

SECRETARÍA EJECUTIVA DE PLANIFICACIÓN SECTORIAL AGROPECUARIA, SEPSA
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

SECTOR AGROPECUARIO CADENA PRODUCTIVA DE PALMITO POLÍTICAS Y ACCIONES

Elaborado por:
Lic. Alicia Sánchez, SEPSA
Ing. Arturo Olaso S., Gerente Programa Nacional de Palmito, MAG



Febrero 2010

Índice

Situación actual

Expectativas a futuro

Políticas y acciones agrocadena de palmito

- Producción
- Agroindustria
- Comercialización
- Infraestructura
- Financiamiento
- Organización
- Institucionalidad
- Ambiente

AGROCADENA DE PALMITO POLITICAS Y ACCIONES. AÑO 2009

I. Introducción.

La estrategia de trabajo del sector agropecuario costarricense es la de asumir una visión de agrocadena, esto significa que en cualquier actividad agropecuaria se debe de considerar todas las actividades que se sitúan tanto desde la producción hasta el consumo.

En este sentido, para darle respuesta a la propuesta de agrocadena productiva existe el planteamiento para la conformación de equipos regionales y nacionales por agrocadena, donde lo ideal es que converjan los intereses de los representantes de instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones de productores (as).

La fase de producción primaria de la actividad ha sido una opción importante para familias agricultoras ubicadas en el trópico húmedo de Costa Rica pues esa zona presenta condiciones óptimas para el desarrollo de esta actividad tales como: agro climáticas, socioeconómicas, conocimientos tecnológicos y de ubicación geopolítica; aunado a lo anterior está la rentabilidad del cultivo, la cual supera otras alternativas productivas para este territorio del país.

En la mayoría de las actividades agropecuarias de América Latina, no se conoce con exactitud y precisión cual es la oferta real de su producción y si ésta crece en equilibrio con la demanda, la actividad palmitera costarricense no se aleja de esta realidad y es por esta razón que a finales de los 90 ocurre una crisis.

Es por esta razón que la Gerencia del Programa Nacional Sectorial de Palmito, lideró un proceso cuyo objetivo fundamental fue la creación de una base de datos sistematizada y computarizada que facilitase la generación de información, de modo tal, que colabore con el desarrollo de la agrocadena de palmito, principalmente en sus fases de producción y agroindustria, esta base se denominó "Base de Datos en Palmito" (BADAPA) y ha contado con la participación del sector público, privado e instituciones de educación superior.

La información que se genera con BADAPA busca identificar puntos críticos o vulnerables de la agrocadena de palmito con el fin de que los diferentes actores tomen decisiones sobre su accionar con una adecuada precisión y exactitud reduciendo así el factor riesgo, presente en algunas actividades de la agrocadena.

Para desarrollar BADAPA se estableció un censo general a todas los sistemas de producción y los instrumentos que se emplearon para la recopilación de la información fueron la entrevista personalizada y la ubicación espacial de cada finca a través del empleo de un Sistema de Posicionamiento Global (GPS), posteriormente los datos son introducidos en un programa de cómputo donde se procede a su respectivo análisis.

Con los procesos de globalización y apertura comercial, las barreras fitosanitarias y de inocuidad de alimentos, obligan a tener una visión integral de toda la actividad (agrocadena), pues se debe conocer sobre los procesos y actores de las fases de producción, mercadeo y comercialización, agroindustria y consumo, aunado a lo anterior esta también la visión de Cluster (sistema de las empresas vinculadas), que contribuyen al desarrollo de determinado sector y tiene como fin primordial la planificación estratégica de una actividad en un país a partir de sus condiciones específicas.

A continuación se detalla el plan de acción que orientará el accionar de la Gerencia del Programa Nacional Sectorial de Palmito y de los equipos de agrocadena, con el fin de facilitar la inserción de esta actividad a los acuerdos de TLC, GLOBLAGAP y BIOTERRORISMO entre otros.

