



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**COLOMBIA**



# UN ANÁLISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO EN COLOMBIA

16 de mayo, 2017

Esta publicación fue producida para la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. Fue preparado por investigadores de la Universidad de Purdue y el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT).



# AUTORES

- Philip C. Abbott**, Departamento de Economía Agrícola, Universidad de Purdue.
- Tamara J. Benjamin**, Departamento de Horticultura y Arquitectura de Paisajes, Universidad de Purdue.
- Gary R. Burniske**, Centro Global de Seguridad Alimentaria, Universidad de Purdue.
- Marcia M. Croft**, Departamento de Horticultura y Arquitectura de Paisajes, Universidad de Purdue.
- Marieke C. Fenton**, Departamento de Economía Agrícola, Universidad de Purdue.
- Colleen R. Kelly**, Departamento de Juventud, Desarrollo y Educación Agrícola, Universidad de Purdue.
- Mark M. Lundy**, Vinculando Productores con Mercados, Área de Investigación en Análisis de Políticas, Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT.
- Fernando Rodríguez-Camayo**, Vinculando Productores con Mercados, Área de Investigación en Análisis de Políticas, Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT.
- Michael D. Wilcox Jr**, Centro para el Desarrollo Regional y Extensión, Universidad de Purdue.

# CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	3
METODOLOGÍA	17
CÓMO FUNCIONAN LOS MERCADOS DE CACAO EN COLOMBIA VS. OTRAS PARTES	23
PRÁCTICAS DE POSCOSECHA Y PRECIOS	31
LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO EN COLOMBIA	35
PRODUCCIÓN DE CACAO - CONCEPTOS BÁSICOS	47
RECOMENDACIONES	59
REFERENCIAS	72

## EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El análisis de la cadena productiva del cacao en Colombia para el proyecto Cacao para la Paz es financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional bajo el acuerdo de cooperación TA-CR-16-022.

Las opiniones de los autores, expresadas en esta publicación, no reflejan necesariamente las opiniones de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos - Servicio de Agricultura Extranjero, o el Gobierno de los Estados Unidos.

Foto de la portada: Neil Palmer, CIAT

## Los autores quisieran agradecer

...A los múltiples actores de la cadena de cacao en Colombia que participaron en todas las entrevistas, talleres, grupos focales y llamadas telefónicas. Adicionalmente, hemos recibido grandes aportes de traders internacionales, expertos en cacao fino, chocolateros y personas involucradas con instituciones de desarrollo. En gran medida, el presente informe refleja su sabiduría, sus conocimientos y sus preocupaciones sobre el futuro del sector y su posible papel en el desarrollo rural del posconflicto. Agradecemos el apoyo financiero recibido de USDA y USAID que hizo posible este informe. Finalmente, los errores y las omisiones son nuestras.



Colleen Kelly, Purdue

# ABREVIACIONES Y ACRÓNIMOS

<b>ANDI</b>	Asociación de Industriales de Colombia	<b>ICE</b>	Intercontinental Exchange
<b>ANI</b>	Agencia Nacional de Infraestructura	<b>ICR</b>	Incentivo a la Capitalización Rural
<b>BMC</b>	Bolsa Mercantil de Colombia	<b>INCODER</b>	Instituto Colombiano de Desarrollo Rural
<b>CIAT</b>	Centro Internacional de Agricultura Tropical	<b>KG</b>	Kilogramo
<b>CORPOICA</b>	Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria	<b>MADR</b>	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
<b>CPGA</b>	Centro Provincial de Gestión Agropecuaria	<b>TM</b>	Tonelada Métrica
<b>DANE</b>	Departamento Administrativo Nacional de Estadística	<b>SENA</b>	Servicio Nacional de Aprendizaje
<b>EPSAGRO</b>	Empresa Prestadora de Servicios de Asistencia Técnica	<b>UMATA</b>	Unidad Municipal de Asistencia Técnica
<b>ELN</b>	Ejército de Liberación Nacional	<b>UNODC</b>	United Nations Office of Drugs and Crime (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito)
<b>FARC</b>	Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia	<b>UPRA</b>	Unidad de Planificación Rural Agropecuaria
<b>FEDECACO</b>	Federación Nacional de Cacaoteros	<b>USDA</b>	United States Department of Agriculture (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos)
<b>FINAGRO</b>	Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario	<b>USAID</b>	United States Agency for International Development (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional)
<b>FOB</b>	Freight on Board o Free on Board (Carga o flete a bordo)	<b>UPA</b>	Unidad de Producción Agropecuaria
<b>ICCO</b>	International Cocoa Organization (Organización Internacional del Cacao)	<b>UAF</b>	Unidad Agrícola Familiar

Neil Palmer, CIAT



# GLOSARIO

## **Bulk cacao**

Cacao corriente

## **Cacao criollo**

Nativo de América Central y del Sur y las islas del Caribe, sólo el 5% de la producción mundial de cacao es criollo. Las variedades criollo son extremadamente vulnerables a una variedad de amenazas ambientales y tienen bajos rendimientos que otras variedades. Su sabor se describe como bajo en el sabor clásico del chocolate, pero rico en notas secundarias, delicado, y complejo.

## **Cacao forastero**

Forastero se cultiva principalmente en África, Ecuador y Brasil y representa el 80% de la producción mundial de cacao. Es mucho más resistente y menos susceptible a las enfermedades que la variedad criollo. Este tipo de cacao se utiliza principalmente para dar un sabor fuerte de “chocolate”, sin embargo, el cacao tiene un sabor amargo que carece de sabores secundarios. A menudo se mezcla con cacao superior.

## **Cacao trinitario**

Es un híbrido artificial entre las subespecies forastero y criollo, que se caracteriza por una gran variabilidad en forma, tipo, tamaño y comportamiento, y que predomina en Colombia. Este híbrido ha sido usado en la selección de materiales que han sido clonados y recomendados por Fedecacao.

## **Casa elba**

El cacao tipo Criollo se caracteriza por presentar bajo amargor en comparación con los otros tipos de cacao, debido a que tienen una Estación de secado y almacenamiento que se encuentra encima de la vivienda o estructura encontrada en la propiedad.

## **En baba**

Granos de cacao que son vendidos húmedos y que no han sido secados o fermentados aún.

## **Escoba de bruja**

Enfermedad encontrada en las ramas de árboles de cacao.

## **Fermentación del cacao**

a. Un grano de cacao bien fermentado

b. Un grano de cacao insuficientemente fermentado. Cuando la fermentación es incompleta el cacao va a tener un cotiledón que es morado o rojo-morado, con una

estructura semicompacta. La cascara es difícil de separar. Mire “pasilla.”

c. Grano “Pizarroso”: el grano de cacao sin fermentar. El interior del grano es gris-negro y la estructura se encuentra completamente compacta.



Colleen Kelly, Purdue

## **Fine and flavor cocoa**

Cacao fino y de aroma. Se encuentran sabores adicionales como frutales, florales, nuez y caramelo y es utilizado para la elaboración de chocolates especiales o gourmet.

## **Free (o Freight) on Board (FOB)**

Precio establecido para los granos de cacao en los puertos previo a su embarcación para los destinos internacionales.

## **Moniliophthora rozeri – monilia**

Enfermedad fúngica que puede causar la pérdida de más del 90% de una plantación de cacao si no es controlada por medio de químicos o medios físicos.

## **Pasilla**

Se refiere a granos de cacao que se encuentran aplastados, delgados y son difíciles de separar cuando se corta. Generalmente es causado por una mala fermentación.

## **Precio Premium**

Precio que se da para mejorar la calidad del grano e incrementar la calidad.

## **Theobroma cacao**

Nombre científico para el cacao. Significa en griego “alimento de los dioses.” Se ha establecido que existe una fuerte relación entre el contenido de las metilxantinas, teobromina y cafeína y el material genético.

# RESUMEN EJECUTIVO



Colleen Kelly, Purdue



A lo largo de esta publicación, hay muchas fotos tomadas durante el Festival del Cacao de San Vicente de Chuchuri, que ocurrió del 13 al 15 de agosto de 2016. Fue sólo el segundo de su tipo - el primer festival tuvo lugar una década antes en julio de 2004.

Violencia y la falta de voluntad política dentro de la región impidió los festivales posteriores. Para muchos residentes, la renovación del festival fue especialmente alegre y conmovedora; representaba un triunfo de la paz y un creciente orgullo cívico. Una comunidad que una vez se caracterizó como insegura e inestable, ahora se celebra como la “Capital Cacaotera de Colombia” y el cacao como la “fuente de ingresos para el futuro”.

El principal objetivo del proyecto de USAID/USDA, Cacao para la Paz (CpP), es “fortalecer las instituciones agrícolas claves en Colombia de los sectores público y privado que trabajan con cacao, mediante la investigación cooperativa, asistencia técnica y educación de extensión. La visión de CpP es mejorar el bienestar de la población rural por medio de procesos de desarrollo agrícola inclusivos y sostenibles, con impactos positivos en los ingresos para los productores de cacao, oportunidades económicas para economías rurales, estabilidad y paz”.

Bajo esta orientación, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) comisionó este informe para examinar en detalle la cadena productiva del cacao en Colombia y, adicionalmente, visualizar dinámicas locales en algunas regiones específicas del país.

En este informe discutiremos las razones por las cuales creemos que Colombia ha luchado para mantener la producción que satisface la demanda local, a través de un análisis en profundidad de la cadena productiva del cacao, y ofreceremos algunas posibles formas de emplear los activos, que podrían capitalizarse para ayudar al cacao a convertirse en un camino para la paz.

Para los propósitos de este estudio, se adoptó un enfoque de métodos mixtos, el cual se centró esencialmente en cuatro subprocesos de investigación que examinan: (1) los flujos físicos del cacao: desde la finca, pasando por el procesador, hasta el usuario final; (2) los precios recibidos por el cacao a lo largo de la cadena, incluidos los costos relacionados con adquisición y procesamiento; (3) los actores a lo largo de la cadena,

incluyendo sus roles, comportamientos, relaciones y recomendaciones para aumentar la eficiencia en el sector colombiano del cacao; y (4) las situaciones contextuales y las consideraciones que afectan los resultados del mercado en el sector colombiano del cacao, incluyendo la producción, el procesamiento y la chocolatería en general.

Colombia difiere de los grandes países exportadores de cacao en el mundo (Costa de Marfil, Ghana, Ecuador) de varias maneras. Primero, las multinacionales juegan un rol más limitado, con dos compañías colombianas (Casa Luker y Nutresa) que compran más del 80% de la producción de cacao en el país. Los mercados internacionales son menos importantes, el desarrollo y la infraestructura de Colombia son más limitados, y la presencia de dos compradores nacionales significa que la estructura del mercado en el país es diferente a otros países que producen cacao.

Segundo, muchos compradores de cacao mantienen una relación informal con Casa Luker o Nutresa o con una compañía que produce productos terminados de chocolate. La mayoría del cacao producido en Colombia termina en centros de acopio de Casa Luker y Nutresa. Volúmenes significativamente más pequeños llegan a las compañías que producen chocolate terminado o a los mercados internacionales.

Tercero, los precios del cacao que pagan en los centros de compra son muy parecidos a los precios mundiales, y son mucho más altos a los precios pagados en otros países productores de cacao en el mundo. Finalmente, hay una demanda interna significativa para el cacao, por la tradición de tomar chocolate en Colombia, y es un mercado importante para los productores de cacao.

El sector cacaotero de Colombia presenta oportunidades específicas en el contexto del desarrollo en posconflicto. Los esfuerzos recientes para promocionar el sector están enfocados en la expansión de la producción de cacao y un poco en el manejo poscosecha, el establecimiento de las organizaciones de productores y la exploración de los nichos de mercado. A pesar de estas intervenciones, el sector todavía sigue sin expresar todo su potencial.

En vez de enfocarse principalmente en la producción de cacao, proponemos una estrategia que clarifica roles y responsabilidades en el sector para evitar ineficiencias y redundancias, incentivando la coordinación y colaboración entre los actores nacionales y regionales; así como inversiones con el objetivo de fortalecer las organizaciones de productores, para que sean negocios rurales viables, que aumenten la capacidad del sector para actuar sobre señales claras del mercado; y la promoción de incentivos

adaptados a las regiones para mejorar las buenas prácticas de producción y manejo poscosecha. Después de considerar todos los insumos y la información disponible, creemos que estas intervenciones mejorarían la competitividad y la productividad del cacao y apoyarían al sector a llegar a su potencial, con el propósito de mejorar los medios de vida de las zonas cacaoteras.

Neil Palmer, CIAT



# INTRODUCCIÓN

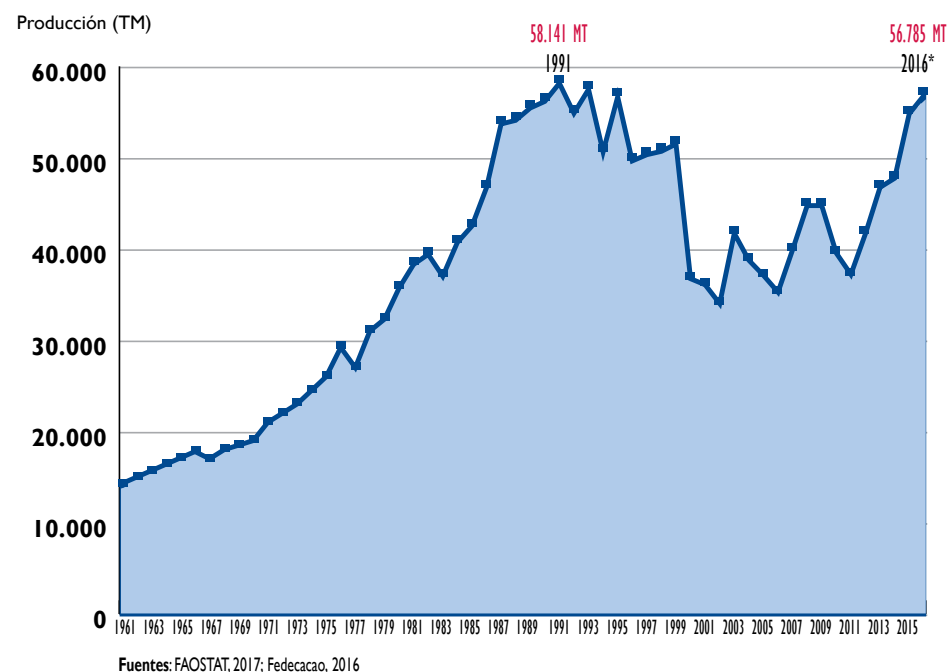


La producción de cacao en Colombia ha existido por milenios, siguiendo su origen biológico desde la parte más alta de la región Orinoquía del nororiente colombiano (Motamayor, et al., 2002), y ha sido una parte culturalmente importante de la dieta desde entonces. Actualmente, la producción mundial de cacao está fuertemente concentrada en África (principalmente Costa de Marfil, Ghana, Camerún y Nigeria, que comprenden el 63,2%), Asia (principalmente Indonesia y Papúa Nueva Guinea, 17,4%) y América Latina (Brasil, Ecuador, Perú, República Dominicana y Colombia, con un 14,1%), donde se originó el cacao. Sin embargo, a diferencia de muchos otros países productores de cacao, la producción actual del cacao colombiano se centra principalmente en satisfacer la demanda interna arraigada profundamente en la tradición histórica del consumo de cacao.

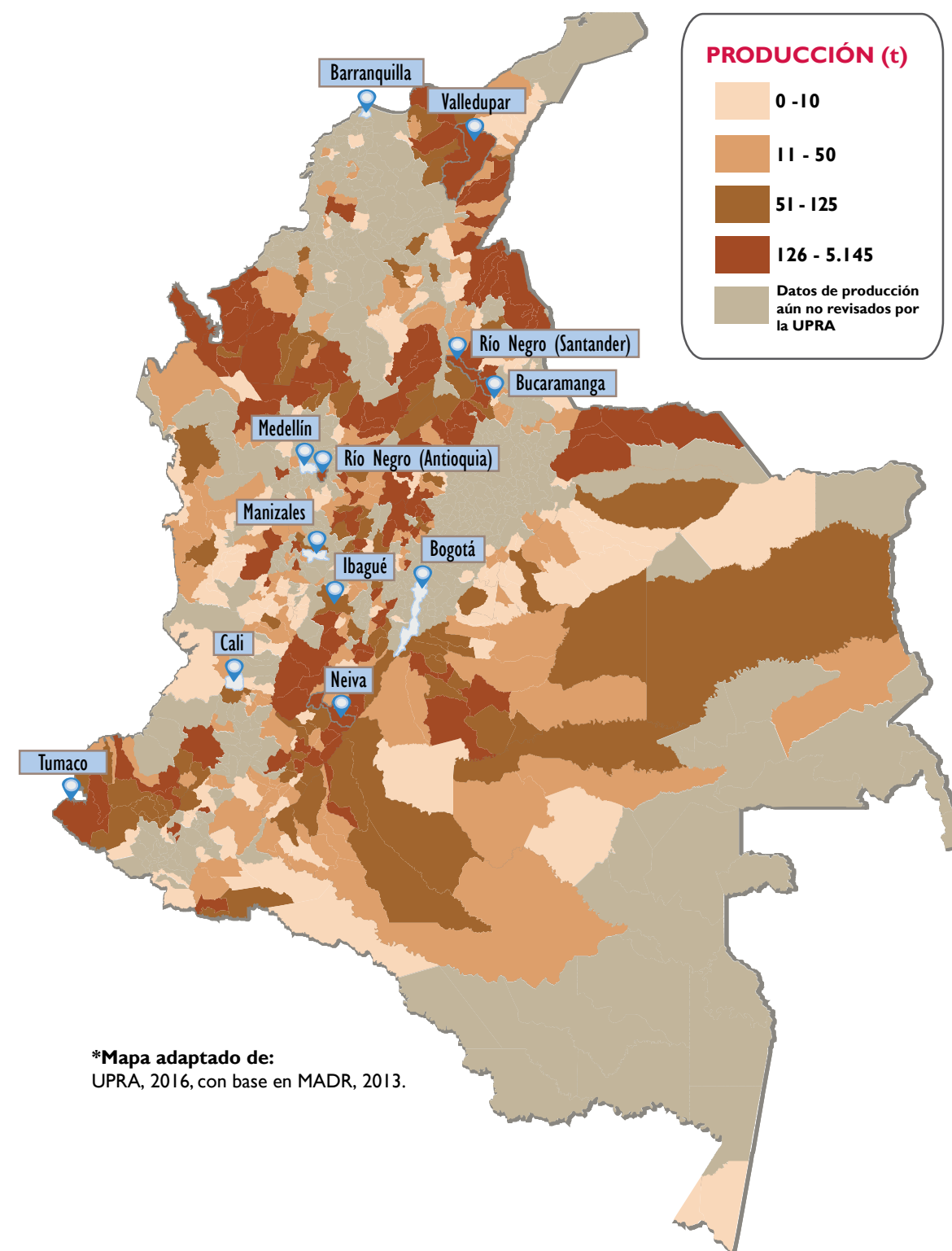
Los esfuerzos realizados por Colombia en los últimos años han llevado a la expansión de la producción de cacao (Figura 1). La producción colombiana de cacao alcanzó su máximo en 1991, con un poco más de 58.000 TM provenientes de aproximadamente 125.000 hectáreas cultivadas (Figura 2). Desde entonces, la producción colombiana ha oscilado, probablemente debido a una variedad de factores que podrían o no depender del mercado (precios vigentes, conflicto interno, demanda percibida del mercado interno, etc.).

El rendimiento ha permanecido estable durante los últimos 60 años, pero la producción anual ha aumentado a través de la expansión del área (Figura 3). El drástico incremento en los acres cosechados entre 2012 y 2014 podría ser el resultado del desarrollo de proyectos, entre 2006 y 2011, que promovieron las plantaciones de cacao (por ejemplo, AD-

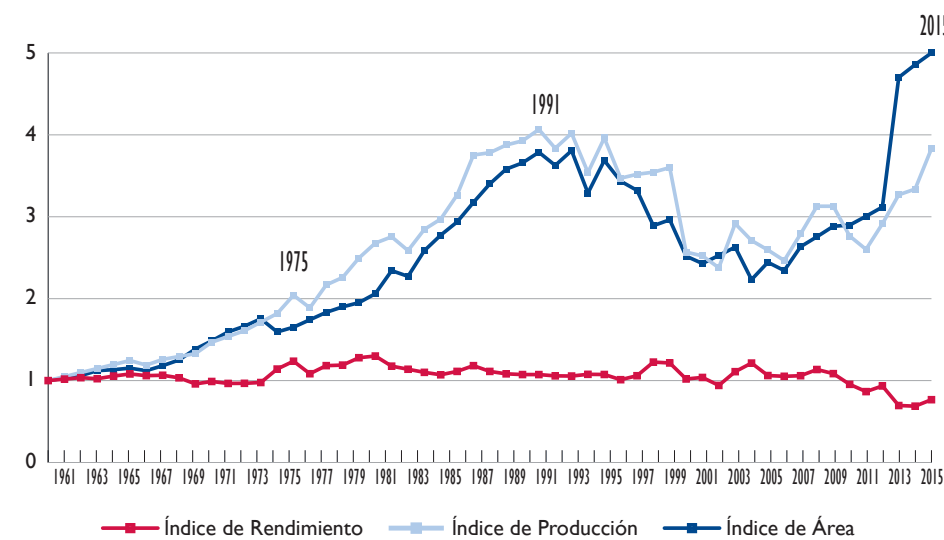
**FIGURA 2. PRODUCCIÓN COLOMBIANA DE CACAO, (1961-2016)**  
(en toneladas métricas, TM)



**FIGURA 1. PRODUCCIÓN DE CACAO POR MUNICIPIOS, 2013**  
(en toneladas)



**FIGURA 3. ÍNDICES DE PRODUCCIÓN DE CACAO COLOMBIANA, AREA COSECHADA, RENDIMIENTO (AÑO BASE = 1961)**



Fuente: FAOSTAT, 2017

AM-Áreas de Desarrollo Alternativo Municipal y MIDAS-Más Inversión para el Desarrollo Alternativo Sostenible).

