exterior del país, siempre está sujeto a cumplir con los estándares de calidad establecidos en las normas internacionales tradicionales. Además, debe estar suscrito a la certificación y supervisión de las parcelas o centros de producción, en el caso de organizaciones que tienen certificación orgánica, *FairTrade*, *Fair Wild* (es importante señalar la diferencia del precio de compra del cacao convencional respecto al cacao en transición y el cacao orgánico, donde la diferencia es de aproximadamente de 150 dólares por tonelada respectivamente).

7.1. Factores y Tendencias que Impactan al Mercado de Cacao y Chocolate

De acuerdo a información del Centro de Investigación de Consultores y Expertos, con sedes en Sheridan; Wyoming EE. UU y Delhi NCR en India, sobre el mercado internacional del cacao manifiestan lo siguiente:

“Las tendencias recientes y las innovaciones actuales que están influyendo en el tamaño del mercado de cacao y chocolate son:

- **Creciente demanda de chocolate de la Calidad superior:** Los consumidores están cada vez más dispuestos a pagar más por productos de chocantes Premium de alta calidad, lo que ha provocado un aumento de la demanda de chocolates especiales elaborados con granos de cacao de alta calidad y aromas únicos.;
- **Beneficios del chocolate negro para la salud:** Se ha descubierto que el chocolate negro tiene varios beneficios para la salud, como mejorar la salud del corazón, reducir la inflamación y potenciar la función cerebral. Como resultado, los consumidores buscan cada vez más productos de chocolate negro, lo que ha impulsado el crecimiento de este segmento del mercado;
- **Aumento del consumo en los mercados emergentes:** Los mercados emergentes de Asia, África y América Latina están experimentando un incremento en el consumo de chocolate a medida que aumentan los ingresos y evolucionan los gustos de los consumidores. Esto ha provocado un aumento de la demanda de productos de chocolate en estas regiones, lo que está impulsando el crecimiento del mercado del cacao y el chocolate;
- **Innovación en productos de chocolate:** Los fabricantes de chocolate están constantemente innovando e introduciendo nuevos productos en el mercado, incluyendo nuevos sabores, texturas y formatos. Esto ha contribuido a impulsar la demanda ya ampliar el tamaño del mercado de productos de cacao y chocolate;
- **Sostenibilidad y abastecimiento ético:** Los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto medioambiental y social de sus elecciones alimentarias, incluido el chocolate. Como



consecuencia, crece la demanda de habas de cacao de origen sostenible y ético, lo que ha impulsado la adopción de programas de certificación como Fair Trade³ y Rainforest Alliance⁴.

7.2.Demanda y oferta a nivel mundial del cacao y chocolate

La oferta de cacao en grano a nivel mundial está dominada por los países africanos de Costa de Marfil, Ghana, Camerun y Nigeria. Siendo los mayores representantes de América Latina, Ecuador, Brasil, Perú, República Dominicana y Colombia, tal como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4 Producción mundial de cacao en grano: En miles de toneladas

Años	Costa de marfil	Ghana	Ecuador	Camerún	Nigeria	Indonesia	Brasil	Perú	Colombia	República Dominicana	México	Otros	Mundial
2005/06	1408	741	118	171	210	585	162	31	37	46	34	265	3808
2006/07	1229	615	124	169	220	545	126	31	30	42	33	266	3430
2007/08	1382	729	113	185	230	585	171	34	38	45	28	197	3737
2008/09	1223	663	135	224	250	490	157	36	36	55	23	300	3592
2009/10	1242	633	150	209	235	550	161	43	40	58	27	286	3634
2010/11	1511	1025	161	229	240	440	200	54	35	54	21	739	4309
2011/12	1486	879	198	207	245	440	220	61	43	72	28	216	4095
2012/13	1440	836	192	225	238	410	185	70	48	68	28	203	3943
2013/14	1746	897	232	211	248	375	228	81	49	70	30	203	4370
2014/15	1796	740	261	232	195	325	230	92	51	82	28	220	4252
2015/16	1581	778	232	211	200	320	140	105	53	80	27	267	3994
2016/17	2020	969	300	246	245	290	174	116	55	57	27	269	4768
2017/18	1964	905	287	250	250	240	204	135	55	85	28	244	4647
2018/19	2154	812	322	280	270	220	176	141	59	75	29	256	4794
2019/20	2105	771	342	280	250	200	201	151	64	75	29	267	4735
2020/21*	2248	1047	365	290	290	170	200	158	70	75	30	283	5226

*Estimaciones

Elaboración Propia: Fuente IICO (2022)

³ La certificación Fairtrade (Comercio Justo) es un sistema de certificación de productos donde los aspectos sociales, económicos y ambientales de la producción están certificados según los Estándares Fairtrade para Productores y Comerciantes. El sistema Fairtrade monitorea la compra y la venta del producto hasta que se envasa y etiqueta lista para el consumidor. Los certificados solo se emiten después de que una inspección física haya confirmado que se han cumplido todos los Estándares Fairtrade aplicables en cada caso.