II. Justificación.

La agrocadena productiva de palmito de pejibaye (**Bactris gasipaes**) dio inicio en Costa Rica en el año de 1974 y para la década de los ochenta se convirtió en el país líder de esta actividad a nivel mundial. Dado el auge de la actividad esto motivo al Estado costarricense ha fundar el Programa Nacional Sectorial de Palmito (PRONAPALM), cuya función fue la de liderar un proceso de regionalización y zonificación agroecológica para la extracción del palmito de la palmera de pejibaye (**Bactris gasipaes**). A partir de los años 90 ocurren cambios en la actividad por lo que PRONAPALM reorienta o redefine sus funciones y se convierte en un ente articulador de las actividades entre los diversos agentes económicos de la agrocadena de palmito.

En Costa Rica se produce palmito en cuatro regiones, sin embargo dos regiones seleccionaron la agrocadena de palmito como prioritaria, a saber: la Región Huetar Norte y la Región Huetar Atlántica, en cada una se conformó un Equipo de la Agrocadena de Palmito avocado a la captura de información y su posterior análisis con el propósito de generar información que sirviese de insumo para los diversos agentes económicos involucrados en la actividad.

Entre las dos regiones citadas anteriormente se concentran en la actualidad 1342 familias productoras que representan a 6476 hectáreas de palmito, del total de familias, cerca del 65% son pequeños productores en asentamientos campesinos

del Instituto de Desarrollo Agrario (IDA) que tienen áreas menores a 5 hectáreas de palmito de pejibaye, cuyas opciones para el desarrollo de cultivos como piña y banano es prácticamente imposible.

Estas 1342 familias han encontrado en la actividad palmitera una actividad permanente, generadora de ingresos semanales y permite la utilización de la mano de obra familiar, cabe mencionar que de acuerdo a experiencias exitosas en el cultivo de palmito, un pequeño productor puede lograr rentabilidades de US \$1,100.00/ha/año; recomendándose como área mínima rentable cinco hectáreas por familia, lo que le permitiría tener ingresos netos de aproximadamente \$ 460.00 por mes.

En la actualidad existen varios países exportadores de palmito, además de Costa Rica, tal es el caso de Ecuador, Brasil, Perú, Bolivia, Colombia, Venezuela y la Guyana Francesa; sin embargo es Ecuador el país que más fuertemente compite con el nuestro en la comercialización de este producto.

En lo que se refiere al sector industrial, en 1995 en el país existían nueve agroindustrias, en orden de importancia: DEMASA, Conservas del Valle, Palmitos de Costa Rica, Ticochaal, Palmitos del Norte, Palmitos Amador, Corpa S.A., Tucurrique y El Hogar. Actualmente, la empresa DEMASA representa el 70% de las exportaciones de Costa Rica y el 20% del mercado mundial (incluyendo las exportaciones de su operación agroindustrial en Ecuador).

En el período comprendido entre 1997 y 1998 se dio la crisis de precios internacionales del palmito, en ese espacio el Estado costarricense apoyo al sector palmitero por medio del Programa de Reconversión Productiva, el cual consistió en el financiamiento para la construcción de plantas procesadoras, en la región Huetar Atlántica donde se apoyó Coopropalmito.

En los últimos años se han desarrollado otras pequeñas plantas entre ellas cabe citar: Corazón Tierno, Alpigo, Montaña Azul, Propasa, Cooperativa Victoria, Hortifruti, El Ángel, Palmitos Vons, Del Trópico y Palmipas. De acuerdo a la opinión de algunos industriales durante el año 2008 existió un 46% de capacidad ociosa entre todas las industrias y un faltante de 40.000.000 de tallos para satisfacer la demanda mundial. Sin embargo como consecuencia de la crisis mundial el consumo de palmito se ha reducido al punto que prácticamente con lo que se produce se abastece la demanda.

En lo que se refiere a países importadores, Francia actualmente es el principal importador de palmito cultivado del mundo, seguido de EE.UU., Argentina, Chile, España y Canadá.

A nivel mundial cada día más consumidores han apreciado la calidad del palmito costarricense gracias al esfuerzo de las agroindustrias, que por años, han venido

promocionando internacionalmente el palmito de pejibaye. En la actualidad el consumidor final y las grandes cadenas de supermercados pueden hacer una diferenciación por calidad entre el palmito de pejibaye y el palmito silvestre.