Estas plantaciones se han dado durante la última década y han comenzado a madurar, y sus pequeños propietarios han sido atraídos para intensificar la cosecha de su cacao (uno de los muchos cultivos que ellos generalmente tienen en su portafolio). Como resultado, desde el año 2000 la producción total del cacao en Colombia ha aumentado de 36.731 TM a 56,785 TM en 2016. (FAOSTAT y Fedecacao, 2017).

Los granos de cacao se utilizan en todo el mundo, en los alimentos (chocolate y productos que contienen chocolate y/o manteca de cacao, en polvo o pasta) y cosméticos. Aunque el consumo varía significativamente de un país a otro, en su mayoría los países consumidores de cacao se encuentran fuera de los trópicos. Por el contrario, todos los países productores de cacao se encuentran dentro de los trópicos, debido a los requerimientos biológicos del árbol de cacao.

En general, hay tres variedades de cacao: forastero (designado por algunos como 'corriente' en el mercado global)<sup>1</sup>, criollo y trinitario (variedades de las que se deriva la denominación 'fino y de aroma'). El cacao forastero se encuentra más comúnmente en África, mientras que el criollo y el trinitario son comunes en América Latina y el Caribe, así como en algunos países en los océanos Atlántico, Índico y Pacífico. Todas las variedades se usan en la fabricación del chocolate: el cacao 'corriente' es usado ampliamente y el 'fino y de aroma' se utiliza específicamente en el chocolate negro y en la denominación Bean to Bar (de la semilla a la barra) (Dand, 2010; ICCO, 2017).

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) actualmente (en mayo de 2016) reconoce veintitrés orígenes de cacao 'fino y de aroma' y ofrece una estimación general de qué porcentaje de las exportaciones de cada origen son del cacao 'fino y de aroma' (Tabla I). La noción del cacao 'fino y

<sup>1</sup> De acuerdo con la ICCO (2017), los árboles nacionales de Ecuador son de origen forastero, pero considerados 'finos y de aroma' dados sus atributos organolépticos.

de aroma' es esencialmente definida por la ICCO como un cacao que procede de variedades latinoamericanas. Dicho esto, hay una distinción extremadamente importante que no puede ser exagerada (el mercado mundial no distingue entre las dos designaciones: 'corriente' y 'fino y de aroma'). El origen puede importar, como lo demuestran los diferenciales de origen, pero estos son el resultado de variadas razones, incluyendo el volumen y la calidad general.

Además, hay casos en que los compradores adquieren lotes de cacao que llevan una certificación específica (orgánica, Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ, por nombrar algunos) y/o atributos organolépticos. Sin embargo, la gran mayoría de cacao certificado proviene de África, no es fino y de aroma, y recibe una prima de menos de US\$200/TM; y en muchos casos (por ejemplo, alrededor de 2/3 de la producción certificada en 2012), se vendió al mercado corriente por un exceso de oferta (Potts et al., 2014; UTZ, 2016).

Las cantidades de cacao 'fino y de aroma' - engañosamente presentadas mediante gráficos en 'pirámide' de los segmentos del mercado del cacao (mire Figura 9, pp. 28), por parte de agencias de consultores y organizaciones internacionales que promueven esta segmentación-, están basadas en una decisión política de un comité de la ICCO. Estas pirámides también asocian grandes premios (US\$500-1000/TM sobre el precio ICCO) con los niveles más altos de la pirámide, lo cual no es sustentado por transacciones de cacao en los mercados globales (Figura 4).

La distinción 'fino y de aroma' es un intento por diferenciar aún más el mercado, pero la mayoría de este tipo de cacao se exporta como 'corriente' o es usado en el mercado interno (IISD, 2014; UTZ, 2016). Evidencia de

**TABLA I. PRODUCCIÓN GLOBAL DE GRANOS DE CACAO POR PAÍS, 2014**

Puesto	País	Cantidad total producida (TM)	Porcentaje total en el mundo	Corriente	% de Corriente	Fino y de aroma	% de fino y de aroma	ICCO
1	Costa de Marfil	1'434.077	32,2%	1'434.077	35,21%			-
2	Ghana	858.720	19,3%	858.720	21,09%			-
3	Indonesia	728.400	16,4%	721.116	17,71%	7.284	1,93%	1%
4	Brasil	273.793	6,2%	273.793	6,72%			-
5	Camerún	269.902	6,1%	269.902	6,63%			-
6	Nigeria	248.000	5,6%	248.000	6,09%			-
7	Ecuador	156.216	3,5%	39.054	0,96%	117.162	31,01%	75%
8	Perú	81.651	1,8%	20.413	0,50%	61.238	16,21%	75%
9	República Dominicana	69.633	1,6%	41.780	1,03%	27.853	7,37%	40%
10	Colombia	47.732	1,1%	2.387	0,06%	45.345	12,00%	95%
11	Papúa Nueva Guinea	45.019	1,0%	4.502	0,11%	40.517	10,72%	90%
12	Togo	30.516	0,69%	30.516	0,75%			-
13	México	26.969	0,61%			26.969	7,14%	100%
14	Venezuela	21.735	0,49%			21.735	5,75%	100%
15	Uganda	20.979	0,47%	20.979	0,52%			-
16	Sierra Leona	15.879	0,36%	15.879	0,39%			-
17	India	15.000	0,34%	15.000	0,37%			-
18	Haití	14.633	0,33%	14.633	0,36%			-
19	Guatemala	13.109	0,29%	6.555	0,16%	6.555	1,73%	50%
20	Guinea	9.439	0,21%	9.439	0,23%			-
21	Madagascar	8.818	0,20%			8.818	2,33%	100%
22	Liberia	7.500	0,17%	7.500	0,18%			-
23	Bolivia	7.164	0,16%			7.164	1,90%	100%
24	Tanzania	5.645	0,13%	5.645	0,14%			-
25	Filipinas	5.428	0,12%	5.428	0,13%			-
26	Congo	5.000	0,112%	5.000	0,12%			-
27	Islas Salomón	4.825	0,108%	4.825	0,12%			-
28	Santo Tomé y Príncipe	3.200	0,07%	2.080	0,05%	1.120	0,30%	35%
29	Malasia	2.665	0,06%	2.665	0,07%			-
30	República del Congo	2.500	0,06%	2.500	0,06%			-
31	Cuba	2.188	0,05%	2.188	0,05%			-
32	Nicaragua	1.870	0,04%			1.870	0,49%	100%
33	Sri Lanka	1.812	0,04%	1.812	0,04%			-
34	Vanuatu	1.663	0,037%	1.663	0,04%			-
35	Jamaica	1.154	0,026%	58	0,00%	1.096	0,29%	95%
36	Honduras	941	0,021%	471	0,01%	471	0,12%	50%
37	Granada	900	0,020%			900	0,24%	100%
38	Costa Rica	700	0,016%			700	0,19%	100%
39	Guinea Ecuatorial	668	0,015%	668	0,02%			-
40	Panamá	641	0,014%	321	0,01%	321	0,08%	50%
41	Samoa	484	0,011%	484	0,01%			-
42	Guyana	469	0,011%	469	0,01%			-
43	Angola	414	0,009%	414	0,01%			-
44	El Salvador	366	0,008%	366	0,01%			-
45	Trinidad y Tobago	329	0,007%			329	0,09%	100%
46	Dominica	297	0,007%			297	0,08%	100%
47	San Vicente del Raspeig	217	0,005%	217	0,01%			-
48	Gabón	207	0,005%	207	0,01%			-
49	Timor-Oriental	163	0,004%	163				-
50	Tailandia	144	0,003%	144				-
51	República Centroafricana	133	0,003%	133	0,003%			-
52	Benin	117	0,003%	117	0,00%			-
53	Belice	75	0,002%	38	0,001%	38	0,01%	50%
54	Santa Lucía	63	0,001%			63	0,02%	100%
55	Comoras	42	0,001%	42	0,00%			-
56	Estados Federados de Micronesia	32	0,001%	32	0,001%			-
57	Fiji	20	0,000%	20	0,0005%			-
58	Surinam	6	0,000%	6	0,0001%			-
59	Samoa Americana	1	0,000%	1	0,00%			-
	<b>Total</b>	<b>4'450.263</b>	<b>100,0%</b>	<b>4'072.419</b>	<b>100%</b>	<b>377.844</b>	<b>100%</b>	
			<b>% de la producción mundial</b>		<b>91,5%</b>		<b>8,5%</b>	

■ Origen de cacao Fino y de aroma  
□ Sin origen de cacao Fino y de aroma

Fuente: FAOSTAT 2017

"Pero cuando usted tiene algo que se considera especial, usted consigue a la gente que está buscando lo especial. Lo buscan, y están dispuestos a pagar un poco más por eso, dependiendo de como exactamente es lo especial. Como lo sugirió la presentación de ICCO, se oscilará desde un par de cientos de dólares por tonelada a potencialmente varios miles por tonelada extra. De nuevo, depende de que tan especial es. LOS DIAMANTES SON INUSUALES."

- ED SEGUINE, presidente del grupo ad hoc de ICCO, habla sobre el cacao fino y de aroma.

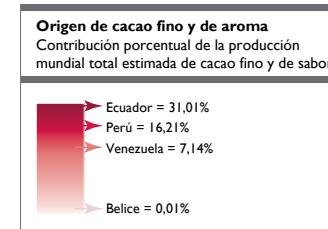
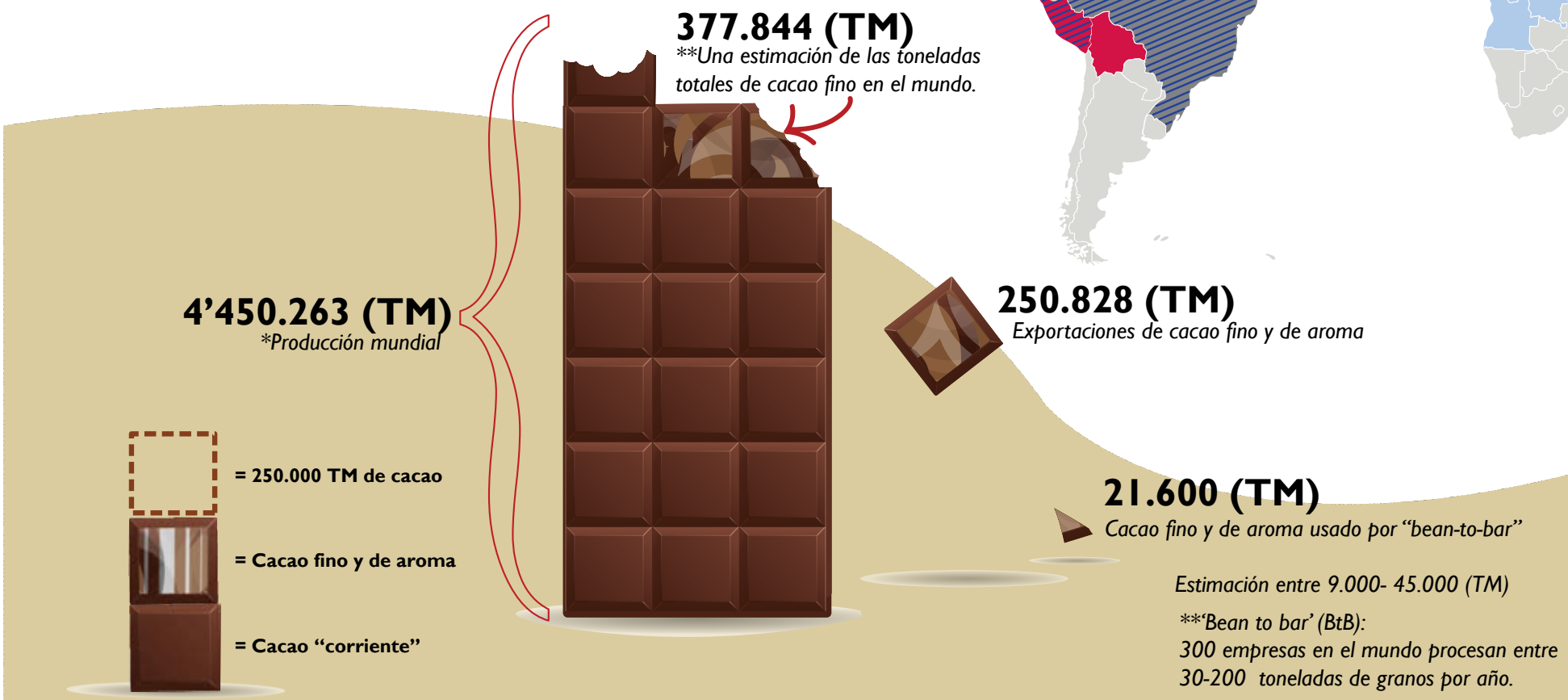
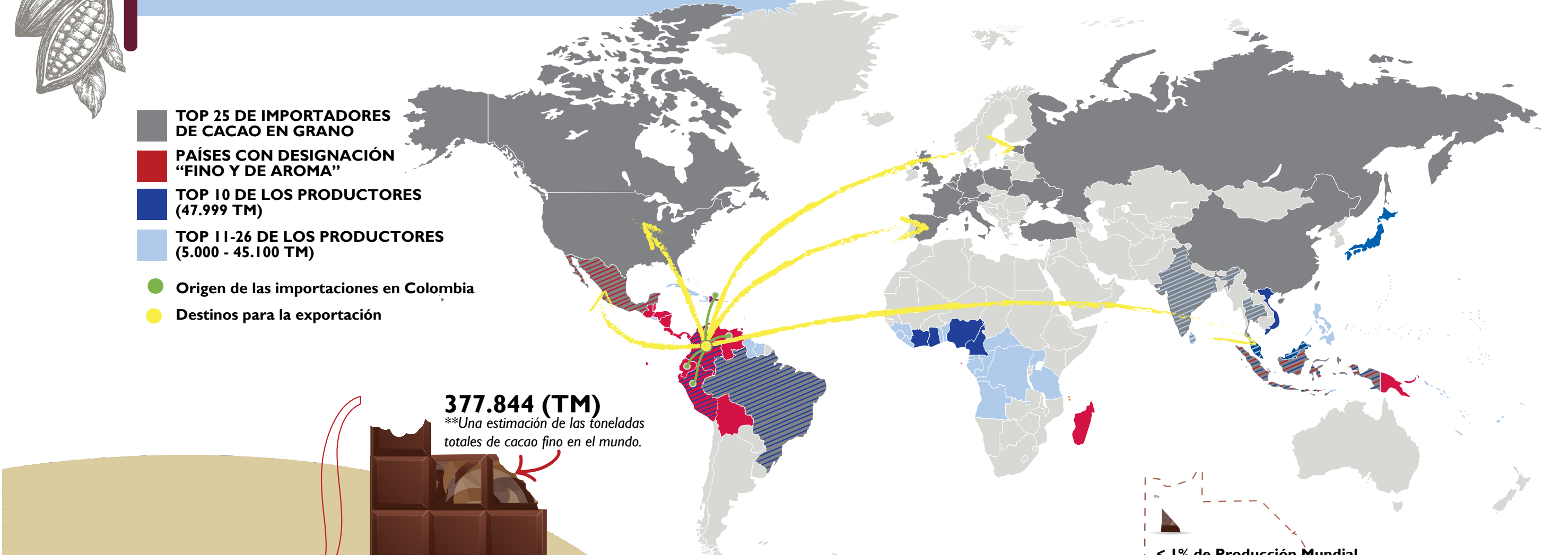




FIGURA 4

# PRODUCCIÓN MUNDIAL DE CACAO

- TOP 25 DE IMPORTADORES DE CACAO EN GRANO
- PAÍSES CON DESIGNACIÓN "FINO Y DE AROMA"
- TOP 10 DE LOS PRODUCTORES (47.999 TM)
- TOP 11-26 DE LOS PRODUCTORES (5.000 - 45.100 TM)
- Origen de las importaciones en Colombia
- Destinos para la exportación



**< 1% de Producción Mundial**

"Es importante que el nombre y la reputación de Colombia crezca, pero NO deben pensar que todos van a vender al mercado bean-to-bar (limitado y pequeño)"

- Emily Stone, Uncommon Cacao, agosto 2016

**Fuentes:**  
\*ICCO, 2017  
\*\*Basado en cálculos de los autores usando base de datos de FAOSTAT, COMTRADE, y porcentajes indicados por ICCO

Departamento de Caldas:  
La producción de cacao  
en el eje cafetero está  
aumentando.

esta contradicción puede ser encontrada en los datos de exportación de MAGAP en Ecuador, donde la ICCO designó el 75% del mercado como 'fino y de aroma', aunque los datos de 2015 no respaldan esta afirmación y muestran que el cacao CCN51 y A.S.E (que no son parte del cacao 'fino y de aroma'), constituyeron el 72,6% de todo el cacao de Ecuador exportado entre 2012 y setiembre de 2015 (MAGAP, 2015).

Esta información fue confirmada por Ríos (2017), quien además de mostrar que el mercado no reflejó el estimado de la ICCO (73,3% 'corriente' entre 2012-2016), mostró que el promedio ponderado de los valores unitarios del cacao 'fino y de aroma' fue \$10 sobre el precio promedio de la ICCO (US\$2791/TM en vez de US\$2781/TM) durante el mismo periodo.

Igualmente, Ríos (2017) reporta que el mercado de cacao 'corriente' en el Perú es 56,2% (en vez del estimado de la ICCO de 25%), mientras que los datos de exportación reportados para Colombia por Ríos (2017) sugieren que el 77,5% de las exportaciones fueron como 'corriente' durante los años 2012-2016, ni cerca de 95% estimado por el ICCO. Estos resultados sugieren que el mercado y los premios asociados a las exportaciones del cacao 'fino y de aroma' están drásticamente exagerados en las pirámides mencionadas anteriormente.

En el análisis que sigue, usamos esta convención de 'fino y de aroma' esencialmente como un experimento de pensamiento, ya que no existen datos sobre transacciones de mercado 'fino y de aroma' como una categoría independiente. Un estudio reciente hecho por Ríos (2017) propone una nueva

definición - 'cacao especial' - para este segmento del mercado, la cual combina datos de cacao de orígenes únicos, cacao diferenciado organolépticamente y cacao certificado; sin embargo, esta categoría aún no ha sido aceptada por los actores claves del mercado. Cabe señalar que la ICCO utiliza una combinación de criterios tanto cualitativos como cuantitativos para determinar la designación de fino y de aroma, pero admite que la medición de algunos de los criterios es 'subjetiva'.

Dand (1999; 2010) lo resume de esta manera:

*“Pero como el chocolate negro o simple representa sólo una pequeña proporción de las ventas totales de chocolate, la relevancia de los granos principalmente trinitarios (el criollo puro ha desaparecido), ha disminuido. Esto está en línea con su producción; una estimación sitúa la cantidad de cacao fino y de aroma por debajo del 5% de la cosecha mundial. De hecho, puede ser mucho menor, ya que muchos productores tradicionales de cacao trinitario también producen el tipo forastero, y las cifras de exportación con las que se hizo la estimación, no distinguen entre los dos. El papel del trinitario para el chocolate especial de alta calidad también está bajo amenaza; un catador experto que trabaja para un gran fabricante de chocolate, admitió en privado que un muy buen chocolate negro, con igual sabor al que se hace con el cacao fino y de aroma, se podría hacer a partir de granos de cacao forastero”*

La posición de Dand, sostenida por más de una década, es apoyada por los datos actuales, que indican que la cuota de mercado para el chocolate premium y súper premium es “extremadamente pequeña en relación



El chocolate de mesa es parte de la canasta básica de alimentos para el hogar en Colombia. En consecuencia, la demanda interna de cacao es alta.

Adobe Stock

con los otros segmentos” (Market Research, 2017).