⁴ El Programa de Certificación Rainforest Alliance (Alianza de la selva tropical). El sello (una ranita) significa que el producto o ingrediente certificado fue elaborado utilizando métodos que apoyan los tres pilares de la sostenibilidad: social, económico y ambiental. Los auditores externos independientes, que son fundamentales para la integridad de cualquier programa de certificación, evalúan a los agricultores en función de los requisitos en las tres áreas antes de otorgar o renovar la certificación. Nuestros programas de certificación basados en datos enfatizan un compromiso con la mejora continua, la capacitación en sostenibilidad y beneficios claros para los agricultores. Rainforest Alliance es una organización internacional sin fines de lucro que trabaja en la intersección de los negocios, la agricultura y los bosques para crear un mundo donde las personas y la naturaleza prosperen juntas.



Mientras que los países que los 10 países más compradores y consumidores de cacao en el mundo son:

Cuadro N° 5 Principales países consumidores de cacao en miles de toneladas

Nº	País	Cantidad tn
1	Estados Unidos	817
2	Alemania	343
3	Francia	226
4	Reino Unido	223
5	Federación Rusa	203
6	Brasil	188
7	España	125
8	Italia	102
9	Canadá	89
10	México	73

Elaboración Propia: Fuente: ICCO

En referencia a los grandes compradores de cacao en grano en el mundo, relacionados con la industria de la confitería, se tiene a las empresas más importantes del mundo, como maras, Ferrero, Nestlé y otras marcas con prestigio internacional como:



Finalmente cabe señalar que registraron ingresos rentables por las ventas netas de chocolates en 2018, que fueron 20.000, 13.566, 7.636 y 4.331 (todos en millones de USD), respectivamente (según la revista de investigación especializada en mercados EMS).

7.3. Análisis de la oferta y la demanda de cacao a nivel nacional

En el siguiente cuadro se observa los valores de estimación de la demanda de cacao y derivados, los cuales han sido calculados en base a los datos del INE, utilizando la nomenclatura de exportación de grano y sus derivados (Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado; Cascara, películas y demás residuos de cacao; Pasta de cacao, incluso desgrasada; Manteca, grasa y aceite de cacao; Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante; Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao).

cacao **nativo** boliviano debido a sus atributos únicos, frente a otros cacaos que se producen en otras latitudes.

8. Bibliografía consultada

- *Reglamento de Procedimiento Interno Propiedad Industrial*, SENAPI, R.A. N°017/2025
- *Programa Nacional de Fortalecimiento Productivo del Cacao en Bolivia*", FAO-MDRyT.
- *Mapa del Observatorio Agroambiental del MDRyT*,
- *Programa cacao del IPDSA y Términos de referencia*
- *Datos estadísticos del Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE*
- *Reportes técnicos sobre producción de cacao nativo en el municipio de Baures.*
- EMR (Deje A los expertos) Centro de Investigación de Consultores y Expertos, con sedes en Sheridan, Wyoming, EE. UU. Y Delhi NCR en India.



ANEXO

MARCO CONCEPTUAL

Y

PRESENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO



**"CONSULTORÍA POR PRODUCTO: ESTUDIO PARA LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN,
INDICACIÓN GEOGRÁFICA Y MARCA COLECTIVA PARA EL CACAO NATIVO
BOLIVIANO PARA EL PROYECTO FORTALECIMIENTO CON ASISTENCIA TÉCNICA Y
DESARROLLO DE MERCADOS AL RUBRO DEL CACAO A NIVEL NACIONAL"**

PRESENTACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

30 de junio de 2023

"LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN"

¿QUE DENOMINACIONES DE ORIGEN TENEMOS COMO BOLIVIA?



Singani
Declaratoria de protección por Ley Nº 1334 del 4 de mayo de 1992 para el aguardiente de uva denominado singani en los departamentos de La Paz, Potosí, Chuquisaca y Tarija.



Aji Chuquisaqueño
Declaratoria de protección No. PI/DO/no. 03.2013 de 9 de diciembre de 2013, para aji en sus diferentes formas en las regiones de Padilla y Monteagudo del departamento de Chuquisaca.



Quinoa Real del Altiplano Sur de Bolivia
Declaratoria de protección No. 018/2002 del 23 de julio de 2002, para quinoa en grano de la región interseñal en los departamentos de Oruro y Potosí.