Para el año 2006 las exportaciones de palmito de Costa Rica correspondieron a aproximadamente US \$25 millones, pero su aporte al PIB es realmente bajo, si se compara con otros productos agrícolas como banano, café y piña. No obstante, contribuye al grupo de los no tradicionales, los cuales tienen una participación del 90% de las exportaciones.

El mercado mundial muestra un crecimiento anual de aproximadamente un 6% y actualmente el consumo es de más o menos 4.5 millones de cajas equivalentes (caja equivalente=6,3 kilogramos), existiendo un gran potencial de incrementar el consumo en países como EE.UU. México y otros.

Hasta mediados del año 2008 el sector palmitero costarricense contribuyó con la generación de 6,200 empleos directos y 31,000 empleos indirectos (eslabón de preproducción y producción primaria), en la agroindustria se generan 900 empleos directos y 4,500 empleos indirectos, y el eslabón de mercadeo genera 170 empleos directos y 850 indirectos. Desde el segundo semestre del año 2008 a la fecha el número de empleos ha sido afectado por como consecuencia en la reducción del consumo de producto debido a la crisis mundial.

Por concepto de pago de palmito por año, entre las diferentes industrias, el monto asciende aproximadamente a US \$ 12 millones por concepto de sueldos y salarios en empleos directos de la agroindustria el monto es de US \$ 6.8 millones de éste monto el 50% pasa a la seguridad social del país como cargas sociales y a nivel de casas de agroquímicos el monto representa alrededor de unos US \$ 6 millones.

Quizás el punto de partida más relevante de los equipos regionales de agrocadena fue la realización de un diagnóstico del sector palmitero, uno de los aspectos que se considero fue determinar sus fortalezas y debilidades las cuales a continuación se describen:

III. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA ACTIVIDAD DEL PALMITO

A. Fortalezas.

- Es una actividad conocida, cuya tecnología de producción es ampliamente conocida por los productores.
- Fuente de empleo e ingresos para muchas familias agricultoras, lo cual contribuye a la estabilidad socioeconómica de las regiones Huetar Atlántica, Huetar Norte y Brunca,
- Es una actividad que se adapta a las condiciones socioeconómicas de los pequeños y medianos productores.

- Se dispone de tecnología para la producción y semilla reconocida a nivel mundial.
- Se cuenta con suelos agroecológicamente aptos para el cultivo de palmito
- Da trabajo directo a más de 6200 personas.
- Alternativa de producción y de ingreso a corto plazo para los pobladores de las regiones rurales marginales.
- Se cuenta con el conocimiento para producir y procesar condiciones.
- Se han creado marcas nacionales con excelente mercado.
- Es una actividad que permite darle valor agregado al producto final.
- Personal capacitado en las fases de preproducción, producción, comercialización e industrialización.

B. Debilidades

- Débil vínculo entre los diversos agentes económicos de la agrocadena.
- Se ha reducido el consumo de la población.
- La mayoría de los productores solo participan en la fase de preproducción, producción.
- Altos costos de producción debido a los precios de la maquinaria e insumos agrícolas.
- Infraestructura vial en regular estado.
- Poca gestión gerencial y empresarial de las organizaciones.
- Bajo precios internacionales y altos costos de producción nacional.
- Altos costos de alquiler de las tierras.
- Falta de un programa de investigación y transferencia tecnológica permanente.
- Precios inestables que afectan la competitividad de la cadena.
- Altos precios de los hidrocarburos que incrementan los costos de transporte de los centros de producción a las plantas procesadoras y de estas últimas a los centros de distribución.

IV. Fases de la agrocadena de palmito

4.1. Preproducción.

En Costa Rica la actividad palmitera se ubica en tres regiones del país (Región Huetar Atlántica, Región Huetar Norte y Brunca), en cada una de ellas se cuenta con suficiente disponibilidad de semilla de pejibaye para palmito, la mayoría del material genético ha sido identificado y caracterizado con la colaboración de la Escuela de Biología Molecular de la Universidad de Costa Rica y la Gerencia del Programa Nacional Sectorial de Palmito

En el sistema bancario nacional existen suficientes recursos, no obstante de acuerdo a algunos actores entrevistados, estos manifestaron que los trámites para su acceso son muy engorrosos y las tasas de interés, como el sistema de pago, no van acorde a la actividad productiva, pues este cultivo posee un período de 2

años donde la producción es muy poca, y solamente hasta el 3 año que esta empieza a ser significativa.