Actualmente, la ICCO estima que el 95% del cacao que Colombia exporta es 'fino y de aroma'. Sin embargo, globalmente, las estadísticas de producción, exportación e importación no diferencian entre el cacao 'corriente' y el 'fino y de aroma' (Puro, 2016). Para los propósitos de este estudio, usamos una combinación de los datos de producción de FAOSTAT (disponibles desde 2014) y los actuales porcentajes de exportación de cacao 'fino y de aroma' de la ICCO, para medir los tamaños relativos de provisión y consumo hipotéticos de cacao 'corriente' y 'fino y de aroma'.

Los hogares colombianos consumen grandes cantidades de chocolate de

mesa o beben chocolate como parte de su dieta básica. Este producto, que toma varias formas, tiende a contener concentraciones relativamente altas de sólidos de cacao, grasa vegetal como aceite de palma, así como azúcar y ocasionalmente sabores tales como clavo, canela o vainilla. Además de las grandes empresas como Casa Luker y Nutresa (la compañía que es dueña de Nacional de Chocolates), existen algunas pequeñas empresas de chocolate más regionales. Estas pequeñas empresas tienden a centrarse casi exclusivamente en el chocolate de mesa y tienen mucho menos espacio para maniobrar cuando los precios del cacao suben.

Ya que el chocolate de mesa es parte de la canasta básica de alimentos para

el hogar, sus consumidores siguen siendo extremadamente sensibles a los precios altos, como los que se observaron a mediados de 2016, cuando el crecimiento de los costos de las materias primas superó la capacidad de las empresas para sobrellevar estos costos, lo que contribuyó a reducir los márgenes en el segmento del chocolate de consumo. Las firmas de chocolate reaccionaron de dos maneras distintas. Empresas grandes y bien capitalizadas como Luker y Nutresa invirtieron en tecnología para aumentar la eficiencia del procesamiento, y en el desarrollo de una alta gama de productos con valor agregado, incluyendo mezclas de bebidas instantáneas en polvo a base de cacao, así como bocadillos y oferta de barras para el mercado



La producción de cacao en Colombia viene en aumento igual que la oferta exportable.

Colleen Kelly, Purdue



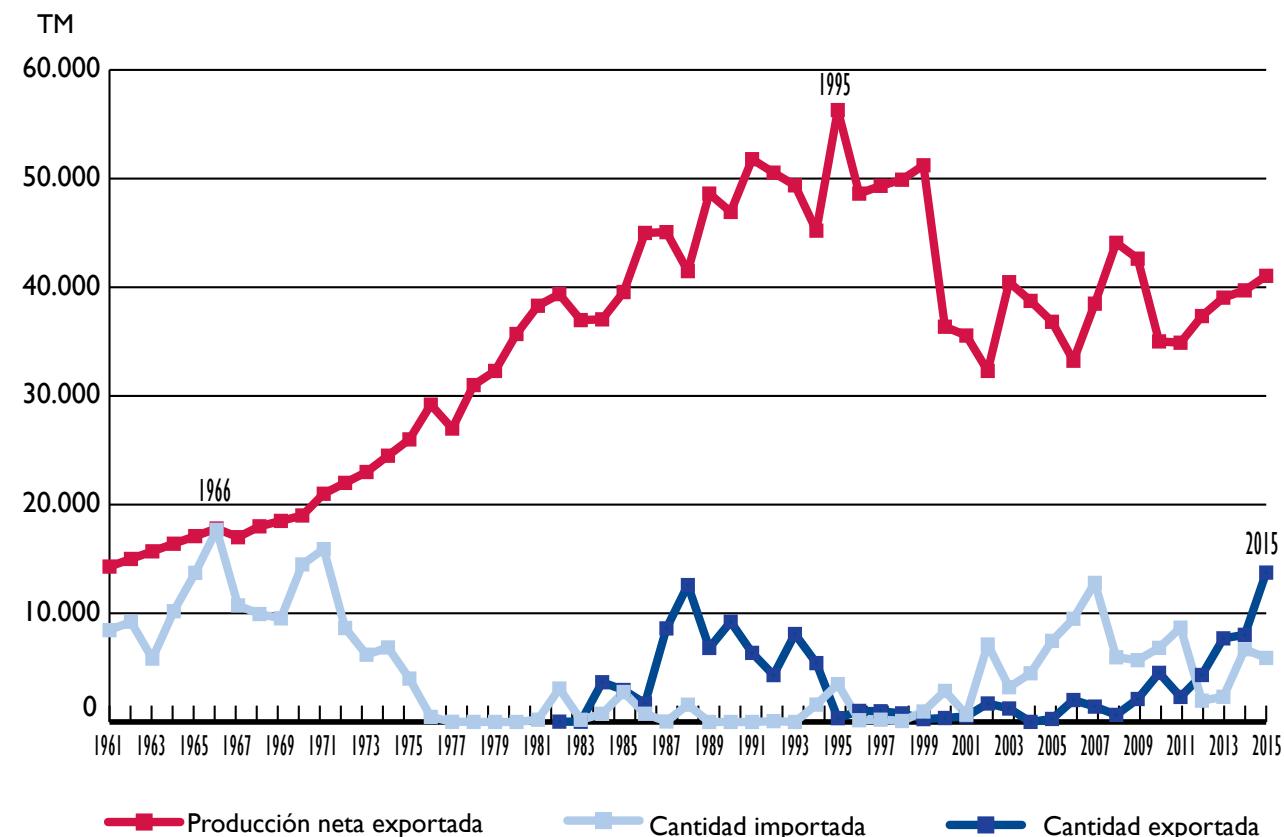
interno. Las ganancias resultantes de la eficiencia y los ingresos adicionales por los productos de valor agregado les permitieron administrar costos más altos de materia prima con un mínimo de interrupción.

Por otro lado, las pequeñas empresas regionales de chocolate están en desventaja. Estas firmas a menudo pagan más que las grandes para acceder al cacao necesario y tienden a manejar una cartera mucho más pequeña de productos tradicionales enfocados en consumidores sensibles a los precios. En las entrevistas en Santander, las dificultades con que se enfrentan estas empresas en términos de flujo de efectivo y acceso a la materia prima, fueron claras. Con la reciente caída de los precios mundiales del cacao, las empresas más pequeñas deberían estar en mejores condiciones financieras, pero todavía enfrentan retos para competir con las grandes empresas en términos de precios de las materias primas, capacidad limitada para diversificarse en productos de mayor valor y difícil acceso al sistema financiero formal para invertir en capital y así mejorar la eficiencia.

En vista del estancamiento de las condiciones internacionales para el cacao, el mercado interno colombiano constituye una importante válvula de seguridad en términos de demanda. Desde el punto de vista de los productores, sin embargo, es poco probable que esta demanda se transforme en mejores ingresos dada la relación entre los precios internos y los precios del cacao en el *New York Mercantile Exchange* y el *London International Financial Futures and Options Exchange* (un promedio de los dos resulta en el precio estándar internacional, el precio de la ICCO). La reducción de los precios del cacao beneficia claramente a la industria procesadora colombiana, tanto a las pequeñas como a las grandes empre-

Colleen Kelly, Purdue

**FIGURA 5. PRODUCCIÓN DEL CACAO COLOMBIANA (NETO DE LAS EXPORTACIONES), LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES EN TONELADAS MÉTRICAS (TM) (1961-2015)**



Fuentes: FAOSTAT 2017; COMTRADE 2017

sas, que pueden acceder a materias primas de bajo costo para el consumo de chocolate y otros productos a base de cacao.

Como se mencionó anteriormente, Colombia es un caso atípico con respecto a otros países productores de cacao, ya que existe una demanda interna significativa. Según datos de Baquero López para 2015, el consumo interno total de cacao fue ligeramente superior a las 47.000 TM. Las exportaciones representaron algo más de 24.000 TM en 2015, lo que llevó a Colombia a importar casi 17.000 TM para satisfacer la demanda interna de ese año (Baquero López, 2016). Esta situación representa una mejora con respecto a años anteriores en los que Colombia importó cacao de países vecinos a pesar de registrar pocas o ninguna exportación (Figura 5).

El logro de la casi paridad entre la oferta y la demanda colombiana proviene de la inversión significativa de donantes y del gobierno en la expansión del área de cultivo de cacao como alternativa a la producción de coca y no de la mejora de los niveles de productividad históricamente bajos en la mayoría de las fincas de cacao.

Entre los años 2000 y 2015, el área cosechada aumentó de 83.138 ha a 165.006 ha, casi el doble (98,5% de cambio). Durante este mismo periodo, la producción pasó de 36.731 TM a 54.796 TM, un aumento del 49,2%. El área cosechada fue mucho mayor que la producción y calculando los rendimientos durante este tiempo, se nota una disminución del 24,9%: de 441,8 kg/ha a 332 kg/ha. Hay una variedad de factores agronómicos que juegan un rol en el rendimiento;

la lección básica aprendida es que el efecto deseado de los esfuerzos para expandir el área no va a ser muy notable si la capacidad productiva no se aborda simultáneamente.

Desde 2012, Colombia se convirtió en un exportador neto (Tabla 2). En la mayoría de situaciones este es el resultado de un exceso de oferta. En el caso de Colombia, dada la fuerte demanda doméstica, los mercados de exportación son un porcentaje (entre 10,4 y 25,1%) del total de la producción, como alternativa al mercado interno.

Sin embargo, la situación de desarrollo económico puede ser mejor descrita como el valor del monto total exportado menos el valor de la cantidad de las importaciones requeridas por las empresas nacionales para reemplazar el cacao importado.

**TABLA 2. PRODUCCIONES DE CACAO COLOMBIANO E IMPORTACIONES DE CACAO POR COLOMBIA, (2012-2015)**  
(en toneladas métricas, TM)

Año	Exportaciones (TM)	Importaciones (TM)	Exportaciones - Importaciones
2012	4.321	1.960	2.361
2013	7.693	2.316	5.377
2014	8.018	6.688	1.330
2015	13.744	5.891	7.853

Fuente: Comtrade

Por ejemplo, entre 2007 y 2015, Colombia generó cerca de \$129 millones de ingresos por exportaciones de cacao, pero gastó cerca de \$147 millones importando cacao.

Más recientemente, entre 2012 y 2015, Colombia generó cerca de \$95 millones de ingresos

en exportaciones y gastó \$46 millones en importaciones, principalmente de (en orden de importancia) Ecuador, Venezuela, Perú y República Dominicana. Es improbable que esta situación vaya a cambiar en el futuro próximo dada la importancia del chocolate de mesa en la dieta colombiana. Esto significa que Colombia, a diferencia de otros países originarios del cacao, puede posicionarse efectivamente en los dos mercados, doméstico e internacional, con mayores volúmenes de producción mientras los precios continúen parecidos a los valores del mercado internacional.

Un estudio a profundidad de los destinos de las exportaciones de Colombia, revela que Colombia ha exportado granos de cacao a treinta países diferentes desde 2007 (Comtrade). Desde 2007 hasta 2011, Colombia exportó 10.996 TM a 16 destinos, generando así \$34 millones de ingresos de exportación. Los principales socios durante este tiempo, en orden de importancia de forma descendiente, fueron España (25,7%), Alemania (16,7%), Holanda (14,7%), Estados Unidos (14,7%) y Canadá (9,3%), quienes abarcan un 80,8% de todas las exportaciones. En contraste, entre 2012 y 2015, Colombia exportó 33.776 TM de cacao a 25 destinos, generando \$95 millones de ingresos por exportación. Los 6

**TABLA 3. EXPORTACIONES DE CACAO COLOMBIANO CON DESTINO REGIONAL, (2012-2015)**  
(en US\$)

Región	Parte de las exportaciones	Parte de los ingresos de las exportaciones	Valor Unitario (\$/TM)
Asia	16,6%	16,1%	2.728
Sur y Centro América	1,6%	1,6%	2.858
Europa	51,2%	52,7%	2.892
Norte América	30,2%	29,2%	2.711
El Mundo	33.776 TM	\$94.918.863	2.810

**Nota:** Entre 2012-2015, África y Oceanía representaron solo 100 TM de las exportaciones, por esto no fueron incluidas.  
**Fuente:** COMTRADE

principales destinos que cuentan con un 80,7% del total de estas exportaciones incluyen: España (24,7%), México (23,9%), Malasia (10,6%), Estonia (9%), Holanda (7%) y Estados Unidos (5,5%).

Desde una perspectiva regional, los destinos pueden ser agrupados para examinar la participación en el mercado y los valores unitarios (Tabla 3). Entre 2012 y 2015 más de la mitad del cacao colombiano exportado iba a Europa (51,2%), contando con un ingreso por exportación del 52,7%. Norteamérica era el segundo destino

más importante (30,2%) y Asia era el tercero (16,6%). Sur y Centro América eran un alejado cuarto lugar. Curiosamente, las unidades de valor para estas transacciones sugieren que, en promedio, el Cacao Colombiano tiene un valor más alto en Europa y América Latina, que en Asia y Norteamérica. Una mirada más detallada a Asia, a menudo destacado como un mercado de cacao de primera calidad, revela que Malasia compra cacao a un valor unitario inferior al de Japón, pero con volúmenes mucho más altos.

Un análisis adicional del valor unitario,

de 2012 a 2015, destaca uno de los desafíos que enfrentan las exportaciones colombianas de cacao (Tabla 4). Basado en una comparación con el precio de la ICCO, el cacao colombiano se vendió con un descuento que varió de -0,8% en 2014 a -3,1% en 2015. El cacao colombiano se vendió, en promedio, por encima del precio de la ICCO en 2012 (2,4%).

Con un mercado interno que compite para mantener el cacao colombiano en el país para uso doméstico (lo que resulta en precios en el centro de compra que son aproximadamente

**TABLA 4. UNIDADES DE VALOR PARA LAS EXPORTACIONES DE CACAO EN COMPARACIÓN CON EL PROMEDIO ANUAL DE PRECIOS ICCO, (2012-2015)**  
(en US\$)

Item	2012	2013	2014	2015
Colombia*	2.433,66	2.380,25	3.037,26	3.036,88
ICCO	2.377,07	2.439,09	3.062,76	3.135,17
Diferencial	56,59	-58,84	-25,50	-98,28

\*Representa las exportaciones totales de Colombia al mundo, sin diferenciar el país de destino.  
**Fuente:** COMTRADE



Neil Palmer, CIAT

**TABLA 5. EXPORTACIONES DE CACAO COLOMBIANO COMPARANDO EL TOTAL DE EXPORTACIONES CON LAS EXPORTACIONES CON DESTINO FINO Y DE AROMA (FA)**

2012-2015 (en toneladas métricas, TM)

Ítem	2012 Volumen (TM)	2012 Precio (US\$/TM)	2013 Volumen (TM)	2013 Precio (US\$/TM)	2014 Volumen (TM)	2014 Precio (US\$/TM)	2015 Volumen (TM)	2015 Precio (US\$/TM)
<b>Socio: Mundo *</b>	4.320,86	2.433,66	7.692,69	2.380,25	8.017,97	3.037,26	13.744,42	3.036,88
<b>Socio: FA</b>	1.090,94		1.678,56		813,64		2.030,16	
% DE Volumen FA	F25,2%		21,8%		10,1%		14,8%	
ICCO Precio promedio		2.377,07		2.439,09		3.062,76		3.135,17
FA Promedio Ponderado		2.875,14		2.433,69		3.123,34		3.184,43
FA El mundo Premio		441,48		53,44		86,08		147,55
FA ICCO Premio		498,07		- 5,40		60,58		49,26

**Fuente:** COMTRADE, 2017; **Nota:** Los destinos Finos y de Aroma identificados por la ICCO son: Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Japón, Suiza, Reino Unido y Estados Unidos. \* El mundo representa, en general, las exportaciones de Colombia **sin diferenciar por país**.

2014 y 2015). Si hay una prima por la demanda de 'fino y de aroma' de Colombia, esta es mucho menor que las estimaciones de otros, y solo es aplicable a una proporción relativamente pequeña de las exportaciones de cacao de Colombia.

Si bien el apego de Colombia al cacao es antiguo, no se puede examinar la situación actual de la industria sin reconocer el impacto que los últimos cincuenta años de luchas civiles han tenido en el país y la industria. El conflicto colombiano ha afectado a muchas de las regiones potencialmente productoras de cacao del país: Arauca, Nariño (el área de Tumaco), Caquetá, Putumayo, Norte de Santander, Cauca (región costera), Valle de Cauca (área

de Buenaventura), Chocó (Atrato Medio y Bajo), norte de Antioquia y Montes de María (Costa Atlántica), por nombrar algunos. En 2015, estas áreas afectadas representaron aproximadamente el 38% de la superficie plantada de cacao y el 32% de la producción total de cacao (FEDECA-CAO, 2016 y cálculos del autor). En consecuencia, los pequeños productores de las zonas de conflicto han recibido asistencia esporádica y los canales de comercialización han sido cuestionados por el acceso limitado.

Con el advenimiento de la paz, abundan las oportunidades para transformar el sector del cacao en Colombia. Sin embargo, aún quedan muchos desafíos y se requieren inversiones con-

siderables para elevar la importancia del sector del cacao a la vitalidad de Colombia a través de su contribución a los ingresos rurales colombianos y al producto interno bruto. Por ejemplo, en 2013, el valor bruto de producción de los granos de cacao colombiano fue de aproximadamente US\$103,5 millones, mientras que el valor bruto de producción del sector agropecuario colombiano fue de US\$22,100 millones; es decir el 5,8% del producto interno bruto (FAOSTAT, 2016). El cacao debe tener un lugar en el desarrollo rural con la paz, pero actualmente es una muy pequeña parte de la economía colombiana y de su sector agrícola.

el 90% del precio de la ICCO), y teniendo en cuenta las transacciones y los costos de búsqueda asociados a la identificación, el desarrollo y la oferta a mercados exportadores, los participantes tienen que tomar decisiones basadas en el retorno esperado de su inversión y su capacidad para fomentar las relaciones comerciales (sin mencionar la calidad y los volúmenes necesarios para atraer interés).

Estos valores unitarios más bajos, calculados a partir de datos comerciales reportados por el gobierno de Colombia, fueron corroborados en las entrevistas con exportadores y llama la atención la contradicción con otras personas claves que han hablado sobre los altos precios de premio para el cacao de Colombia durante las entrevistas realizadas durante este estudio.

Como fue mencionado antes, actualmente la ICCO estima que el 95% de las exportaciones de cacao son 'fino y de aroma'. Sin embargo, globalmente, las estadísticas para producción, exportaciones e importaciones no diferencian entre 'corriente' y 'fino y de

aroma'. Esta práctica generalmente se conforma a cómo operan los mercados. Hasta en países designados como de cacao 'fino y de aroma', el cacao es típicamente mezclado para alcanzar los estándares internacionales de tamaño, fermentación, defectos, entre otros parámetros.

Para entender el destino del cacao 'fino y de aroma' un poco más, es de interés examinar los compradores más importantes determinados por la ICCO (Tabla 5). Entre 2012 y 2015, el 23,7% de todo el cacao de Colombia exportado fue a destinos importantes de 'fino y de aroma'. Sin embargo, este porcentaje se cayó desde un 25,2% en 2012 hasta el 14,8% en 2015. En términos de precios (valor unitario), las exportaciones enfocadas en los destinos que compran 'fino y de aroma' tuvieron una alta prima (sobre \$400) en 2012, en términos del valor unitario de exportación comparado con todo el cacao exportado desde Colombia y el precio ICCO. Esta prima no ha sido estable, aún durante los años donde el precio global ha sido similar (2012 y 2013 o



El cacao se produce en casi todos los departamentos de Colombia  
Ya tiene

Neil Palmer, CIAT

Neil Palmer, CIAT

# METODOLOGÍA

El principal objetivo del proyecto de USAID/USDA, Cacao para la Paz (CpP), es “fortalecer las instituciones agrícolas claves en Colombia de los sectores público y privado que trabajan con cacao, mediante la investigación cooperativa, asistencia técnica y educación de extensión. La visión de CpP es mejorar el bienestar de la población rural por medio de procesos de desarrollo agrícola inclusivos y sostenibles, con impactos positivos en los ingresos para los productores de cacao, oportunidades económicas para economías rurales, estabilidad y paz”.

Bajo esta orientación, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) comisionó este informe para examinar en detalle la cadena productiva del cacao en Colombia y, adicionalmente, visualizar dinámicas

locales en algunas regiones específicas del país.

En este informe discutiremos las razones por las cuales creemos que Colombia ha luchado para mantener la producción que satisface la demanda local, a través de un análisis en profundidad de la cadena productiva del cacao, y ofreceremos algunas posibles formas de emplear los activos, que podrían capitalizarse para ayudar al cacao a convertirse en un camino para la paz.