Valle de Cinti
Declaratoria de protección PI/DO/No 01/2014 del 20 de abril de 2014, para vinos y singanis de uvas misionera, Vischoaqueña y moscatel de Alejandria en los municipios de Camargo, Villa Abecia y Las Carreras.

¿QUE ES UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN – DO?

Es el nombre de una región geográfica del país que sirve para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico comprendiendo en este los factores naturales y los humanos.



¿CUAL ES EL OBJETO DE LA DO?

Consiste en impedir el uso abusivo y no autorizado de la Denominación de Origen con el fin de:

- Impedir la competencia desleal en el mercado.
- No permitir que se defraude o engañe a los consumidores.
- Evitar que la Denominación de Origen protegida, se convierta en una designación usual o genérica.



¿QUIEN INICIA EL TRAMITE ?

A petición de quien demuestre tener interés:

- Personas Naturales y jurídicas dedicadas directamente a la extracción, producción o elaboración del producto.
- Asociaciones de productores.
- Dependencias o Entidades del gobierno .



Asociación de Productores de cacao



¿CUAL ES TRAMITE?

La solicitud de declaratoria de protección de denominación de origen deberá presentarse ante el SENAPI, con los siguientes requisitos:

1. Escrito de solicitud de protección de denominación de origen,
2. Formulario de solicitud de registro debidamente llenado,
3. Una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la denominación de Origen,



¿ QUE DOCUMENTOS SON NECESARIOS?

Referidos al lugar geográfico

1. Mapas con la descripción geográfica de la zona protegida.
2. Estudios de suelo, de las características del clima, de la zona donde se produce el producto con la Denominación de Origen que se protegerá, etc.
3. Otros documentos referidos a estudios del ambiente geográfico que se requieran (de acuerdo al caso)



¿ QUE DOCUMENTOS SON NECESARIOS?

Referidos al Producto

1. Descripción actualizada de las características del producto a proteger, consistente en estudios: Taxonómicos, bromatológicos, genéticos y otros según el tipo de producto
2. Descripción de los elementos diferenciales que permiten compararlo con otros productos que no tienen tales características , ya sea por ser diferente especie o por condiciones geográficas
3. Otros que vea por conveniente el o los interesados.

CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS

Forma: baya de forma ovalada carnosa esférica que tiene de 20 a 40 semillas

Color: café

Textura: Carnoso

Olor: Típico del cacao

Aroma: muy intenso

Sabor: florales y frutales típico del cacao



¿ CUALES SON LAS VENTAJAS DE UNA D.O?

Los productores bien organizados gozan de estos

Beneficios:

- El producto goza de cierta reputación.
- Goza de calidad específica.
- El producto tiene un valor agregado que se ve reflejado en el precio.
- Se crean expectativas favorables, incluso en el ámbito turístico.
- Existe confianza en el consumidor destinatario.
- Existe confianza y satisfacción del productor.
- Con el refuerzo de una marca y buenas prácticas de distribución el producto se coloca en nichos de mercado exclusivos.

¿ Quienes son los Actores para el Funcionamiento de DO ?



INSTITUCION COMPETENTE	OBJETIVO
Servicio Nacional de Propiedad Intelectual– SENAPI	Proteger los derechos de Propiedad Intelectual , promueve y difunde el sistema de protección.
Unidades de Verificación (Consejos Reguladores)	Verificación y certificación de las Normas Oficiales (productos con denominación de origen reconocida y protegida, entre otras).



¿ Que beneficios del cacao ?

El cacao al contener alcaloides en la semilla, entre estos la cafeína y la teobromina, le brinda a este fruto propiedades estimulantes que levantan el ánimo y favorecen un estado mental positivo, además de ello, cuenta con propiedades diuréticas y vaso dilatadoras. En la raíz y en la corteza del fruto, se ha encontrado actividad antitumoral. Cabe resaltar que la grasa de las semillas de cacao (manteca de cacao) se emplea en las farmacias como emoliente y se producen ungüentos, pomadas, cremas, cosméticos, perfumes, entre otros.

Otro de los beneficios a resaltar es que es un antioxidante cardiovascular, lo que significa que retrasa la acción de las enfermedades cardiovasculares. Disminuye aproximadamente un 40% el envejecimiento celular

"Las Marcas Colectivas"



¿ Que es una marca ?