Carencia de transferencia tecnológica, pues los entes que anteriormente la brindaban han reducido su accionar, hasta el punto que hoy en día el 89% de la fase de producción primaria no recibe este servicio.

Carencia de un programa de educación permanente donde se brinden temas integrales relacionados con esta actividad productiva. Solamente existen esfuerzos aislados de algunos funcionarios del sector público y privado.

El material genético costarricense que se emplea como semilla es altamente reconocido a nivel mundial; no obstante, hoy en día no existe una regulación estricta sobre certificación de calidad, ya sea de semilla en coquito, pregerminada o plántulas.

4.2. Producción Primaria

La actividad se ha caracterizado por ser una opción importante para pequeños y medianos productores, debido a que Costa Rica presenta condiciones óptimas: agroclimáticas, conocimientos tecnológicos y de situación geopolítica, para el desarrollo de esta actividad

Al igual que en la mayoría de las actividades agropecuarias de América Latina, en el sector palmitero costarricense, no se conocía en los años 90 con exactitud el número de productores (as), el área total, su ubicación geográfica específica ni el estado agronómico de las mismas, entre otras. Es por esta razón que la gerencia del Programa Nacional Sectorial de Palmito lideró en el 2006 la creación de un sistema de información que se denominó “Base de Datos en Palmito” (BADAPA) y contó con la participación del sector público, privado e instituciones de educación superior.

4.3. Agroindustria

La agroindustria del palmito se caracteriza por ser un conglomerado industrial de grandes empresas como DEMASA y Conservas del Valle y otro conglomerado industrial en manos de pequeños y medianos empresarios, donde destaca la participación de Alpigo SA, cabe mencionar que en este último estrato es donde se ubican los pequeños productores (as), fomentados y apoyados por instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales

La agroindustria está orientada hacia el mercado de exportación, para lo cual se requiere del procesamiento del producto fresco. La materia prima proveniente de las plantaciones ingresa al proceso industrial como palmito con una o dos coberturas (vainas u hojas) y clasificado según normas establecidas para el aprovechamiento de los tallos, en cuanto a grado de conocimiento, grosor y alturas de corte.

La industria formal del envasado de palmito afronta importantes desafíos para la gestión exitosa en el manejo de los inventarios de producción, dado que, la composición de los envíos o embarques es realizada en función de los gustos y preferencias de los mercados de exportación, ciertas partes de los tallos de palmitos se logran colocar con mayor facilidad que otras (tallos y puntas), por lo tanto, éstas últimas deben ser almacenadas y preservadas para futuras colocaciones en el mercado.

4.4. Comercialización

De acuerdo a la productividad reportada en el 2008 es de nueve mil tallos por hectárea, la oferta de tallos anual en el país es de 54 millones, cantidad insuficiente para satisfacer al menos la demanda de las tres principales agroindustrias del país, las cuales requieren alrededor de 70 millones de tallos para el 2009.

Por otra parte en lo que se refiere a la demanda mundial de palmito para el año 2004 esta de acuerdo a las principales empresas exportadoras represento 3,742.000.00 cajas, en este período Ecuador se convirtió en el mayor exportador de palmito del mundo desplazando a Costa Rica y a Brasil.

Es de destacar que las principales compañías tienen su comercialización vertical, lo cual les permite aprovechar la economía de escala y disminuir el costo unitario. Para el caso de los pequeños productores, estos venden su producción a las plantas procesadoras principalmente a través de intermediarios. Desde el inicio de la actividad de palmito de pejibaye, los agricultores han vendido su producto a las industrias en unidades llamadas por algunos “candelas” o simplemente “palmitos”.