Para los propósitos de este estudio, se adoptó un enfoque de métodos mixtos, el cual se centró esencialmente en cuatro subprocesos de investigación que examinan: (1) los flujos físicos del cacao: desde la finca, pasando por el procesador, hasta el usuario final; (2) los precios recibidos

por el cacao a lo largo de la cadena, incluidos los costos relacionados con adquisición y procesamiento; (3) los actores a lo largo de la cadena, incluyendo sus roles, comportamientos, relaciones y recomendaciones para aumentar la eficiencia en el sector colombiano del cacao; y (4) las situaciones contextuales y las consideraciones que afectan los resultados del mercado en el sector colombiano del cacao, incluyendo la producción, el procesamiento y la chocolatería en general.

Con el fin de proporcionar un análisis básico, necesario para guiar la implementación de los objetivos de Cacao para la Paz, de aprovechar el potencial de este sector para lograr un desarrollo pacífico sostenible e inclusivo, CIAT (el Centro Internacional de Agricultura Tropical) y Purdue utiliza-

FIGURA 6. MODELO INTEGRAL DE LA CADENA PRODUCTIVA CON CAPITALES COMUNITARIOS



El modelo de Capitales Comunitarios, un enfoque basado en activos, proporcionó el marco para el taller de octubre. Los participantes construyeron de manera colaborativa la visión de lo que “Cacao para la paz” significaba para ellos y cómo podría aprovecharse el sector cacao para producir desarrollo inclusivo y sostenible. Los autores utilizaron retroalimentación de los participantes para informar a la construcción de las recomendaciones contenidas en este informe.



Participantes taller de análisis de la cadena de cacao en Bogotá buscando estrategias para mejorar el sector

ron un marco holístico de la cadena productiva (Figura 6) para guiar la investigación (Lundy et al., 2007; Lundy et al., 2014).

En preparación para la interacción con los grupos de interés, el grupo de trabajo de Purdue y el CIAT recopiló y analizó más de 160 estudios, evaluaciones y artículos. El equipo también buscó artículos para comprender los modelos de organización de empresas y productores, ejemplos de servicios de apoyo (extensión, crédito rural, información de mercado) y análisis de las cuestiones contextuales (políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ambientales) en las que la cadena productiva de cacao opera. Esta revisión bibliográfica condujo a la creación de diez instrumentos de entrevista utilizados durante las entrevistas con grupos de interés que se llevaron a

cabo entre junio y agosto de 2016.

Este estudio se centró en algunas zonas geográficas específicas seleccionadas en consulta con USDA y las misiones de USAID en la Embajada de los Estados Unidos en Bogotá para las entrevistas de los grupos de interés. Estas zonas incluyen a Santander, áreas alrededor de la Sierra Nevada de Santa Marta, los departamentos del Valle del Cauca, Cauca, Guaviare, Caquetá, Nariño, Cesar, Montes de María en Bolívar, Caldas, Huila y centro del país.

El equipo realizó más de 110 entrevistas en toda la cadena productiva del cacao. Se entrevistaron diferentes tipos de productores de cacao (en términos de rendimiento, área e ingresos), así como si estaban asociados o no con las organizaciones locales de productores de cacao. Pasamos

un tiempo reuniéndonos con organizaciones gubernamentales como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Corpoica, así como también con representantes del gobierno municipal local como la Alcaldía de San Vicente de Chucurí, las secretarías de agricultura de Santander, Cauca, Caquetá, entre otras; las Unidades Municipales de Extensión (UMATA); algunos consejos comunitarios, cabildos y gobiernos indígenas.

De la misma manera, se realizaron varias entrevistas con miembros de Fedecacao (la asociación nacional de productores de cacao), incluyendo al presidente, asesores técnicos, personas en puntos de compra, gerentes de demostración y técnicos de campo. En las entrevistas se incluyeron organizaciones no gubernamentales y organizaciones donantes internacionales.

(Derecha) Un gerente a cargo de la bodega de Nacional de Chocolates en Bucaramanga explica el proceso de recepción de un envío de granos de cacao al equipo.

(Abajo) Uno de los propietarios de Montebello Chocolate de Mesa, una pequeña familia negocio en San Vicente de Chuchurí, demuestra el molino que utiliza para moler los granos de cacao. Los empresarios de procesan el cacao que se cultivan en sus fincas con azúcar y especias en lotes pequeños en casa. Mientras que recibieron la seguridad alimentaria y formación empresarial del SENA, las limitaciones y los costos de la maquinaria de restringen su intento de ganar ingresos extras a través de la producción de un producto de valor agregado del cacao.



Colleen Kelly, Purdue

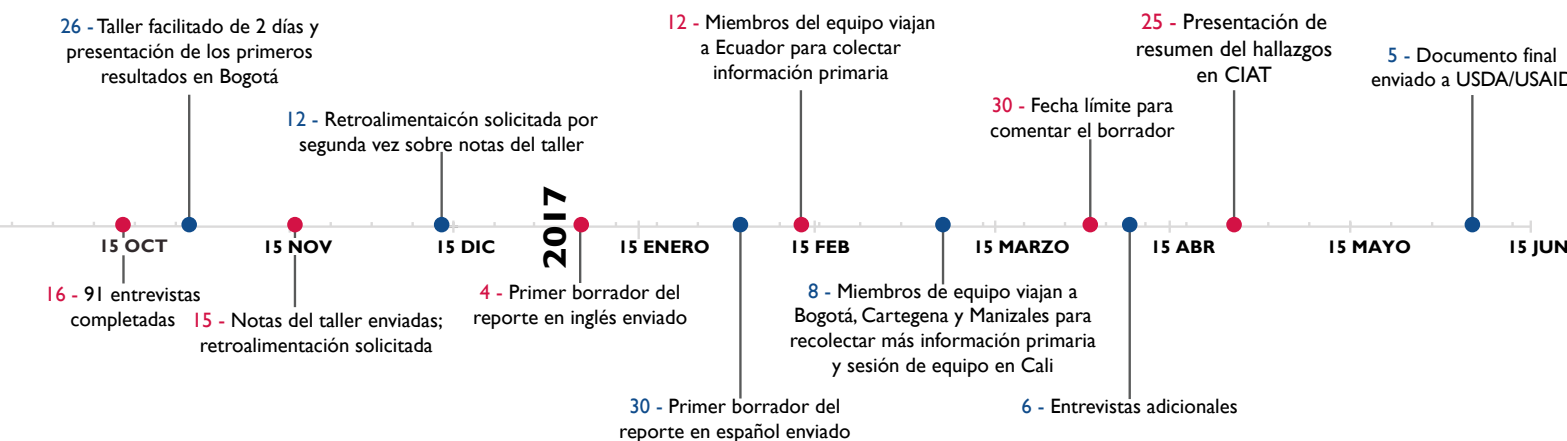
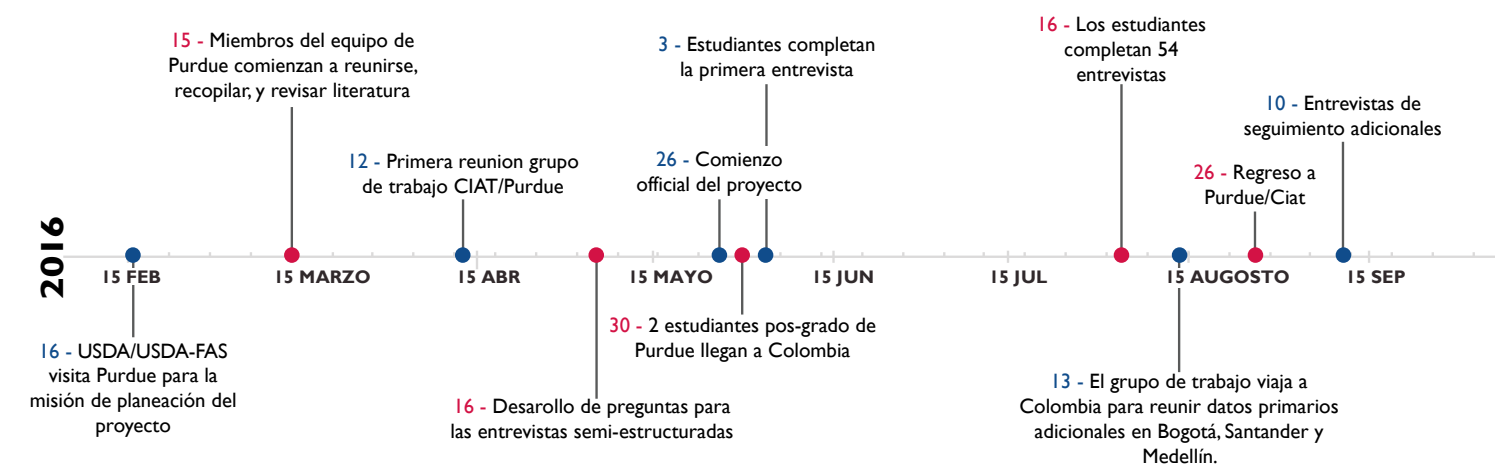
También realizamos entrevistas con asociaciones de productores, compradores y recopiladores de cacao. Hemos tomado tiempo para entender la cadena productiva de los comerciantes locales a través de grandes corporaciones internacionales como la Casa Luker y Nutresa, con sede en Colombia, así como ECOM, un comerciante internacional de materias primas. También hemos entrevistado a una serie de pequeños y medianos fabricantes de chocolate.

Las entrevistas semiestructuradas consistieron en preguntas relacionadas con la descripción de la empresa u organización, su rol en la cadena productiva de cacao, provisión de servicios de extensión, ventas de cacao, estructuras de precios, prácticas post-cosecha, infraestructura, oportunidades de mercado, modelos de negocio del cacao y el chocolate, entre otros temas. Pasamos la mayor parte del tiempo realizando entrevistas de campo en las áreas geográficas mencionadas anteriormente, así como entrevistas con organizaciones nacionales e internacionales en Bogotá. No se llevó a cabo ningún análisis cuantitativo de los datos recogidos durante las entrevistas,



Colleen Kelly, Purdue

FIGURA 7. LA LÍNEA DE TRABAJO, CACAO PARA LA PAZ - ANÁLISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA (febrero 2016 - junio 2017)



ya que la metodología utilizada no se estableció como una encuesta a escala nacional en la que este tipo de resultados podrían haberse extrapolado. Una muestra aleatoria nacional representativa de los comerciantes revelaría de una mejor manera las estrategias de compra y fijación de precios del cacao en todo el país.

Las entrevistas a los grupos de interés se complementaron con un taller con cuarenta partes interesadas del sector de cacao en Colombia. Además de servir como un foro para revisar y complementar los resultados preliminares del estudio, los objetivos del taller incluyeron:

Determinar formas de fomentar la prosperidad y la paz a través de un próspero sector del cacao.

Construir relaciones entre los diferentes actores en el sector del cacao.

Entender las problemáticas, necesidades y oportunidades dentro del sector del cacao.

Iniciar el desarrollo de una visión colectiva para que el sector del cacao sea próspero.

Informar a los potenciales colaboradores internacionales interesados en ayudar a atender las necesidades.

Como se puede observar en la Figura

7, la línea de tiempo visual provee una explicación de cómo y cuándo se recolectó la información. También se destaca que se habló con algunas personas varias veces para obtener claridad y se trianguló la información tanto como fue posible. Es importante destacar que es un sistema complejo y nadie tiene toda la información completa. Adicionalmente, durante todo este primer año, se realizaron reuniones virtuales de discusión programadas entre los autores, un promedio de 3 a 4 veces al mes, a medida que se iban recolectando los datos. Nuestra meta era proveer un paquete coherente basado en la información disponible, la cual estuvo enfocada en ciencia, datos y las partes interesadas.

# CÓMO FUNCIONAN LOS MERCADOS DE CACAO EN COLOMBIA vs. OTRAS PARTES



Colleen Kelly, Purdue

Muchos estudios de la cadena productiva del cacao alrededor del mundo le prestan atención a lo que ellos se refieren como “cadenas productivas largas” (Cappelle, 2008). La cantidad pagada a un productor por el chocolate que él o ella produce es visto como bastante pequeño en relación con los altos precios que pueden ser pagados por las barras de chocolate de lujo en los mercados de los países desarrollados. Ellos cuestionan a los comerciantes multinacionales y las fábricas de chocolate sobre el poder que ejercen en el mercado, lo que resulta en bajos precios al productor.

Estas firmas argumentan que los costos logísticos, así como los costos de procesamiento y fabricación, son sustanciales y representan fácilmente los márgenes entre los precios que se observan a lo largo de la cadena productiva. En los principales países exportadores, los productores de cacao pueden estar en zonas remotas y se requiere un esfuerzo sustancial para evacuar grandes volúmenes de cacao del campo a los puertos, y varios niveles de intermediación se pueden encontrar a lo largo de la cadena. Esos comerciantes también pueden ejercer poder de mercado, así como los gobiernos que gravan las exportaciones de cacao. Trabajo en África Occidental

(Wilcox & Abbott, 2006) fue consistente con los argumentos de las multinacionales, y utilizando nuevos métodos de organización industrial, no encontró evidencia del poder de mercado ejercido por multinacionales. Hubo cierta evidencia de poder de mercado ejercido por varios comerciantes en el interior del país; y los impuestos de exportación del gobierno también fueron un ejercicio de poder de mercado (Homann & Frank, 2016).

La situación en Colombia es de alguna manera diferente a los casos de los mayores exportadores (Costa de Marfil, Ghana, Ecuador). Las multinacionales globales desempeñan un papel mucho más limitado, con sólo ECOM y OLAM mostrando una presencia significativa en Colombia. Dos empresas colombianas - Luker y Nutresa - compran más del 80% de la producción colombiana de cacao (TechnoServe, 2015). También procesan los granos en productos intermedios; cubren la gran demanda interna (relativa a la oferta); exportan granos, mantequilla, polvo, pasta y chocolate; y poseen instalaciones de compra, procesamiento, producción y distribución en otros países de América Latina. Por lo tanto, la poca importancia de los mercados internacionales, el grado de desarrollo e infraestructura en Colombia y la presencia de estos dos grandes



Fernando Rodríguez Camayo, CIAT

compradores, significa que la estructura de comercialización dentro de este país es diferente de la que se encuentra en los principales países exportadores.

Mucho se puede aprender acerca del proceso de compra de granos de cacao mirando los datos de precios en varios puntos a lo largo de la cadena productiva. Pero esos datos necesitan ser interpretados con una comprensión de cómo se organiza la cadena productiva y cómo funciona la comercialización en un país. Si bien la atención en gran parte de la literatura sobre los mercados de cacao y en las discusiones sobre políticas se centra en los precios de la finca, los precios a la producción que se publican son

los obtenidos en puntos bien organizados en los mercados, generalmente correspondientes a algún precio al por mayor. Esto es necesario para garantizar una información coherente y comparable. También es necesario porque los precios de la finca varían, siendo sustancialmente más bajos para los productores situados lejos de esos mercados organizados. Es posible que haya que incurrir en costos de transporte significativos, y esos costos varían dependiendo del lugar en donde se encuentre el productor. Nuestros resultados sobre los precios vienen de los datos publicados y las entrevistas con los actores claves durante el componente del campo del proyecto.

## Negociando la venta de cacao en la Sierra Nevada de Santa Marta

Colombia es diferente de los principales exportadores en otro aspecto que está crucialmente relacionado con el funcionamiento del sistema de mercadeo. En estos últimos países, los comerciantes itinerantes, que pueden o no estar formalmente relacionados con grandes comerciantes centrales, viajan a fincas remotas para comprar cacao directamente de los productores. Este aspecto de la cadena productiva es uno de los más probables sujetos a abuso, ya que los productores ubicados en lugares lejanos probablemente tienen poca información sobre los precios actuales del cacao.



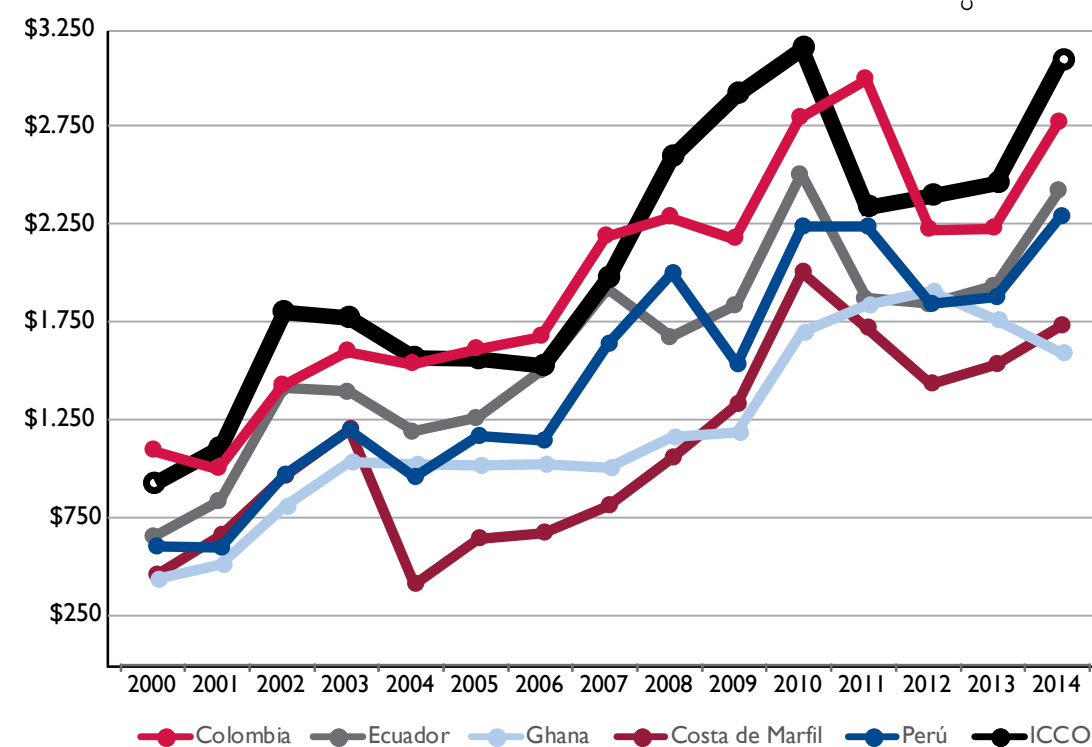
En las áreas que visitamos en Colombia, que incluía la región de Santander, uno de los principales departamentos productores, no encontramos a estos comerciantes itinerantes, los productores transportan su propio cacao a grandes comerciantes centrales. Por ejemplo, visitamos el mercado del cacao en San Vicente de Chucurí, donde estos comerciantes se agrupan y observan a los productores traer el cacao. Por un lado, los productores deben utilizar una amplia variedad de medios para transportar el cacao (motocicletas, autobuses, mulas, taxis, camiones, barcos, etc.); por otro lado, al llegar a la ciudad donde se ubica el mercado central, los productores pueden determinar fácilmente el precio actual del cacao.

Los comerciantes itinerantes existen normalmente en zonas productoras de cacao alejadas, pero no son una parte significativa de los canales de comercialización establecidos para la gran mayoría del cacao colombiano, al menos en este momento. Los productores generalmente sólo hacen el viaje al mercado cuando tienen una cantidad suficientemente grande para vender o cuando tienen otras razones para viajar. Para los casos en que el transporte es un desafío o desde las zonas más remotas del país, los compradores que se consideran comerciantes pueden comprar el cacao en las fincas y traerlo a centros de compra más grandes.

La mayoría de los comerciantes centrales que hemos encontrado tenían al menos relaciones informales con cualquiera de las dos grandes compañías de chocolate o con un pequeño fabricante de chocolate, aunque pudieran ser independientes y cambiar esas alianzas. Aquellos asociados con Luker o Nutresa enviarían su cacao a una de las estaciones de compra operadas por esas firmas, contratando un servicio de trans-

El cacao llega a los mercados de diversas maneras

**FIGURA 8. PROMEDIO ANUAL DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTORES DE CACAO (EN CENTROS DE COMPRAS) EN US\$/TM PARA PAÍSES SELECCIONADOS (2010-2014)**



Fuente: FAOSTAT, 2017 y cálculos de los autores a partir de informes de prensa de la base de datos Factiva.

porte independiente. Las estaciones de compra están ubicadas en Bucaramanga, Medellín, Manizales y Bogotá. La mayor parte del cacao producido en Colombia encuentra su destino en uno de estos centros de compra.

También hay flujos mucho más pequeños de cacao que van de los comerciantes centrales, a pequeñas fábricas de chocolate, e incluso al puerto para la exportación. En este caso, y a diferencia de los casos de África Occidental, las empresas de procesamiento de cacao/fabricación de chocolate están yendo de alguna forma un poco más "hacia arriba" del país para adquirir cacao, pero aún permanecen lejos de las zonas productoras.