- Todo signo visible conformado por palabras, imágenes, figuras, símbolos gráficos que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.
- El consumidor o comprador puede identificarla, diferenciarla y valorarla.
- Se obtiene el uso exclusivo mediante su registro.
- Se utiliza bajo control de un titular
- Bajo estándares de producción y comercialización



Derechos que otorga una Marca Colectiva



Uso exclusivo por diez años

Impedir el Uso No Autorizado

Renovar el derecho

Conceder licencias de Uso (mediante un contrato)

Transferir el registro de la marca (mediante un contrato)



¿Quiénes pueden registrar una marca colectiva?



- Asociaciones de Productores
- Asociaciones de Fabricantes
- Asociaciones de Prestadores de Servicios
- Organizaciones o grupos de personas, legalmente constituidas.



Ventajas de las Marcas Colectivas



- El consumidor reconoce: calidad, características, procedencia empresarial y en algunos casos territorial. Por lo que no teme al fraude o engaño.
- La marca es explotada y promocionada por varias personas que se enfrentan al mercado en forma conjunta, con una estrategia común, para la explotación, para la promoción, para la venta.
- El costo por registro en el SENAPI se prorratea por la cantidad de miembros de la Asociación, comunidad, etc.
- Acceso a mercados de mayor demanda de producto (exportación).
- Es útil para obtener financiamiento y apoyo del Sistema Financiero.
- Adecuada para ser usada por grupos de pequeños productores y fabricantes debidamente organizados.
- Mejora la economía de escala
- Promueve el reconocimiento y valoración de los recursos y el turismo locales o regionales
- Usar una marca colectiva no impide utilizar marcas individuales o propias
- Con buenas prácticas de distribución el producto se puede colocar en nichos de mercado exclusivos.



Ejemplo de una Marca Colectiva exitosa



Juan Valdez



LA MARCA
DE LOS CAFICULTORES
COLOMBIANOS

Esta marca pertenece a la Federación de Caficultores de Colombia, misma que representa a mas de 500,000 familias productoras de café.

¿Qué requisitos se necesita para registrar una MARCA COLECTIVA?



- Formulario de solicitud debidamente llenado (PI-100).
- La reproducción de la marca (Manual de Identidad Corporativa) diseño
- Testimonio de Poder del representante legal de la Asociación, Organización o grupo de personas que solicite el registro.
- Copia legalizada de los estatutos de la Asociación, Organización o grupo de personas que solicite el registro.
- Lista de integrantes.
- La indicación de las condiciones y forma como debe utilizarse la Marca colectiva en los productos o servicios (Manual de uso de la Marca Colectiva).
- Comprobante de pago de tasas (SENAPI Bs.750 y Gaceta Oficial de Bolivia Bs.255 – Total: Bs.1,005).
- OPCIONAL: Nota de solicitud de registro (Requerimiento de registro, nombre y dirección del representante legal, lugar de constitución, indicación de marca y productos o servicios y firma del representante legal).



¿Qué requisitos se necesita para registrar una MARCA COLECTIVA?



- Formulario de solicitud debidamente llenado (PI-100).
- La reproducción de la marca (Manual de Identidad Corporativa) diseño
- Testimonio de Poder del representante legal de la Asociación, Organización o grupo de personas que solicite el registro.
- Copia legalizada de los estatutos de la Asociación, Organización o grupo de personas que solicite el registro.
- Lista de integrantes.
- La indicación de las condiciones y forma como debe utilizarse la Marca colectiva en los productos o servicios (Manual de uso de la Marca Colectiva).
- Comprobante de pago de tasas (SENAPI Bs.750 y Gaceta Oficial de Bolivia Bs.255 – Total: Bs.1,005).
- OPCIONAL: Nota de solicitud de registro (Requerimiento de registro, nombre y dirección del representante legal, lugar de constitución, indicación de marca y productos o servicios y firma del representante legal).

PLAN ESTRATÉGICO





Marca Colectiva (MC)

- Identificación de Organizaciones de Productores de cacao
- Diseño de la Marca
- Elaboración del Reglamento de Uso
- Documentación Legal
- Pago de Tasas al SENAPI
- Presentación de la carpeta al SENAPI
- Subsanación
- Publicación de la marca
- Oposiciones (si hubiera)
- Otorgación de la MC



Indicación Geográfica (IG)

- Determinación del área protegida
- Solicitud de declaración de protección del área protegida
- Reseña de las cualidades o atributos del cacao nativo
- Presentación de los documentos requeridos
- Examen de forma.
- Publicación de la solicitud
- Presentación de Oposiciones
- Admisión de oposiciones (si hubiera)
- Examen de fondo (oficios a otras entidades y Visita técnica de Inspección)
- Examen de registrabilidad



Denominación de Origen (DO)

- Declaración de Protección de la denominación de Origen
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen del cacao nativo de Bolivia (CRDOCNBOL)
- Gestión para el reconocimiento ante la CAN y la CE