Este tipo de unidad de venta facilita mucho las transacciones entre vendedor y comprador por la facilidad que representa contar las candelas o palmitos, no obstante cabe mencionar que hoy en día existen dos métodos de corta uno conocido como barrido o corta tradicional y el otro como corte por candela, el precio que se le paga al productor es mayor cuando se emplea el segundo método, pues este último va más asociado no a la cantidad pero si a la calidad o sea procura que el rendimiento industrial sea mayor.

Al igual que el enlatado en la actualidad el frasco de vidrio es empleado por la mayoría de los países agro exportadores, sin embargo cabe mencionar que su costo es mayor, para el caso de Costa Rica las principales plantas agroindustriales importan este tipo de recipiente. Esta presentación tiene la ventaja que el consumidor puede ver la apariencia del producto que está comprando, las presentaciones más utilizadas son las de 12 y 14 onzas, que alcanzan los mayores valores en el mercado. También se exporta palmito marinado en frascos de 12 y 6 onzas. Las presentaciones de palmito pueden ser enteros o en trozos.

En lo referente al producto fresco ya algunas empresas costarricenses han incursionado en este tipo de presentación para acceder a nichos de mercados diferenciados principalmente en algunos estados de Estados Unidos de América, cabe destacar que en la actualidad el principal inconveniente es que el envío debe ser por vía aérea lo que encarece los costos. Para el caso de Costa Rica, el producto se puede encontrar en las ferias del agricultor y algunos supermercados en forma fresca empacada en bolsas plásticas.

V. OBJETIVO GENERAL DE LAS POLITICAS DE PALMITO.

Mejorar las condiciones de sostenibilidad, equidad y competitividad de los diferentes agentes económicos de la agrocadena de palmito costarricense, mediante una sólida organización que permita el incremento de los niveles de calidad y productividad del cultivo y la industrialización, el mejoramiento de la comercialización, para mayor generación de valor agregado y contribuir con el equilibrio ambiental.

VI. OBJETIVOS Y ACCIONES POR ESLABON DE LA AGROCADENA

5.1. Preproducción.

Objetivo

Estandarizar y garantizar que los procesos de este eslabón se realicen de forma correcta salvaguardando la propiedad, los bienes servicios, los conocimientos, los insumos generados por los otros actores que conforman la agrocadena del palmito. Generando información que permita elevar los conocimientos necesarios que beneficien la interrelación entre los diferentes eslabones participantes de la agrocadena, para los pequeños y medianos productores.

Acciones

1. Facilitar la creación de una estructura organizativa donde tengan participación los diversos eslabones de la agrocadena de palmito costarricense.
2. Elaborar una propuesta para establecer una línea de crédito adecuada al cultivo de palmito de modo tal que permita un adecuado desarrollo de la actividad.
3. Colaborar con el establecimiento de un programa de divulgación que posicionar el palmito costarricense en los mercados internacionales como un producto contribuyente en los procesos ambientales y sociales.
4. Criar y fortalecer una base de datos para el programa nacional sectorial de palmito a través de una recopilación y actualización continua de la información existente de la agrocadena de palmito. Además Definir mecanismo de difusión de esta información que sean eficiente y accesible para todos los actores, y compartir experiencias entre los actores y dar seguimiento a la información generada.

5. Conformación de un equipo especializado de trazabilidad de modo tal que contribuya a la generación de protocolos en el tema de buenas prácticas agrícolas sostenibles, higiénicas y de manufactura de modo tal que faciliten la certificación de una producción inocua. Buscar con entes públicos y privados apoyo a esta propuesta
6. Establecer un censo anual con el fin de cuantificar la relación entre oferta y demanda. Y definir cuanta área existe, lo que hace falta y lo que se debe sembrar
7. Fomentar el consumo nacional.