Los precios de los productores colombianos, reportados por Fedecacao y encontrados en la base de datos FAOSTAT, son los precios pagados en

las centrales de compra oficiales con vínculo comercial a Luker o Nutresa. La determinación de los precios a las fincas requiere información sobre el transporte y los costos de transacción. En las regiones donde el cacao es abundante, hay muchos compradores centrales, y la infraestructura de mercadeo está bien desarrollada, por lo que esos costos son bajos. En las regiones más apartadas y en los departamentos donde el cacao es menos frecuente y/o nuevo, la infraestructura está menos desarrollada e incluso puede haber relativamente pocos comercializadores para manejar el movimiento del cacao a las bodegas de las empresas procesadoras o exportadores del grano. En esos casos, los costos de transacción son más altos, e inclusive los comerciantes locales pueden aprovechar su poder de compra para beneficio propio, los cuales en algunas ocasiones exter-

nalizan sus costos logísticos, lo que significa un menor precio por kilo para el productor.

El precio global estándar del cacao es el precio de ICCO (Figura 8). Los precios recientes, incluyendo aquellos que son aplicables para agosto del 2016 son relativamente elevados con respecto a los precios históricos del cacao en el largo plazo. Esto fue impulsado por la creciente demanda, especialmente en Asia y la escasez en la producción de cacao en África Occidental. Mientras la demanda mundial de cacao crecía entre el 5% y el 6% anual entre 2009 y 2013, y el precio de ICCO era de US\$2.500/TM, en los últimos años, el débil desempeño macroeconómico mundial puede haber limitado la expansión de la demanda, pero los problemas de abastecimiento en África Occidental han llevado a precios internacionales



Neil Palmer, CIAT

más altos, alcanzando un máximo de US\$3.100/TM. Las tendencias de la demanda pueden haber disminuido, pero los precios altos se deben en gran parte a las limitaciones de la percepción de la oferta.

Los mercados de bienes de consumo básico (y especialmente el cacao) exhiben generalmente una volatilidad significativa, y los precios a largo plazo son difíciles de predecir. Asumir que los precios del cacao en el futuro tendrán un crecimiento continuo no es una buena base para planificar un negocio. En este sentido, los últimos 6 meses han demostrado dicha hipótesis, ya que los precios del cacao se han desplomado por debajo de US\$2.000/TM. El precio esperado de cacao a mediano plazo puede estar en el rango de US\$2.500-3.000/TM, pero afirmar que será mucho mayor en el futuro, expondría a un inversionista a un riesgo financiero significativo.

Los proyectos para expandir la producción de cacao no deben asumir

precios excesivamente altos al evaluar la viabilidad económica. Varios de los análisis costo-beneficio de las propuestas de expansión del cacao que vimos en Colombia y en otros lugares, se basan en suposiciones poco realistas sobre los precios futuros.

Además del mercado de cacao 'corriente', identificamos no solo un segmento del mercado de cacao dirigido a abastecer a los fabricantes de chocolate de lujo, sino también un esfuerzo de los intereses latinoamericanos para promover una estrategia de marca regional basada en las variedades trinitario y criollo, que diferencian el cacao latinoamericano del cacao en África Occidental y Asia. Dicha estrategia define una categoría de mercado denominada como cacao 'fino y de aroma'.

Muchas empresas, instituciones y productores creen que se pueden obtener grandes primas para el cacao 'fino y de aroma', el cual se puede producir a partir de variedades que crecen en

Colombia. Hemos recibido numerosos datos no verificables sobre la magnitud de dichas primas. La ICCO sugiere que la prima es pequeña. No hay primas publicadas para el cacao 'fino y de aroma' en las Bolsas de Valores de productos básicos de Nueva York (NYMEX) o de Londres (LIFFE). La prima de origen en granos actualmente de Colombia sobre los precios de NYMEX, LIFFE o ICCO es de sólo US\$80 por tonelada. Esta es la misma prima que reciben otros países latinoamericanos y es menor que la prima de Costa de Marfil o Ghana. Los valores unitarios de los datos comerciales de COMTRADE para varios orígenes latinoamericanos también son consistentes con las primas bajas basadas simplemente en el origen (COMTRADE, 2016). Las primas más altas que se encuentran en las ventas de cacao son las transacciones entre proveedores y fabricantes o procesadores de gama alta o de lujo. Existe una amplia gama de primas sobre tales

transacciones, basadas en pruebas anecdóticas o fuentes aisladas ya que no existe información organizada sobre los datos para precios diferenciados por calidad de cacao.

La confusión surge porque hay pequeños nichos de mercado para granos de alta calidad o con un perfil sensorial diferenciado. Las cuentas anecdóticas demandan que las primas pueden ser muy altas, pero este mercado parece bastante pequeño en tamaño. Si bien hay más de 175 fabricantes de chocolate especializado en los Estados Unidos potencialmente demandando estos granos ultra-premio, pocos requieren más de 100-150 TM por año, y todos tienen proveedores existentes (que podrían ser desplazados).

Pudimos identificar que muchos chocolateros adquieren chocolate de calidad o licor de cacao 'corriente', otros obtienen su cacao de alto nivel

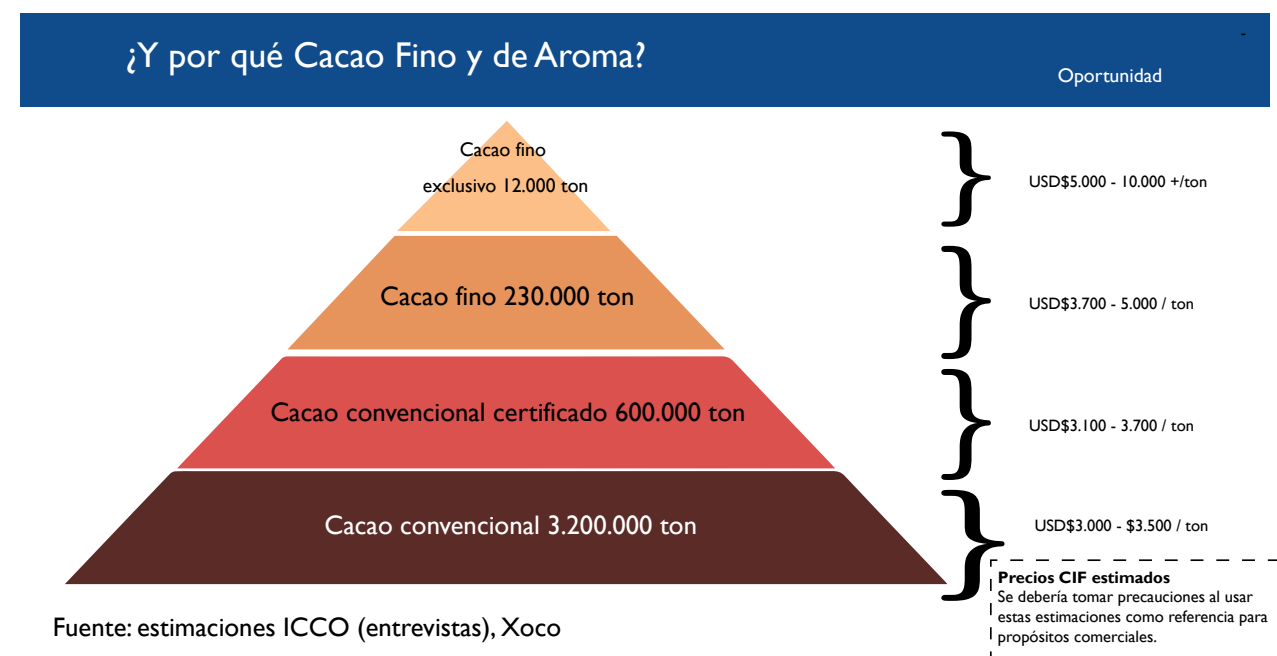
de África Occidental, y muchos no son económicamente estables. En una entrevista con un comprador de Europa, mencionó que la mayoría de estas empresas pueden comprar tan sólo 30 TM de muy alta calidad; ya que 100 TM es una empresa bastante grande, y que estas empresas a menudo fracasan. Si bien se afirma que este sector está creciendo rápidamente, es de una base muy pequeña hasta el momento. No es aconsejable esperar que este segmento en el corto ni mediano plazo se convierta en una gran parte del mercado del cacao.

En otros mercados que pagan primas ligeramente mayores sobre el precio NYMEX, LIFFE o ICCO, como el mercado certificado, hay algunos datos que muestran que la oferta corre muy por delante de la demanda. Por otra parte, las primas del comercio justo son demasiado bajas para ser pertinentes a las condiciones actuales del mercado, incluso después de la re-

ciente caída de los precios mundiales. Se está discutiendo si estos objetivos de precios y las primas asociadas deberían aumentarse, pero el exceso de oferta de cacao certificado sugiere que sería difícil comercializar el cacao a precios más altos (Fountain & Hütz-Adams, 2015).

Las estimaciones futuras de precios para el comercio mundial de cacao por segmento de calidad siguen siendo complejas. Las cifras más utilizadas provienen de una presentación de la ICCO basada en una entrevista con Xoco, un promotor de sabor fino en Centroamérica (Figura 9) (Vignati, 2016). La única referencia citada para los cálculos es Xoco. Los precios reportados para el segmento de cacao fino parecen excesivos de acuerdo con entrevistas realizadas a comerciantes de cacao especiales y del Instituto de Cacao y Chocolate Fino en los Estados Unidos, lo que conduce a menores estimaciones tanto en

**FIGURA 9. MODIFICACIÓN DE LOS SEGMENTOS DEL MERCADO DE CACAO DE LA INICIATIVA PARA EL CACAO LATINOAMERICANO**



Fuente: estimaciones ICCO (entrevistas), Xoco

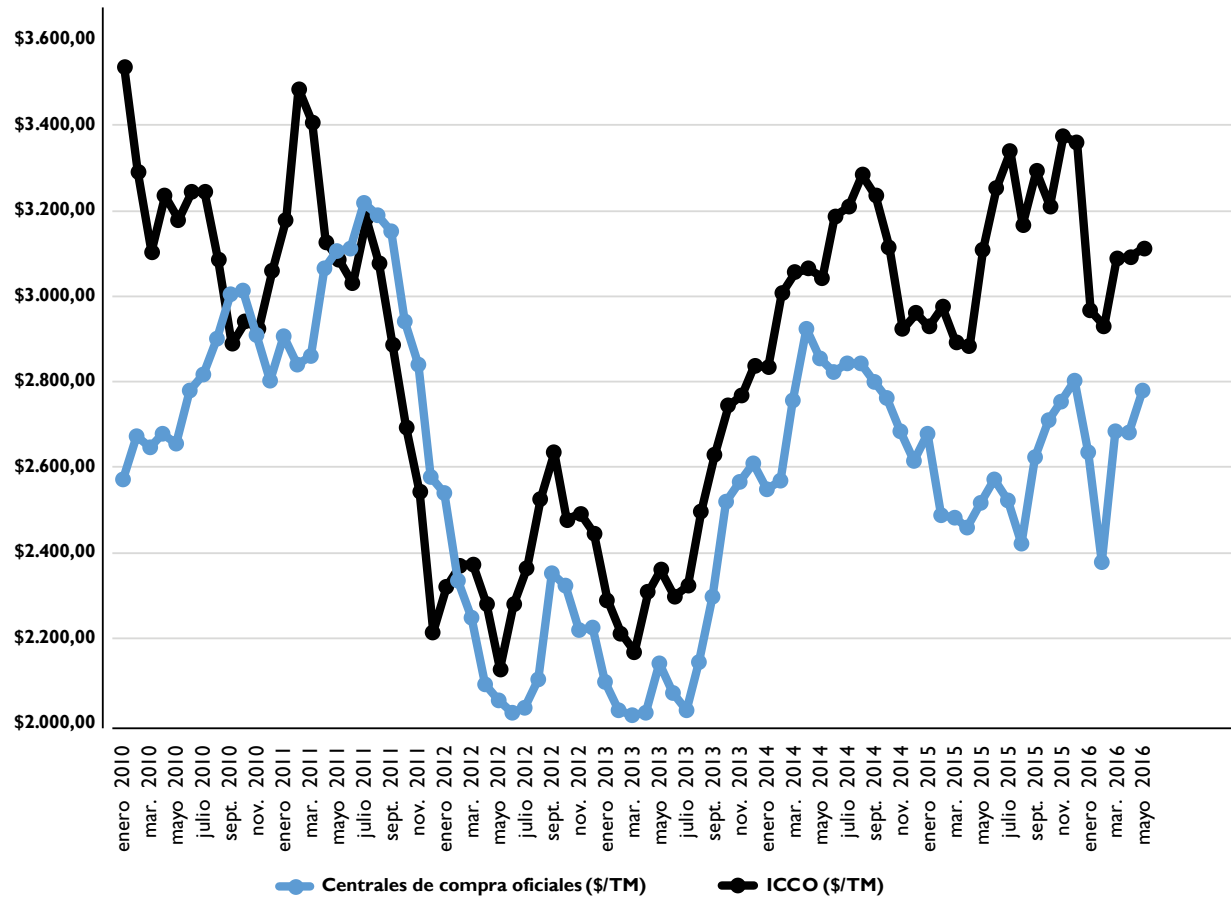
Presentado en ICCO World Cocoa Conference por un representante del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), basado en una entrevista con Xoco, un promotor de cacao fino y de aroma en Centro América (Vignati, 2016).





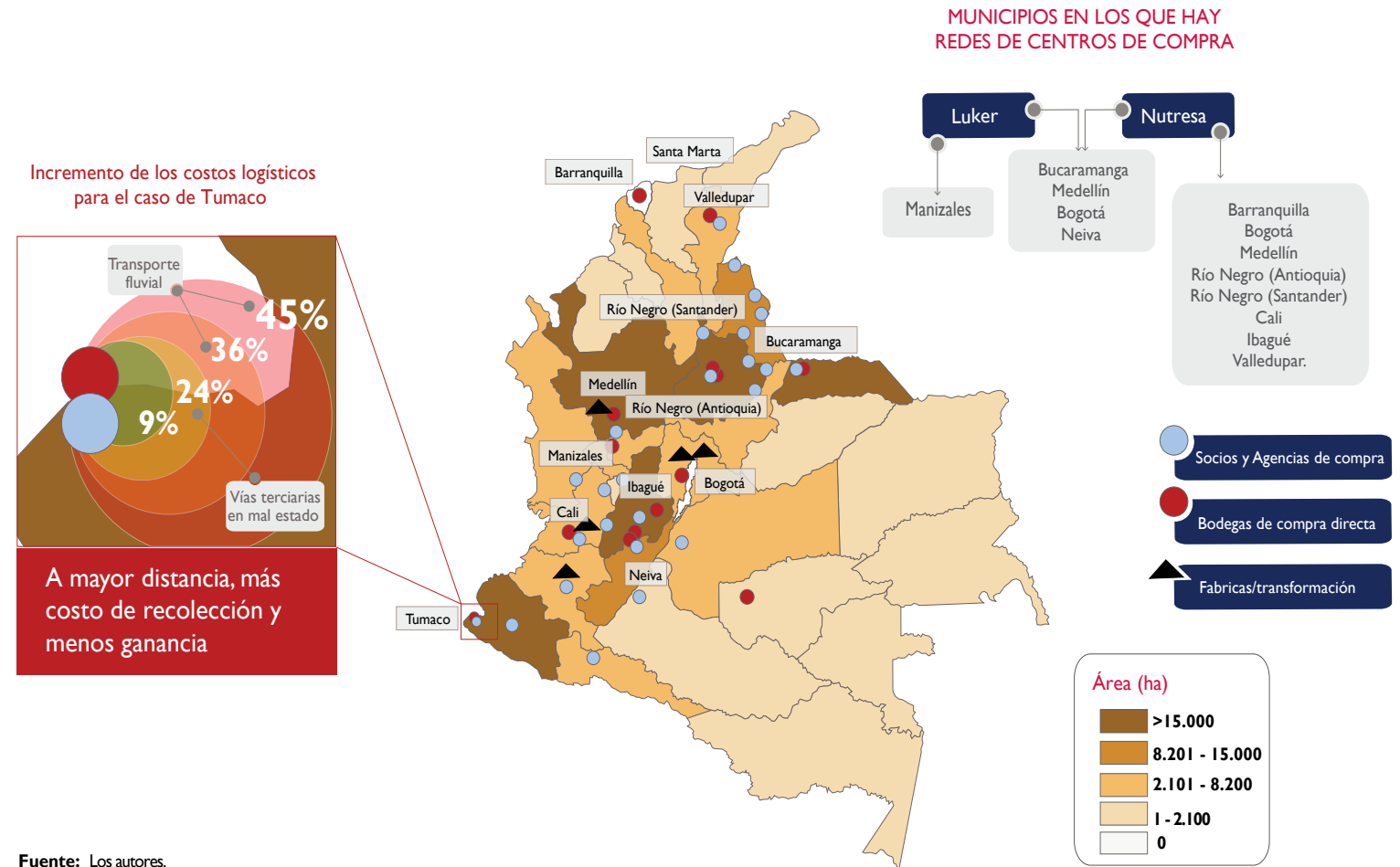
**FIGURA 10. PRECIOS MENSUALES PAGADOS EN LAS CENTRALES DE COMPRA OFICIALES POR LA ICCO**

(en US\$/TM, enero 2010 - mayo 2016)



Fuentes: FAOSTAT, 2017; Fedecacao, 2017; ICCO, 2017

**FIGURA 11. MAPA DE CENTROS DE COMPRA Y PRECIOS REPORTADOS**



Fuente: Los autores.



términos de volúmenes como de precios.

Los comerciantes clave, como Atlantic, que se centra en el fino y de aroma, y el cacao certificado, informaron de una demanda mucho menor, primas mucho más bajas y un lento crecimiento del mercado (comunicaciones personales, Richard Fallotico, ECOM). Finalmente, la propia presentación institucional de la ICCO recomienda no utilizar estas cifras para operaciones comerciales. Estos datos no se basan en observaciones de transacciones reales de mercado, ya que incluso el precio del cacao ‘corriente’ es exagerado, por encima del nivel más alto alcanzado por el precio de la ICCO. A pesar de estos defectos, estas versiones han proliferado en toda América Latina, dando lugar a una explosión de iniciativas de cacao fino y de aroma y no basado en la demanda.

En el caso de las organizaciones de productores que cuentan con la suerte de tener acceso a un canal *premium*, las primas pagadas tienden a llegar a un pequeño número de productores para pequeños volúmenes de cacao. Esto es ejemplificado por casos como Taza Chocolate, una de las más grandes compañías de cacao tipo “de la semilla a

la barra” (*Bean to Bar*) en los EE.UU., la cual gestiona un reconocido programa de comercio directo. En su informe de transparencia de 2016, documentan el pago de una prima de al menos US\$500 sobre los precios de mercado de cacao certificado orgánico de alta calidad, a un poco más de 2.000 productores a través de la compra de 233 TM de cacao (Taza, 2016).

Lo anterior, equivale a que cada productor vende sólo 114 kilos de cacao. Lo que está sucediendo aquí, es que una proporción muy pequeña de toda la producción de un productor, es dedicada a este mercado; el resto, es decir, la mayoría de su producción, está vendida al mercado doméstico como ‘corriente’. Esto es claramente importante para los participantes, pero no necesariamente relevante para un gran número de pequeños productores de cacao.

Como se puede ver en la Figura 10, los precios al productor (precios pagados en las centrales de compra oficiales), según lo reportado por Fedecacao y publicados en las bases de datos de la FAO, han seguido de cerca el precio

mundial de la ICCO y están muy por encima de la mayoría de los países productores de cacao en el mundo.

Con base en nuestras entrevistas, conversaciones de seguimiento con Fedecacao y literatura secundaria, encontramos que en áreas que tradicionalmente no han sido para la producción de cacao (áreas remotas, zonas de post-conflicto, comunidades indígenas), los precios son a veces más bajos, reflejando el alto costo de la recolección y transporte de los granos de vuelta a los centros de compra y procesamiento (Figura 11: Medellín, Bogotá, Cali, Bucaramanga, Manizales) y la falta de información de mercado.

Por ejemplo, mientras los precios que recibían los productores en julio en Santander eran cercanos a los COP\$8.000 por kilo, había algunos tan bajos como COP\$6.300 por kilo en la región de la Sierra Nevada. La mayoría de los productores de todo el mundo sostiene que un objetivo que todos tienen en común es que deben recibir un precio justo por su cultivo. En el caso de los productores de cacao colombianos, los precios de su cacao se basan en los precios internacionales y los costos reales de transacción.

# PRÁCTICAS DE POSCOSECHA Y PRECIOS

Las prácticas de poscosecha (secado y fermentación) son fundamentales para la calidad de los granos de cacao vendidos. En la actualidad, las primas de precio por el cacao de alta calidad pueden no compensar adecuadamente a los productores por los costos adicionales que se incurren cuando se desean altos estándares de calidad. Los productores están recibiendo sólo un ligero aumento de los precios por el trabajo adicional de la cuidadosa fermentación y secado correcto. El sistema actualmente en vigor proporciona a los productores un extra de COP\$200 por ventas de COP\$8.000 por kilo.

A través de nuestras múltiples entrevistas, los productores sugirieron que el costo agregado de mano de obra debería tener una prima de precio de alrededor de COP\$1.000 colombianos por kilo en lugar de COP\$200-300 por

kilo. Debe tenerse en cuenta que los costos de producción de un sistema tecnificado son inferiores a los precios pagados incluso a COP\$2.000/TM, pero no hay incentivos para fomentar la producción de cacao de mayor calidad.