5.2. Producción

Objetivo

Crear las condiciones para que los productores logren una productividad, y rentabilidad y calidad del producto en las fincas dedicadas al palmito mediante la generación y transferencia de tecnología, que permitan aumentar el nivel de ingreso de los productores

Acciones:

1. Fortalecer el programa de transferencia tecnológica para la fase de producción primaria, mediante el uso de las redes de enlace como herramienta de difusión, garantizando personal responsable por ASA para la toma, análisis, digitación y seguimiento de la información (índices de productividad, calidad y rentabilidad por finca) Promoviendo el uso de registro, generada de las fincas didácticas (redes de enlaces)
2. Determinar las características del sistema de producción, los índices de productividad, calidad y rentabilidad a través de la actualización de la información sobre el manejo agronómico del cultivo (Caracterización de los sistemas de producción)
3. Elaborar un plan de investigación permanente a través de la coordinación con las instituciones que realizan la investigación en palmito
4. Promover las redes de enlace como instrumento de transferencia tecnológica de modo tal que facilite difundir la información
5. Desarrollar protocolos de producción sostenible (SAF, uso de abonos orgánicos, MIP entre otras), en la etapa primaria con una visión integral según la caracterización del sistema de producción, fortalecer la capacitación del equipo técnico sobre este protocolo, implementándose en las fincas modelo como una alternativa didáctica de difusión del manejo agronómico correcto.
6. Identificar áreas potenciales y priorizarlas para cuantificar la necesidad de producción para cubrir el déficit del mercado, darle seguimiento al establecimiento de nuevas áreas, y articular a las personas interesadas con los entes crediticios y con el sector industrial
7. Realizar un estudio de demanda para los próximos años (uso de proyecciones) y la búsqueda de otras alternativas para aumentar la

demanda, buscar otras posibilidades diversificando la transformación del producto

8. Gestionar con los gobiernos locales y el sector transportes, apoyo tendiente a mejorar los caminos en las diferentes zonas de producción.

5.3. Agroindustria.

Objetivo

Desarrollar integralmente la agroindustria en donde se involucren aspectos de producción, industrialización y comercialización en las zonas productoras, con el fin de agregar valor a la agrocadena, logrando que el productor se beneficie de un mayor porcentaje de las utilidades generadas. Y Apoyar al sector privado en la consecución de recursos físicos y financieros que facilite la construcción de la infraestructura requerida para el manejo que permita la comercialización con las exigencias del mercado.

Acciones:

1. Buscar las fuentes de financiamiento necesarias para que se realice un estudio de factibilidad, capacidad instalada y proyección de necesidades de crecimiento agroindustrial, que permita a las organizaciones de productores alternativas de diversificación agroindustrial.
2. Fomentar la agroindustria rural mediante alianzas con entes de investigación y empresas, que generen opciones tecnológicas que abaraten los costos de los procesos de transformación y agreguen valor a la actividad productiva.
3. Diagnosticar y elaborar las propuestas que identifiquen las necesidades de adecuación de la infraestructura existente a nivel nacional.
4. Gestionar la consecución de financiamiento en entidades nacionales o cooperación internacional.
5. Elaborar estudios de factibilidad para el financiamiento de la infraestructura requerida.
6. Identificar los factores que influyen en los costos de la maquinaria agrícola e industrial utilizada en las diferentes fases de la agrocadena, analizar alternativas para reducir su costo.

5.4. Comercialización.

Objetivo

Promover la aplicación de reglas claras y definidas para el funcionamiento eficiente de la comercialización de palmito, tanto para el mercado interno como para el externo, mediante las cuales se genere una mayor participación y distribución de los beneficios sociales y económicos de todos los actores involucrados en la agrocadena

Acciones

1. Homogenizar las normas de calidad que aplican al productor nacional, con el fin de evitar la disminución de precios por calidad, atrasos en los pagos y las devoluciones.
2. Buscar la implementación de contratos de compra entre los productores, sus organizaciones y los comercializadores para la venta del producto a precios justos y estables.
3. Lanzar una campaña para promover el aumento en el consumo por medio de ferias nacionales y otras actividades, que permitan transferir al consumidor, principalmente a la juventud, las bondades nutritivas del palmito.
4. Realizar un estudio de gustos y preferencias del consumidor a través de convenios con universidades y otras instituciones, para determinar los gustos de los consumidores.
5. Posicionar el palmito costarricense en los mercados internacionales como un producto colaborador en procesos ambientales y sociales, mediante una comisión interinstitucional del CNP-PROCOMER-MAG-COMEX, facilitando y brindando información del cultivo de acuerdo a informes recabados sobre el crecimiento de la oferta y demanda internacional de producto (inteligencia de mercados)
6. Coordinar con el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE) y Calidad Agrícola del CNP, lo relacionado con la aplicación de medidas fitosanitarias. En las plantas procesadoras, y así facilitar la estandarización en los procesos.