A pesar de la retórica sobre la necesidad de más cacao de mayor calidad a lo largo de la cadena productiva, las bajas primas reales pagadas por la calidad sugieren que no es un recurso escaso. Los productores típicamente llevan el cacao bien fermentado a puntos de agregación en comparación con los comerciantes que salen y compran cacao en la finca. La gran mayoría de este cacao es fermentado en las fincas en vez de ser vendido mojado o "en baba".

Actualmente, debido a la falta de demanda de calidad y la necesidad de consistencia, todas las calidades de

granos se mezclan típicamente durante el proceso comercial. La mayoría de los compradores hacen referencia a la "Norma ICONTEC 1252", que define diferentes clases de cacao y estándares para la diferenciación. La Tabla 6 proporciona los estándares mínimos usados para calificar el cacao, los cuales fueron demostrados en todas las estaciones de compra cuando entrevistamos a compradores y comerciantes. La cuestión es si el incentivo o la compensación actual por el trabajo adicional son suficientes.

Algunos defensores de la venta en los mercados de alta calidad cuestionan si los productores pueden fermentar y secar adecuadamente, por lo que buscan modelos de negocios donde estas actividades son realizadas por organizaciones de productores o fabricantes de chocolate. Algunos clientes internacionales que buscan cacao de alta

**TABLA 6. PARÁMETROS DE CALIDAD REQUERIDOS BAJO LA NORMA TÉCNICA NTC 1252**

Requerimientos	De primera Calidad	Trinitario	2do
Máximo contenido de humedad en %(m/m).	7	7	7
Máximo contenido de impurezas, material % (m/m).	0	0,3	0,5
Granos mohosos, número de granos/100	2	2	3
Granos dañados por insectos y/o germinados, número de granos /100.	1	2	2
Granos "Pasilla", número de granos/100	1	2	
Mínimo contenido de Cotiledón % (m/m).	-	-	40-60
Mínimo masa (peso), en gramos/100	120	105-119	40
Mínimo número de granos bien fermentados' número de granos/100	65	65	60
Máximo número de granos "Pizarroso", número de granos/100	1	3	3

Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC 1252-Cacao en Grano. ICONTEC, 2003.

Fernando Rodríguez Camayo, CIAT

Colleen Kelly, Purdue

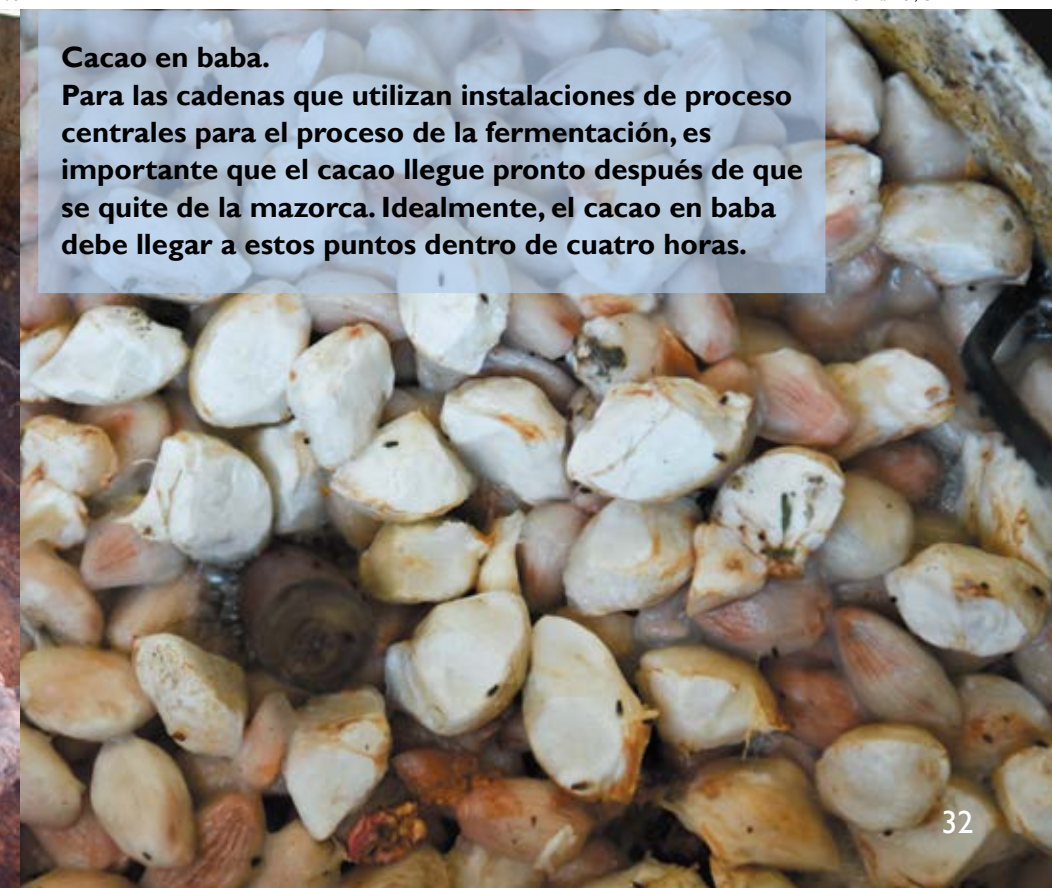
Neil Palmer, CIAT



Una casa elba



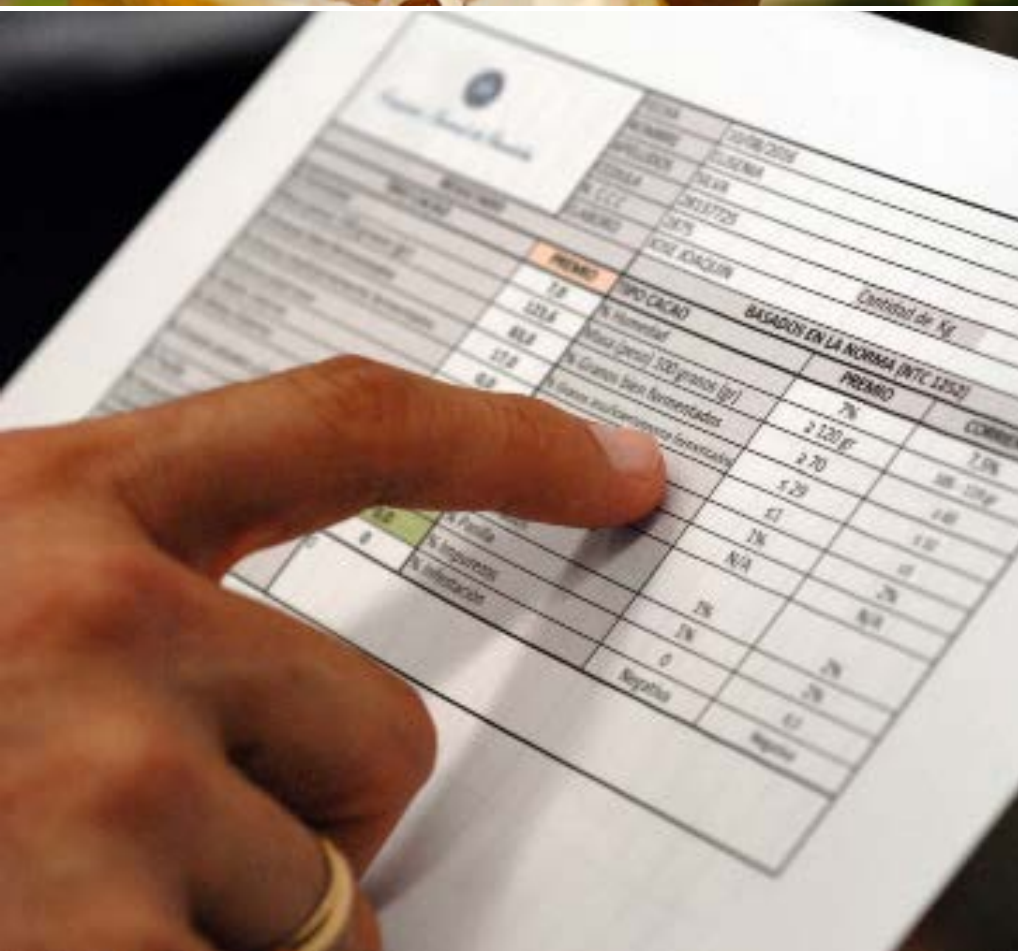
Una caja de fermentación.



**Cacao en baba.** Para las cadenas que utilizan instalaciones de proceso centrales para el proceso de la fermentación, es importante que el cacao llegue pronto después de que se quite de la mazorca. Idealmente, el cacao en baba debe llegar a estos puntos dentro de cuatro horas.



Colleen Kelly, Purdue



Colleen Kelly, Purdue

calidad para barras artesanales requieren condiciones de fermentación altamente controladas para producir perfiles de sabor específicos. El cumplimiento de sus requisitos ha llevado a la venta de cacao en baba (cacao todavía en su mucílago) a una organización de productores o fabricantes de chocolate como práctica habitual. La proporción precisa de estos tipos de relaciones comerciales no es muy clara, pero probablemente muy pequeña.

El aumento de la infraestructura (estaciones de fermentación y zonas de secado), ya sea en la finca o por un procesador, tendrá un costo que deberá ser cubierto por alguien. Un negocio que escoja esta ruta tendrá que incorporar estos costos en su plan de negocios y no esperar que las agencias donantes extranjeras los cubran, lo que limitará la sostenibilidad del negocio y la práctica de comprar cacao húmedo y procesamiento para el agricultor.

También es importante tener en cuenta que se trata de una práctica de valor agregado (si es bien pagada) para el agricultor si este hace un buen trabajo en el mantenimiento de la calidad. Eliminando esta actividad generadora de ingresos adicionales de una finca, habrá menos dinero fluyendo en el ingreso del hogar y los productores serán desincentivados para cuidar su cacao y producir más cantidad con mejor calidad. Si un productor escoge fermentar y secar el cacao en su casa necesita acceso al crédito, entrenamiento y una expectativa razonable que va a poder tener éxitos en producir y vender su cacao a un buen precio para poder pagar sus costos, incluyendo sus deudas. Procesadores y productores necesitan evaluar ciertos factores (tiempo, distancia, primas o descuentos debido a la calidad) para determinar si están de acuerdo en vender en baba o fermentar y secar los granos.



Colleen Kelly, Purdue



FIGURA 12

# LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO Siguiendo el grano hasta el producto terminado

## Insumos

- Material Vegetal
- Árboles de sombra/ plátanos
- Herramientas
- Fertilizantes, compost
- Controles químicos
- Riego
- Estructuras para fermentación y secado
- Tierra
  - ~ Tamaño promedio de la finca 13,9 ha con 3,1 ha de cacao.\*\*
  - ~ 165.006 ha de cacao (2016).\*

## Productor de Cacao

- **Actividades:** Preparación del terreno, siembra, poda, renovación, mantenimiento, fermentación y secado en finca, transporte del cacao.
- **Certificaciones:** Rainforest Alliance, Organic, Fair Trade.
- **Producción nacional** - 56.785 TM

## Comercialización

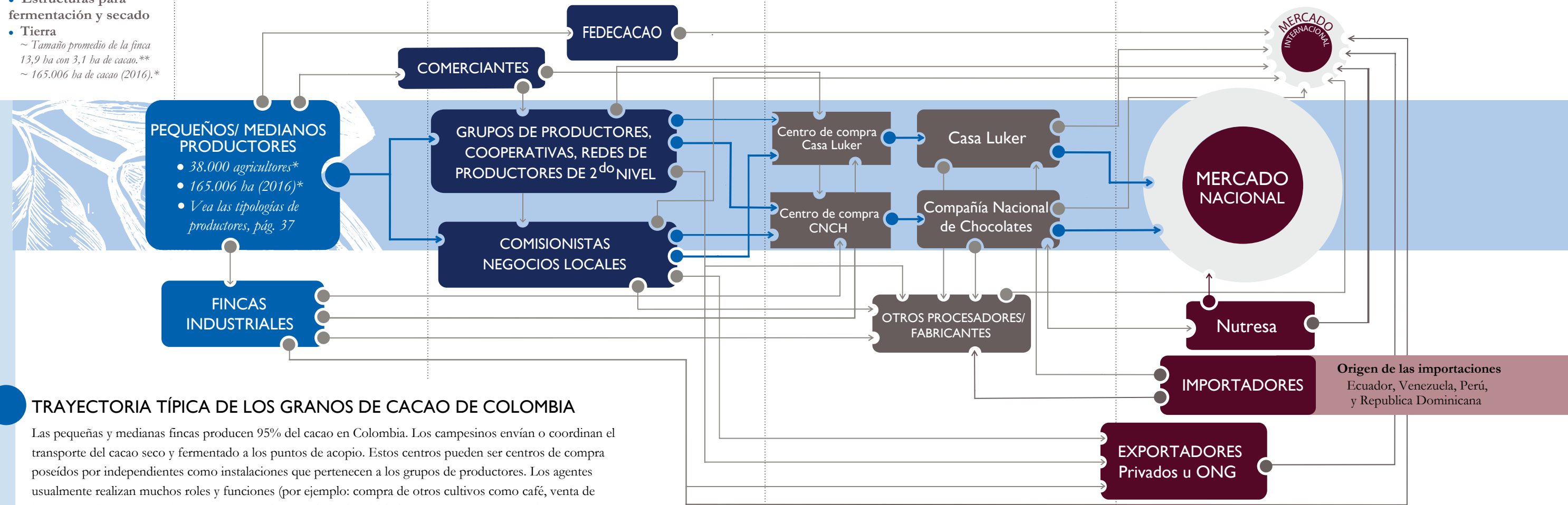
- Transporte
- Tamizado de impurezas
- Control de calidad
- Fermentación y secado
- Diferenciación por calidad, origen, sabor, certificaciones, o especificaciones del cliente.

## Procesamiento del cacao y fabricación de chocolate

- Cacao en manteca, polvo, en grano, pasta, cobertura y masa de cacao.
- Confecciones de chocolate

## Mercados

- La **Demanda Interna** por el cacao alcanzó las 46.989 TM en 2016. 12.743 TM de granos de cacao y productos derivados del cacao fueron **importadas** y 22,539 TM fueron **exportadas**\*.
- Recientemente, **Fedecacao** comenzó a comprar y a exportar granos de cacao. Las exportaciones se incrementaron de 125 TM en 2013 a 1.075 TM en 2016.\*
- **Destinos de las exportaciones:** Europa (51,2%), Norteamérica (30,2%), Asia (16,6%), Centro y Sur América (1,6%)\*



### TRAYECTORIA TÍPICA DE LOS GRANOS DE CACAO DE COLOMBIA

Las pequeñas y medianas fincas producen 95% del cacao en Colombia. Los campesinos envían o coordinan el transporte del cacao seco y fermentado a los puntos de acopio. Estos centros pueden ser centros de compra poseídos por independientes como instalaciones que pertenecen a los grupos de productores. Los agentes usualmente realizan muchos roles y funciones (por ejemplo: compra de otros cultivos como café, venta de insumos, préstamos, y actúan como centros de pago de la electricidad). Dos empresas, Casa Luker y Nutresa, compran el 90% de la producción de cacao. Los contratos no se usan; sin embargo, se hacen acuerdos para compra, que puede ser en el lugar. Las empresas compran entre el 30 y el 55% del cacao directamente de las organizaciones de agricultores y el resto, de vendedores independientes que generalmente están afiliados a una de las firmas. El cacao es transportado por medio de camiones a almacenes de la compañía localizados en la región, y se transporta a las fábricas que se encuentran en áreas urbanas, cuando se necesita. Las compañías procesan cerca de la mitad del cacao para preparaciones de bebidas de chocolate que se venden en el mercado nacional.

\* Fuente: Fedecacao, 2017

\*\* Fuente: Encuesta de Fedecacao (2016) con 5.397 productores en 7 departamentos (Antioquia, Arauca, Huila, Tolima, Nariño, N. de Santander y Santander).

\*\*\* Fuente: COMTRADE, 2017. Entre 2012 y 2015, África y Oceanía representaron solo 100 TM de las exportaciones, por lo cual son excluidas.

Nota: Este gráfico solo describe los aspectos funcionales de la cadena productiva. Los investigadores utilizaron una visión más amplia de la cadena de mercado que incluye organizaciones comerciales, servicios de apoyo, y el contexto económico. La trayectoria del grano de cacao opera en un contexto más amplio.

### TRAYECTORIA DEL GRANO DE CACAO DE COLOMBIA EN VOLÚMENES MENORES

Pese a que se está incrementando el número total, las plantaciones de larga escala solo producen un pequeño porcentaje de cacao. Algunos proponen usar grandes fincas para entrenamiento, compra y centros de fermentación para apoyar los pequeños agricultores de cacao que se encuentran en los alrededores. Algunos pequeños productores, especialmente aquellos que se encuentran en áreas remotas, confían en los agentes para vender su cacao. Fedecacao ha empezado a comprar cacao de los agricultores y grupos de productores con la meta de exportar. Los clientes del cacao tipo "de la semilla a la barra" necesitan granos *en baba* para controlar su proceso de fermentación y estándares específicos, y vender granos húmedos es una forma de apoyar a los agricultores con limitaciones en cuanto a experiencia y a equipos para fermentar apropiadamente. Existen muchos caminos alternativos para acortar la cadena entre productor y consumidor y entrar al valor agregado nacional y a los mercados internacionales.

# LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO EN COLOMBIA



La representación de la cadena productiva de cacao colombiana, que se muestra en la Figura 12, describe sus aspectos funcionales, ilustrando las actividades desde la producción hasta la post-cosecha, agregación y transporte, procesamiento, comercialización, consumo interno y exportación. Este proceso se lleva a cabo en medio de varias capas de organizaciones e instituciones que colaboran formalmente o informalmente. Los procesos y servicios ocurren dentro de contextos sociales, económicos, políticos, ambientales y tecnológicos más amplios. Varios actores toman múltiples pasos dentro de la producción física desde el grano hasta la distribución del producto final, como Luker y Nutresa. Muchas instituciones que desempeñan funciones de liderazgo, proporcionan servicios como por ejemplo asistencia técnica; de igual manera financian y ayudan a coordinar las actividades del sector. Algunos actores como Fedecacao y Red de Cacaoteros ofrecen más de un servicio de apoyo. Los actores privados más grandes como Luker, Nutresa y otros más pequeños (por ejemplo, Cacaos de Colombia, Mariana Cocoa, Manifesto, entre otros) también proporcionan algunos servicios de apoyo principalmente a las organizaciones de productores.

En la Tabla 7, se esbozan todos los actores que se encuentran en la cadena productiva de cacao en Colombia, junto con sus funciones o servicios que proporcionan.

**TABLA 7. PARTES INTERESADAS DEL CACAO Y SUS ROLES**

● Indica que rol siempre o casi siempre cumple este grupo  
○ Indica que rol en su mayoría o a veces cumple este grupo

Ver el glosario para las abreviaciones.

Actor	Producción	Fermentación y secado	Compra	Garantizar la producción	Transformación Secundaria (polvo, etc)	Fabricación de chocolate	Exportar (Granos)	Exportar (intermedios)	Exportar Chocolate	Asistencia Técnica	Investigación	Insumos de Producción	Crédito	Construcción de Soporte Institucional	Servicios de Transporte	Expansión de superficie	Ejemplos	
<b>Productores</b>																		
Pequeños/Medios Productores	●	●		○													●	
Plantaciones de gran escala	●	●	○	○													●	Pacific Agri Capital, etc.
Asociación de productores promedio			○	○						○		○	○				●	
Asociación de productores excepcionales		○	●	●	○	○	○			●		○	○				●	Ecocacao, Aprocasur, Cortepaz, etc.
<b>Organizaciones nacionales</b>																		
Fedecacao			●	●			●			●	●	●		●			●	
Red de Cacaoteros	●						●							●				
<b>Asociaciones público-privadas y organizaciones coordinadoras</b>																		
Consejo Nacional														●				
ProColombia														●				
EPSAGROs										●								
<b>Organizaciones públicas</b>																		
CORPOICA											●							
Universidades											●							
MADR														●				
Finagro													●	●				
SENA						●				●								
Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)				●														
UMATAs										○								
<b>Organizaciones No-gubernamentales</b>																		
USAID/USDA-Proyectos financiados y contratistas										●		●		○			●	ACDI VOCA, TechnoServe
ONGs Nacionales e Internacionales										●		○		○			●	Swisscontact, etc.
<b>Compañías privadas</b>																		
Nacional de Chocolates			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○*			○		
Casa Luker			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○*			○		
Productores de Chocolate de Mesa			●	●	●	●			○									Girones, etc.
Productores de Chocolate en Barra y Fino y aromático		○	●	●	●	●	○		●	○								Cocoa Hunters, Mariana Cocoa Co., etc.
Casas de inversión			●				●											Pacific Agri Capital
Casas Comerciales			●		○		●											OLAM/ECOM, Fenicia Trading
Pequeños/medianos intermediarios			●	○								○	○					
Proveedores de transporte																●		
Bancos													●					

\* Nacional de Chocolates y Casa Luker proveen pagos anticipados para las organizaciones productoras para que estas tengan el flujo de caja necesario para las compras del Cacao a sus agricultores. Fuente: Los autores, 2017.