5.5. Financiamiento.

Objetivo

Poner a disposición de los pequeños y medianos productores, recursos crediticios en condiciones favorables y adecuadas al ciclo del cultivo, bajo el concepto de crédito para el desarrollo, que permita el crecimiento social y económico de estos productores.

Acciones.

1. Coordinar con los actores de la cadena, representantes de entes financieros del sistema bancario nacional, la posibilidad de gestionar los recursos para realizar con los entes financieros la elaboración de una propuesta de crédito para la actividad con la información financiera actualizada y dar un acompañamiento al programa de financiamiento de palmito,
2. Desarrollar conjuntamente Banca para el Desarrollo un programa o fondo de financiamiento, para poblaciones de productores con condiciones crediticias acordes a las necesidades del productor y del cultivo, con un sistema de garantías, plazos y tasas de interés que promuevan el desarrollo socioeconómico de estas poblaciones.

5.6. Capacitación

Objetivo

Formular un programa de capacitación en términos de aprender haciendo en conservación de los recursos hídricos, producción sostenible y manejo adecuado de agroquímicos, mediante una campaña con los productores para fomentar la concientización sobre la contaminación ambiental que produce el uso inadecuado de estos insumos

Acciones.

1. Fortalecer la capacidad empresarial y gerencial de los miembros de las organizaciones de productores de palmito, para consolidar su capacidad de negociación y una mayor presencia y participación en los mercados.
2. Organizar en una sola organización la comercialización de sus productos y la consecución de recursos para el desarrollo eficiente de la cadena productiva.
3. Fortalecer la capacidad organizativa de los productores, mediante la conformación de organizaciones de productores a nivel local y el apoyo y a la Cámara Nacional de Productores de Palmito (CANAPPA)
4. Facilitar el establecimiento de un centro de capacitación para formar cortadores de palmito de modo tal que se uniformicen los criterios de cosecha y poscosecha, buscando y reclutamiento a las diferentes personas de las comunidades especialistas en palmito, para un mayor aprovechamiento de la materia prima por parte del sector industrial y por ende una mayor competitividad de la actividad
5. Integrar una comisión interinstitucional para aprovechar recursos que serán utilizados en actividades de capacitación en palmito.
6. Coordinación de los diferentes actores el proceso por medio del fortalecimiento del equipo regional de la agrocadena a través de la participación de más actores
7. Generar un programa de capacitación permanente que contribuya con el mejoramiento de la capacidad administrativa y gerencial de los diferentes agentes económicos de la agrocadena
8. Diagnosticar las organizaciones para definir las áreas prioritarias de capacitación y proponer planes, y objetivos adecuados mediante la intervención de instituciones públicas y privadas.

5.7. Ambiente.

Promover la productividad y la sostenibilidad de los recursos naturales asociados a la actividad, mediante prácticas productivas amigables con el ambiente.

Acciones.

1. Promover el cultivo como una opción sostenible con el fin de promover la búsqueda de beneficios tributarios para los productores y los beneficios ambientales para el país.
2. Facilitar diversos procesos que permitan gestionar el establecimiento de incentivos por servicios ambientales (fijación de carbono) , mediante el desarrollo de una propuesta para acceder a incentivos ambientales
3. Promocionar protocolos que permitan generar un producto con valor agregado como cultivo ecológico mediante un manejo amigable con el ambiente.
4. Desarrollar un programa de capacitación para elaborar una propuesta que permita acceder a los incentivos ambientales, mediante la conformación de un equipo técnico, relacionados con los entes públicos y privados involucradas en la actividad de palmito.
5. Promocionar un producto con valor agregado como cultivo ecológico con el uso de alternativa de manejo amigable con el ambiente.