Colleen Kelly, Purdue



Neil Palmer, CIAT



Neil Palmer, CIAT

## PRODUCTORES

De acuerdo a entrevistas con diferentes tipos de productores y algunos grupos étnicos, nos hicieron mucho énfasis en no dividir a los productores simplemente en grandes y pequeños, sino de acuerdo con su rendimiento o tamaño de tierra, los aspectos culturales propios de cada región son igual de importantes y deben ser visualizados e incorporados en cualquier estrategia nacional. Retomando las diferentes voces, ubicación geográfica, económica y aspectos socio-culturales intentamos aproximarnos a la diversidad cultural cacaotera colombiana en las siguientes 4 tipologías.

## MARGINALES

Este tipo de fincas tienen problemas de estrés hídrico, nutricionales y en muchos casos presencia de muerte de árboles en diferentes partes del cultivo, ya que se encuentran en zonas probablemente no aptas para este cultivo y/o debido a malas prácticas agronómicas. Se pueden observar fincas entre 800 a 1.000 plantas por ha con producción por debajo de 300 kg/ha. Este tipo de fincas no generan ninguna clase de rentabilidad y puede ser un riesgo incentivar cualquier tipo de renovación o resiembra si están en zonas no aptas para cacao. Su segmento de mercado es el de volumen que en muchas ocasiones no alcanzan los estándares mínimos de calidad y su precio es castigado.

## TRADICIONALES

Este tipo de fincas se encuentran comúnmente en todo el territorio colombiano y pueden estar en municipios fuertemente cacaoteros o no. La nutrición es muy ocasional, las podas y manejo fitosanitario normalmente es reactivo frente a la presencia de enfermedades y plagas. Tienen alrededor de 800 a 1.000 plantas/ha con rendimientos entre 300 – 500 kg/ha, es decir, una producción por planta entre 0.2 y 0.5 kg. Se puede decir que son sistemas netamente de recolección/extracción en condiciones normales. En ocasiones se pueden identificar aumentos en el rendimiento por renovaciones impulsadas por proyectos o programas. Su segmento de mercado es el de volumen y puede tener un ingreso promedio por debajo del salario mínimo aproximadamente durante un ciclo de 10 años.

## TECNIFICADAS

Normalmente el enfoque es netamente económico y normalmente tienen acceso a capital con una asistencia técnica periódica. Este tipo de fincas tienen acceso a agua y aplican paquetes tecnológicos de acuerdo al material genético sembrado. Su rendimiento está normalmente entre 1.200 y 1.800 kg/ha pero en ocasiones puede ser superior. Curiosamente este tipo de sistema ha sido el más promocionado pero es el menos frecuente de encontrar. Requiere de una inversión entre 12 y 15 millones/ha dependiendo de la zona y si tiene acceso a agua o no. Genera alta mano de obra y unos ingresos cercanos a un salario mínimo de un ciclo de 10 años.

Este tipo de fincas se pueden encontrar en los departamentos de Arauca, Santander, Huila y Tolima.

## DIVERSIFICADAS

Varían mucho del tamaño de la extensión total de la finca, que va desde 0.5 a 15 ha. El uso del suelo es multipropósito en donde no solo existe una visión económica sino también de seguridad alimentaria y de acuerdo a los aspectos culturales del territorio, puede incorporar cultivos de madera, plantas aromáticas para salud y/o condimentarias y finalmente algunas plantas con fines de equilibrio ambiental. Este tipo de fincas tienen entre 600 y 700 plantas por ha con un rendimiento entre 300 a 600 kg/ha, es decir, una producción de 0.5 a 1 kg/planta.

Este tipo de fincas ha mejorado sus rendimientos en cacao gracias a los proyectos y programas de desarrollo rural que han impulsado renovaciones de cacaotales con nuevos materiales, así como con una combinación de prácticas tradicionales y nuevas de cultivo. En la expansión de

nuevas áreas han tenido un acompañamiento de asistencia técnica especializada y aporte de semillas e insumos que definitivamente han permitido un aumento en área sembrada y, en algunas zonas, un leve incremento de los rendimientos.

Las fincas diversificadas han estado expuestas a condiciones adversas en términos de infraestructura y una baja presencia del estado haciéndolos vulnerables al conflicto armado por décadas, sin embargo, la estructura de la finca diversificada ha suplido algunas necesidades básicas de las familias en los tiempos de crisis y es posible que en algunas regiones, en la finca diversificada pueda estar la clave para generar estabilidad en los medios de vida.

Este tipo de fincas se encuentran comúnmente en Nariño, Cauca, Chocó, Huila, Caquetá, Guaviare, Magdalena, Santander y Cesar.

Es importante resaltar que no pretendemos solamente agrupar a todos los productores en solo estas 4 tipologías, es muy posible que existan más variaciones en cada grupo, que pueden ser estudiados en mayor profundidad de acuerdo a la ubicación geográfica.

Sobre la base de nuestras entrevistas y la revisión de la literatura secundaria, hubo cierto consenso de que la calidad y la consistencia del cacao se podrían asegurar mediante la fermentación y el secado en un centro de agregación. Los productores de cacao de mayor escala también están interesados en adquirir cacao de las pequeñas explotaciones agrícolas cercanas (sistema de producción por satélite) para aumentar las economías de escala y mejorar la calidad y consistencia de los granos de cacao vendidos a los exportadores.

### ORGANIZACIONES

A través de nuestras entrevistas y revisión de la literatura secundaria, encontramos que los grupos de productores de cacao tienen un historial mixto en Colombia. En su mayor parte, se formaron grupos de productores de cacao con el apoyo de programas de desarrollo alternativo como MIDAS y ADAM, con la intención de servir de conducto para recibir insumos para el establecimiento de nuevas plantaciones. Estas organizaciones desempeñan algunas funciones dentro de la cadena productiva de cacao y pueden ayudar a los productores a acceder a recursos que de otro modo no estarían disponibles, como ofrecer acceso al

crédito, proporcionar asistencia técnica, comprar granos de cacao, suministrar insumos de producción o controlar la calidad.

De acuerdo a las entrevistas con los CELI (Consolidation and Enhanced Livelihood Initiative, más conocido como Colombia Responde) y Fedecacao, el acceso a crédito grupal ha sido un fracaso porque los productores reciben el crédito a través de la organización y no lo pagan o no entregan el cacao. Sin embargo, no había coherencia para estos servicios y muchas asociaciones ofrecían pocos servicios que no fueran un medio para apoyar la expansión de las plantaciones de cacao a través de árboles donados.

Hemos encontrado algunas organizaciones de productores altamente funcionales (asociaciones y cooperativas) que proporcionan múltiples servicios a sus miembros. Ellos desempeñan un papel importante en la cadena productiva agregando valor a través de servicios como: encontrando compradores para los granos de cacao, proporcionando asistencia técnica y garantizando estándares de calidad en sus granos. Muchas de estas asociaciones se ejecutan como un negocio y a menudo están vinculados con la industria privada, vendiendo los granos que se han recolectado a procesadores de chocolate nacionales o agencias de exportación. Hay algunos que tienen otras funciones en la cadena productiva del cacao, como lo son la fermentación y el secado, la transformación secundaria o la fabricación de chocolate, el acceso al crédito, los insumos de producción y las capacidades de exportación. Con base en nuestras entrevistas, la mayoría de los productores de cacao no pertenecen a organizaciones de productores bien establecidas.



## COMPAÑÍAS PRIVADAS

### GRANDES PROCESADORAS DE CHOCOLATE

Nutresa y Luker forman una importante presencia en la cadena productiva de cacao. Las estimaciones de la producción nacional total que estas dos empresas se adjudican van del 80 al 90% (Corporación Andina de Fomento, 2015; TechnoServe, 2015). Se estima que en 2013, Nutresa y Luker fueron las responsables del 85% de la producción nacional. Por su parte, Colombina S.A. tuvo el 4% de la producción; Chocolate Andino, 3%; Chocolate Girones, 2%; Comestibles Italo, 1%; y todos los demás procesadores compartían el 5% restante (TechnoServe, 2015).

Tanto Nutresa como Luker suministran al mercado nacional y exportan granos de cacao, productos de cacao intermedios tales como: cacao en polvo, pasta; productos semielaborados tales como: cobertura y chocolate semi-dulce; y productos de consumo terminados. La mayoría de la producción de ambas empresas es para el mercado interno, principalmente para chocolate de mesa y barras para chocolate caliente.

Nutresa importa algunos granos, principalmente de Ecuador y Perú debido a su similitud en el perfil y la calidad del grano, mientras que Luker no realiza ningún tipo de importación. Ambas empresas comentaron en entrevistas que la cantidad de producción es su mayor limitación para la expansión; no la calidad del grano, la capacidad de la fábrica o el acceso a los mercados. La falta de asistencia técnica, las enfermedades de las plantas y las asociaciones de productores débiles se citaron como principales razones de la baja productividad. Ambos ofrecen asistencia técnica a productores, días de campo y capacitación a través de fincas demostrativas.

Nutresa y Luker cuentan con redes de centro de compra para almacenar granos de cacao secado y fermentado en todo el país. Ambas tienen centros en Bucaramanga, Medellín, Bogotá y Neiva. Luker tiene un centro en Manizales, mientras que Nutresa tiene presencia en Barranquilla, Cali, Ibagué, y Valledupar.

Nutresa ha desempeñado un papel activo en el aumento de la producción de cacao durante más de 50 años. Actual-



Diferentes productos y subproductos del cacao



Colleen Kelly, Purdue

mente, como parte de su “compromiso social”, esta compañía tiene un programa de Proyectos Productivos-Inclusivos. Los Proyectos productivos utilizan dos vehículos: un fondo de capital de riesgo llamado “Cacao para el Futuro” y un Proyecto de Apoyo a Alianzas Productivas (PAAP). Nutresa forma alianzas con los productores para asegurarles que la compañía comprará su producto directamente y ayudará a proporcionar apoyo técnico, social y corporativo. Además, la compañía cuenta con dos fincas de demostración, una grande en Magdalena Medio y una cerca de Medellín.

Casa Luker es una empresa familiar colombiana fundada en 1906 en Manizales. Luker promueve y capitaliza en gran medida la reputación de Colombia como una fuente de cacao ‘fino y de aroma’, y diversifica su línea de productos por origen (Santander, Arauca, Huila y Tumaco) y perfiles sensoriales. Luker también vende derivados del cacao tales como licor de cacao, cacao en polvo, crema y granos.

Además, también tiene un acuerdo de modelo de parcela con algunos productores. El productor recibe un subsidio de esta empresa en forma de entrenamiento gratuito, materiales vegetales, varias herramientas agrícolas y suministros para mejorar su cultivo. A cambio, el productor acuerda convertir su finca en un modelo para ser usado para entrenar a otros productores.

Luker demuestra la producción de cacao en sistemas agroforestales de tres cultivos (madera, árboles frutales o platanales, y cacao) que tiene en cuenta los aspectos temporales del sistema, la producción de tiempo para que el agricultor tenga un “cultivo principal” y otros dos que apoyen el sistema.

La mayoría de los procesadores en Colombia exporta un porcentaje del producto final a mercados regionales e internacionales. Las exportaciones principalmente consisten en productos de consumo masivo de un valor unitario bajo y con bajo contenido de cacao. En adición a estas exportaciones, Nutresa y Luker manejan productos semi-terminados que promueven orígenes específicos de Colombia. Los ejemplos de los productos de chocolate de origen existen, pero en nuestras entrevistas con Nutresa y Luker, sugieren que los mercados son muy pequeños.



Colleen Kelly, Purdue

## ORGANIZACIONES NACIONALES

### FEDECACAO

El gremio de productores de cacao, la Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao), representa a 38.000 pequeños productores con 165.000 hectáreas plantadas de cacao ubicadas en 22 departamentos. Se dedica principalmente a la investigación, transferencia de tecnología y apoyo a la comercialización. También administra el Fondo Nacional de Cacao, un fondo parafiscal colectado a través de la Comisión de Desarrollo del Cacao. De acuerdo con la Ley 67 de 1983, la tasa es del tres por ciento (3%) sobre el precio de venta de cada kilogramo de cacao seco cultivado en Colombia. Sus esfuerzos están dictados por la venta de cacao, ya que es la principal fuente de trazabilidad para devolver la tarifa a los productores. Por ejemplo, si un productor posee su propia finca en Bolívar, pero vende en Santander, el cacao se cuenta como si viniera de Santander, no de Bolívar. Los fondos se asignan así al Departamento de Santander en lugar de Bolívar, de donde se originó el cacao.

Esta organización cumple una serie de funciones en la cadena productiva, incluida la compra de cacao y la garantía de la calidad que se está comprando. Son los principales proveedores de asistencia técnica, especialmente en las áreas de alta producción del país. Tienen un centro de entrenamiento en Río Negro, Santander con una finca de demostración y áreas para que los productores pasen la noche mientras reciben entrenamiento. También

proporcionan suministros, tales como motosierras, sellantes y fungicidas para renovaciones de plantaciones. Son miembros del Consejo Nacional de Cacao (ver abajo), donde están ayudando a crear apoyo institucional entre los muchos actores a lo largo de la cadena productiva. Ellos compran una pequeña cantidad de granos que han sido bien fermentados, secados y seleccionados y los venden con primas, permitiéndoles actuar en algún modo como un negocio privado.

### RED DE CACAOTEROS

La Red de Cacaoteros es una organización de 54 organizaciones de productores de las seis principales áreas de producción de cacao en Colombia. Sus metas incluyen trabajar a través de organizaciones de productores para exportar cacao. Además, realizan proyectos de desarrollo financiados por organismos internacionales de desarrollo. Sus principales funciones en la cadena productiva son comprar y exportar granos de cacao para un número relativamente pequeño de productores de cacao. También trabajan intensamente con organizaciones de productores asociados para crear apoyo institucional, ayudándoles a acceder a los mercados internacionales y garantizando la calidad de los granos que se exportan, incluyendo la búsqueda de fondos de donantes internacionales para apoyar la construcción de centros de fermentación y secado.



## ASOCIACIONES PÚBLICO-PRIVADAS Y ORGANIZACIONES COORDINADORAS

### CONSEJO NACIONAL DE CACAO

El Consejo Nacional de Cacao es una organización para el sector de cacao que incluye los productores, las asociaciones, la industria privada, organizaciones del gobierno y Fedecacao. El Consejo fue uno de los primeros grupos de trabajo que fue formalizado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) bajo la división de Cadenas Productivas. El Consejo fue establecido formalmente como una organización de cadena con la estrategia específica para desarrollar el sector, como un Acuerdo de Competitividad, en octubre 2001. Este acuerdo ha servido como base para el desarrollo de un marco lógico de la política pública para el desarrollo de la cadena productiva apoyado por la Ley 811 de 2003 y el Decreto 3800 de 2006.

De acuerdo a la Ley 811, para poder reconocer oficialmente un cuerpo representativo legal para la cadena productiva, el sector tiene que desarrollar una estrategia común para mejorar la productividad y competitiv-

idad, reducir costos de transacción, desarrollar alianzas estratégicas, mejorar los flujos de información, incluir los productores de pequeña escala y los negocios, promover el manejo sostenible de los recursos naturales, fortalecer el capital humano y planificar el desarrollo de la investigación y tecnología.

El Decreto 3800, por su parte, indica que el gobierno nacional debe proveer apoyo directo a los acuerdos de competitividad e incorporarlos en las políticas del gobierno y presupuestos y proveer prioridad al acceso a recursos a los miembros en organizaciones de cadena que están constituidos legalmente. La meta de estas políticas fue para establecer los cuerpos representativos que podrían representar las necesidades de los miembros de la cadena productiva, coordinar estrategias de desarrollo, interactuar con el MADR y proveer guía en las iniciativas relevante al sector. El Consejo, en coordinación con los cinco consejos regionales que represen-



Participantes taller de análisis de la cadena de cacao en Bogotá buscando estrategias para mejorar el sector

Neil Palmer, CIAT

Colleen Kelly, Purdue



tan las necesidades de las áreas claves de producción, ha desempeñado este papel desde el inicio en 2001.

Hay 5 consejos regionales en Santander, Antioquia, Tumaco, Arauca y Huila. La meta de estos consejos es ser espejo a las funciones de coordinación del Consejo, pero también adaptar las estrategias nacionales a las necesidades regionales. Estos constituyen un espacio importante para incluir recomendaciones para los diferentes sistemas basado en las tipologías de los productores, adaptar los sistemas de extensión a las necesidades locales (por ejemplo, variedades, densidades, prácticas de manejo), resaltar las demandas regionales para investigación y dialogar con los gobiernos de los departamentos para identificar las necesidades de inversión y oportunidades. Una ventaja adicional de los consejos regionales es que proveen un espacio más accesible para más actores en la cadena para participar, especialmente los que no pueden viajar a Bogotá para participar en el Consejo.

El Consejo Nacional de Cacao se enfoca en cuatro áreas estratégicas que incluyen: (i) las prácticas de pro-

ducción y la transferencia de la tecnología; (ii) la investigación y la innovación; (iii) el desarrollo del mercado; y (iv) el marco institucional. El papel del Consejo es proveer coordinación alrededor de estos tópicos, mejorar el acceso a la información, representar los intereses del sector cacaotero en el gobierno nacional y permitir la implementación de las estrategias de desarrollo en este sector para beneficiarlo.

### PROCOLOMBIA

ProColombia es una agencia gubernamental del Poder Ejecutivo del Gobierno de Colombia encargada de promover las exportaciones colombianas no tradicionales, el turismo internacional y la inversión extranjera en Colombia, brindando a las empresas nacionales apoyo y servicios de asesoramiento integral para sus actividades comerciales internacionales, facilitando el diseño y la ejecución de sus estrategias de internacionalización, y proporcionando a las empresas extranjeras información comercial, legal y educativa sobre el mercado, los productos, los servicios y las empresas del país.

ProColombia ha sido muy activa en la promoción de la inversión extranjera en el sector del cacao, la búsqueda de nuevos mercados internacionales para el cacao, la creación de recursos de información concisa y visualmente atractiva, y el alojamiento de exposiciones de productos y eventos para generar redes empresariales.

### EPSAGRO

Este es un programa que paga a consultores individuales para que den asistencia técnica en sistemas de producción de cacao. No pudimos obtener información definitiva acerca de cómo funciona el programa, pero un individuo o una organización calificada (con estudios o experiencia en el área de experticia) y certificada por el MADR como proveedora de asistencia técnica de calidad para ciertos cultivos, puede entonces tomar contratos a nivel departamental. No somos conscientes de qué tan bien ha funcionado este programa o qué tan prevalente es en el país.

## ORGANIZACIONES PÚBLICAS

### CORPOICA

Corpoica es la división de investigación agrícola del MADR. Juega un papel importante en la cadena productiva ya que establece la agenda de investigación para el sector del cacao (Agenda Nacional para la Investigación de Cacao), realiza investigaciones de cacao, mantiene jardines clonales de cacao y germoplasma, provee fincas de demostración y brinda asistencia técnica a los instructores mediante el modelo “entrenar a los entrenadores”. La mayor parte de la investigación que realiza Corpoica se encuentra en el área de mejoramiento genético, mejores prácticas de manejo, manejo de enfermedades y cualidades organolépticas de diferentes variedades.

### UNIVERSIDADES

Al igual que Corpoica, la Universidad Industrial de Santander y la Universidad Nacional de Bogotá, están realizando investigaciones dentro de las secciones de la cadena productiva. Parece que la mayor parte de la investigación que se está llevando a cabo actualmente es en el área de variedades de cacao, cadmio, características sensoriales, resistencia a enfermedades y



Derecha arriba: Mazorca de cacao infestada con *Monilia*  
Derecha abajo: Una profesora de la Universidad de Caldas enseñando estudiantes sobre el cacao utilizando la Granja Luker como modelo.

Arriba: La investigación sobre las diferentes variedades de *Monilia* en platos Petri

prácticas de manejo (agroforestal, poda, fertilización). Se hace poco en el área de temas sociales y demográficos, economía o análisis de la cadena productiva.

### MADR

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural impulsa, coordina y evalúa las políticas a través de la Dirección de Cadenas Productivas para el sector del cacao. El ministerio también desarrolla acciones para promover alianzas entre instituciones nacionales y departamentales como Corpoica, SENA, ICA, Finagro, gobiernos locales y otros, lo que lleva a la implementación de planes, programas y proyectos.

### FINAGRO

Finagro, Fondo de Financiamiento para la Agricultura, es una entidad bancaria de segundo nivel que, a través del uso de instrumentos financieros e incentivos a la inversión, apoya el desarrollo del sector rural en Colombia. Finagro proporciona fondos a instituciones financieras minoristas (como el Banco Agrario) que a su vez presta a los productores. Se encarga de implemen-

tar diferentes instrumentos de política crediticia para el desarrollo rural (gestión del riesgo agrícola, promoción de la inversión rural, fortalecimiento productivo y social) y servicios financieros (líneas de crédito, acceso a financiamiento y regularización de carteras agrícolas atrasadas y alivio parcial o total de deudas). Los objetivos económicos del sector rural se describen en el Plan Nacional de Desarrollo.

### SENA

El Servicio Nacional de Aprendizaje es responsable por los programas de entrenamiento en agricultura. Provee asistencia técnica y tiene una fábrica en Bucaramanga donde produce trufas y dulces y brinda entrenamiento para procesadores de chocolate de pequeña escala. También certifica programas de entrenamiento profesional que se basan en criterios relevantes, calidad, conveniencia y flexibilidad para todos los colombianos y extranjeros residentes interesados en estudiar. El SENA establece mecanismos de interacción directa y permanente con sindicatos, compañías, instituciones gubernamentales y no gubernamentales, e instituciones educativas del país, para actualizar y ajustar el diseño del currículo de los programas de entrenamiento existentes y la creación de nuevos programas.



Fernando Rodríguez Camayo, CIAT

### UMATA

Como parte del proceso de descentralización iniciado con la Constitución Colombiana de 1991, los gobiernos municipales establecieron unas unidades de asistencia técnica llamadas, Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria (UMATA). Estas unidades forman parte de la estructura del gobierno municipal y su objetivo se centra en proporcionar asistencia técnica a todas las actividades agrícolas y ganaderas dentro de su jurisdicción. En virtud de las políticas del sector agrícola establecidas a raíz de la constitución de 1991, la UMATA debería depender del Consejo Municipal de Desarrollo Rural (CMDR), presidido por el alcalde y compuesto por representantes de otros actores del sector público y Organizaciones de productores. El CMDR es el máximo responsable de la formulación de estrategias de desarrollo rural a nivel municipal. A nivel departamental, las UMATAs se conectan con la Secretaría de Agricultura que, a su vez, se relaciona con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a escala nacional. En la práctica, la capacidad y la efectividad de cualquier UMATA depende en gran medida de la financiación proporcionada por el gobierno municipal y la importancia dada al desarrollo rural por el alcalde. Muchas UMATAs desempeñan un papel más político que técnico enfocándose en proporcionar empleo para los partidarios del alcalde y dando subsidios a productores políticamente conectados con el partido en el poder.

### INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO (ICA)

El ICA asesora en la formulación, preparación y ejecución de políticas, planes, programas, proyectos, medidas y procedimientos para proteger la salud de las plantas, proteger los derechos de los obtentores de nuevas variedades vegetales, verificar la calidad de la producción, comercialización y uso seguro de semillas e insumos agrícolas. Sus objetivos son mejorar el estado fitosanitario de la producción vegetal, desarrollando campañas para el control y erradicación oficial de plagas.

### AGENCIAS INTERNACIONALES

Colombia ha tenido un número de donantes internacionales y de organizaciones no gubernamentales (ONGs) que han apoyado a las actividades en el sector cacaotero con un énfasis en la siembra de áreas nuevas, el desarrollo de organizaciones de productores y establecer la capacidad adicional para procesar en la finca y colectivamente. Estas organizaciones han estado involucradas en la asistencia técnica para los productores. Algunos países claves en este espacio han sido EE.UU., Canadá, la Unión Europea y Suiza. Las ONGs que han trabajado en el cacao incluyen organizaciones de Colombia que están enlazadas con programas nacionales como las Alianzas Productivas y ONGs internacionales implementando proyectos financiados por donantes. Ejemplos de las ONGs activas en cacao incluye Socya, Swisscontact, AC-DI-VOCA, Chemonics, Lutheran Relief Services, USAID y otros.

Participantes en un taller sobre la poda de los árboles de cacao para aumentar su producción.



Los programas como MIDAS de USAID fueron iniciados para reemplazar los cultivos ilícitos con los cultivos lícitos como el cacao.

# PRODUCCIÓN DE CACAO - CONCEPTOS BÁSICOS



Colleen Kelly, Purdue

Se produce cacao bajo sombra en sistemas agroforestales donde los árboles de sombra proveen servicios como fijación de nitrógeno, comida para los seres humanos y refugio para la vida silvestre.

Una comprensión contextual de lo que se encuentra en una finca de cacao colombiana, plantada predominantemente como una plantación agroforestal mixta, puede ser útil para delinear cómo el cacao desempeña un papel en el ingreso del hogar. Los árboles de cacao se pueden plantar en una densidad entre 100 y 1000 árboles por hectárea. En nuestras entrevistas con los productores se observaron grandes variaciones en los sistemas de producción de cacao. En Colombia, los productores normalmente establecen y manejan sus plantaciones de cacao bajo sombra, usando diversas configuraciones dependiendo del clima, los suelos, aspectos culturales, las necesidades alimenticias del hogar y el potencial para generar ingresos. Estos arreglos tienden a incluir plantas de banano, árboles frutales y árboles de sombra más altos.

Mientras que algunas fincas se gestionaron extremadamente bien y rindieron más de 1.500 kilos/ha, otras difícilmente produjeron 400 kilos/ha. Cuando la producción del cacao era bien manejada, era claramente el negocio primario del dueño. La fertilización regular y el control de las enfermedades fueron llevados a cabo mediante mano de obra familiar, y la contratación de trabajo por lo general era una necesidad para la cosecha, la poda y el control de malezas.

Entre los productores con rendimientos más bajos, el cacao podría ser una de muchas actividades generadoras de ingresos y poco o nada de tiempo se dedica a fertilizar, podar o controlar enfermedades. Las prácticas culturales deben incluir la fertilización (hasta cuatro veces al año), la poda para mantener una estatura más corta y un dosel más abierto para la producción de flores y la fijación de los frutos, así como el deshierbe y el control de la enfermedad.

En regiones especialmente secas, como la costa norte, algunos productores tenían acceso a riego dentro de la zona bananera, pero son casos aislados. El plan nacional del MADR (MADR & Consejo Nacional Cacaotero, 2008) y la Gran Alianza mencionan estas mismas prácticas como un



Los granos de cacao están cubiertos en un mucilago que está lleno de azúcares y son esenciales para el proceso de fermentación para producir el sabor de chocolate.

Neil Palmer, CIAT

medio para aumentar la producción. Sin embargo, las mejoras en las prácticas de manejo vienen con un costo. Los costos agrícolas han aumentado en la última década. De acuerdo con el reporte compilado por TechnoServe y ANDI (2015), en la última década el costo de la mano de obra se ha incrementado en un 97%, mientras que el precio urea ha aumentado en un 49%.

La ubicación importa en Colombia, ya que los precios varían (costos de insumos locales, costos de transporte, etc.) y los factores ambientales pueden afectar los niveles de producción, la incidencia de las enfermedades y las diferencias varietales. Para los productores que se dedican recién-

temente al cultivo del cacao, se debe incurrir en elevados costos iniciales y los ingresos del cacao no se acumulan hasta varios años después. En las etapas tempranas los productores cultivan otras cosas con el fin de garantizar los ingresos. A medida que el cacao madura, los productores pueden (o no) especializarse incompletamente y gastar más tiempo y energía en su cacao y menos en otros cultivos.

Dado el tiempo necesario para que el cacao produzca, los ingresos de los árboles frutales y las plantas de musáceas como el plátano pueden ser importantes para el sustento de un productor. Las plantas de plátano producen durante algunos años, hasta

que los árboles de cacao comienzan a producir. Cuando el cacao está listo para ser reemplazado, los árboles de sombra, que tienden a tener buena calidad de madera, están listos para ser cortados y vendidos. La capacidad de un productor para cosechar árboles con fines económicos para la madera está limitada principalmente por las políticas gubernamentales.

## VARIETADES DE CACAO Y MATERIALES DE PLANTACIÓN

Uno de los objetivos del programa Cacao para la Paz es investigar las variedades de cacao que se encuen-

tran en las plantaciones colombianas. Numerosas entidades (Fedecacao, Corpoica, Nutresa, Luker, CIAT) han desarrollado y evaluado variedades de cacao que mejoran el rendimiento, resisten enfermedades y pueden adaptarse a los ambientes colombianos locales. Estas variedades parecen ser capaces de obtener rendimientos mucho más altos, pero hay numerosas razones por las que no están teniendo un impacto en los aumentos de rendimiento en el país.

Muchos productores no tienen acceso a estas nuevas variedades, no se han producido en masa ni están disponibles para todas las regiones del país, y muchas no han sido examinadas para asegurar que son adecuadas para las diferentes regiones y microclimas. Otro factor limitante es posiblemente las prácticas de manejo de plantaciones, incluyendo cantidades suficientes de fertilizantes aplicados y prácticas correctas de poda. Observamos una mezcla de variedades de cacao en las plantaciones, donde

todas son cosechadas, fermentadas y entremezcladas.

En casos específicos en los que las plantaciones utilizan buenas prácticas de manejo (uso de fertilizantes, técnicas apropiadas de poda, etc.), puede producirse un aumento del rendimiento. Debido a que hay numerosas entidades compitiendo para encontrar la siguiente variedad de alto rendimiento, hay poca colaboración y confianza. Las estaciones experimentales obtienen altos rendimientos con las variedades disponibles, sin embargo, en su competencia entre sí, estas entidades no mejoran la reputación de la ciencia cacaotera colombiana. La colaboración que ocasionalmente se ha producido en el pasado parece propensa a romperse. Puede que algunos errores hayan sido cometidos en el pasado para lanzar nuevas variedades al mercado. Las variedades disponibles parecen ofrecer compensaciones entre el rendimiento y la resistencia a las enfermedades, por un lado, y el perfil del sabor, por el otro.



## MANEJO POSCOSECHA

El manejo poscosecha incluye la fermentación, secado y almacenamiento de los granos de cacao. La inversión en cajas de fermentación de madera para fermentar adecuadamente el cacao es lo usual en la industria, pero en nuestras conversaciones con los productores muchos comentaron que el cacao también se fermenta en sacos. Esto contribuye a la baja consistencia y/o la fermentación incompleta que afecta negativamente a la calidad final.

En la región de Santander, las fincas más productivas también habían invertido mucho en infraestructuras poscosecha, como la casa elba o secado parabólico, que proporcionan tejados removibles para el secado efectivo del cacao y para protegerlo de la lluvia. Hace falta mayor consistencia en el secado porque la calidad de este difiere entre fincas y lugares. Existen algunas excepciones a la inconsistencia en la fermentación y secado cuando los granos se compran húmedos, en baba, y un área centralizada se encarga de las prácticas poscosecha del cacao agregado.

La falta de capital para invertir en infraestructura poscosecha mejorada (cajas de fermentación y *eldas* o zonas de secado) fue mencionada en numerosos casos por los productores. Existe una comprensión general de que a todos les gustaría tener una infraestructura mejorada para mantener el cacao de alta calidad.

**Hay una variedad de diferentes tipos de cacao en Colombia. Se puede encontrar alta diversidad en una sola finca.**

## SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA A LO LARGO DE LA CADENA PRODUCTIVA

En Colombia a menudo, y en gran parte de América Latina, la asistencia técnica suele centrarse en las prácticas de producción y poscosecha para asegurar que los productores sepan cómo producir un cultivo. En nuestro estudio, encontramos que aquellos que dan asesoramiento técnico en Colombia tienen estrategias que pueden aumentar sustancialmente el rendimiento. Sin embargo, aunque han tenido éxito en aumentar el rendimiento de algunos productores, no han tenido un efecto generalizado en los rendimientos a nivel nacional. Además, el modelo de asistencia técnica que se está utilizando actualmente y basado en gran medida en las interacciones individuales con los productores, es un método que resulta costoso. Por lo tanto, el alcance está limitado por las restricciones presupuestarias.

Con el potencial de aumentar el rendimiento, la necesidad de un aumento de los suministros sólo para satisfacer la demanda nacional, y el apoyo de los donantes y el gobierno, muchos actores han entrado en el negocio de asistencia técnica. Los mensajes no siempre son consistentes y con tantas personas diferentes dando información, es un reto asegurar que el contenido es correcto.

Nosotros encontramos que Fedeca-



Los participantes en un taller apoyado por Fedecacao, realizan su propio análisis de la cadena del cacao en busca de estrategias para mejorar el sector.

Fernando Rodríguez Camayo, CIAT



cao, Luker, SENA, Nutresa, EcoCacao (y otras asociaciones de productores), Corpoica y otras ONG proveen algún tipo de servicios de asistencia técnica y, sin embargo, rara vez son coordinados, validados o consistentes para asegurar un mensaje claro, que sea entregado en un formato ideal para el agricultor y de manera oportuna y colectiva. La competencia entre los proveedores de asesoramiento técnico a veces ha generado mensajes contradictorios a los productores. Cuando hay numerosas organizaciones asumiendo la responsabilidad de suministrar asistencia técnica, es necesario proporcionar algún tipo de respaldo para asegurar que se provea información precisa a los productores de acuerdo a las particularidades de cada región.

La forma en que se financian los servicios de asistencia técnica resulta ser una aplicación no integrada y desigual. La ley establece que los gobiernos estatales y locales son responsables de proporcionar asistencia técnica a las fincas pequeñas y medianas. Los municipios desarrollan programas para recibir financiamiento federal y contratan a un proveedor como Epsagros para implementar el programa deseado. Los plazos de programación de la asistencia técnica siguen los ciclos de financiación y las tendencias en este asunto. La asistencia técnica resultante toma la forma de proyectos de corta duración y no de programación estable con evaluación de impacto. Nos dijeron que esta falta de programación de exten-

sión sostenible es especialmente una problemática cuando se combaten problemas sistemáticos y persistentes como el *Moniliophthora roreri*.

Las estructuras de financiación de los servicios de asistencia técnica también influyen considerablemente en la ejecución y cobertura del programa. Encontramos que los productores de Santander en gran parte tenían acceso a asistencia técnica de alta calidad y que los productores tenían una opinión favorable de Fedecacao. En otras áreas, según los productores, Fedecacao fue vista como ausente o con pocos recursos para poder cubrir suficientemente las áreas adecuadamente. La ley del Fondo Nacional del Cacao ordena al administrador del Fondo, Fedecacao, asignar el 3% del precio del kilo de cacao como

cuota de fomento; y un 50% del total de esta cuota se reinvierte en el departamento donde fue obtenido el cacao. Por lo tanto, los programas y proyectos de Fedecacao deben priorizar la atención a la producción de grandes cantidades de cacao en lugar de nuevas áreas.

Para que haya el crecimiento grande en el sector, se necesita que los recursos sean distribuidos para que todas las regiones reciban atención. No se puede cubrir con solo una institución, por eso es imperativo que haya una colaboración efectiva. Ahora, la infraestructura de la cadena de mercado agrava esta cuestión aún más. Aunque las tarifas deben ser evaluadas en cada transacción, en realidad, se recoge su información en los centros de compra oficiales o

destinario final (antes de ser procesado el grano), aunque cuando el cacao de áreas distantes es traído para la venta por un comerciante, invariablemente cruza fronteras departamentales. Las tarifas están vinculadas al punto geográfico donde se va a transformar o a exportar, más que a la ubicación geográfica de la producción; y las reinversiones siguen también este camino.

Existe también un desajuste entre la estructura de apoyo financiero para los servicios de asistencia técnica del cacao y la realidad del diverso sistema agrícola de las pequeñas explotaciones agrícolas. El cacao es a menudo plantado con múltiples cultivos, pero los servicios son ofrecidos por proveedores interesados principalmente en aumentar los

rendimientos y la calidad del cacao y un poco menos en el ingreso/hectárea al productor, incluyendo su seguridad alimentaria con el fin de reducir su vulnerabilidad. Ofrecer un amplio asesoramiento para sistemas integrados, es sumamente importante cuando se amplía el cacao a nuevas áreas con el fin de apoyar los ingresos y la seguridad alimentaria del hogar, durante la brecha de varios años entre la plantación de nuevos árboles y la cosecha de las primeras siembras.

Fedecacao gestiona un programa de productores principiantes en todas sus oficinas, tanto desde la perspectiva de personal, como desde la perspectiva financiera. Un productor en la jurisdicción de la oficina de Rionegro, que estaba recién comenzando afirmó que cuando alguien empieza, Fedecacao los



visita alrededor de 4 veces durante el primer año. Parece que la información sobre los nuevos productores tiende a llegar a Fedecacao ya sea por medio de boca a boca (“el vecino de Juan está plantando cacao este año”) o cuando el nuevo agricultor los contacta, por lo que es dudoso que los programas se encuentren en áreas donde el cacao no es un importante sistema de cultivo. Bajo los actuales modelos de asistencia técnica es mucho más fácil trabajar con productores que ya tienen experiencia con el cacao y en regiones donde el cacao es frecuente.

Si las nuevas “zonas de posconflicto” donde el cacao no es ahora predominante, van a realizar una producción ampliada y de altos rendimientos, se necesitarán aún más servicios de apoyo intensivos en recursos. No basta con subsidiar el costo de plantar árboles y esperar que los nuevos

productores tengan éxito. A menudo estos productores se encuentran en áreas donde los servicios locales a la cadena no existen y la infraestructura no es la adecuada para ganar un precio más alto para su cacao.

Los comerciantes frecuentemente pasan a recoger las compras de cacao porque no hay suficiente oferta para que su viaje valga la pena. Los costos de los insumos pueden ser más altos en las áreas donde la infraestructura no ha sido establecida o los insumos podrían no estar disponibles. La presencia de Fedecacao a menudo es carente en áreas que no tienen una alta población de productores de cacao.

Han surgido nuevas organizaciones en estas áreas para apoyar a los productores de cacao, pero sus programas suelen estar ligados al dinero de los donantes y cuando dicho

dinero ya no está disponible, estas organizaciones abandonan el área. Aunque existe una política nacional de investigación y desarrollo específicamente para el cacao, en la realidad no se evidenció en la práctica una consistencia y roles definidos por parte de las instituciones nacionales para seguir dicha política.

El actual sistema de asistencia técnica en Colombia es costoso, inestable, incoherente, desigualmente distribuido y desconectado de la investigación, la innovación y la educación. Pocos participantes en la extensión, la política o la investigación ven el cacao como parte de un sistema integrado. Los programas que involucran a los jóvenes están prácticamente ausentes, una desafortunada exclusión dada la utilidad de la programación juvenil para difundir la innovación a los miembros mayores de la familia y capacitar a la próxima generación de productores.

## DIRECCIONAMIENTO NACIONAL VERSUS MERCADOS DE EXPORTACIÓN

Hay un alto potencial para satisfacer la demanda en los mercados nacionales y de exportación ‘corriente’, por lo que, si se produce más cacao, es probable que se venda. Satisfacer esa demanda puede aumentar los ingresos de los pequeños productores y aumentar el empleo en las zonas rurales.


Observamos varios enfoques distintos para aprovechar los mercados de exportación de cacao de calidad y pagar primas adicionales sobre el precio base. Algunos modelos son más realistas que otros a la luz de la demanda de cacao en Colombia y en los mercados internacionales. El mercado del cacao de alta calidad es un negocio competitivo, y encontramos iniciativas para producir y exportar sabor fino, origen único, o cacao de “semilla a la barra” en varios otros países de América Latina. Con base en estas iniciativas, Colombia no debería esperar convertirse rápidamente en un gran proveedor de cacao para mercados con un nivel superior y el tamaño suficiente para emplear a un gran número de productores.

En Colombia se han realizado esfuerzos para aprovechar estos mercados durante un gran número de años (>5). Hasta la fecha estos esfuerzos han exportado sólo un volumen muy pequeño de cacao y han beneficiado sólo a unos pocos productores. Por otra parte, algunas instituciones y organismos empezaron ofreciendo primas elevadas sobre el precio internacional, pero esas primas se han reducido con el paso del tiempo, ya que el valor capturado no proviene de las actividades de los productores sino de las actividades de los exportadores. Los “modelos de negocios subsidiados”, en los que se paga a los productores más del valor que generan, no son sostenibles. Cuando los procesadores estén bajo estrés financiero, reducirán los precios pagados a los productores. La relativa escasez de modelos como Taza y Cocoa Hunters, que han pagado a los productores primas por un cacao de mayor calidad, parece indicar un escaso apetito del mercado por estos productos, así como otras oportunidades de ingresos para los productores que pueden ser más rentables. La demanda de este chocolate es bastante pequeña, por lo que el verdadero impacto para la reducción de la pobreza a gran escala utilizando este modelo de negocio o desarrollo es cuestionable.



El énfasis en la expansión del cacao para vender en mercados ultra-premium es un error porque: 1) las primas esperadas por parte de los productores son exageradas y no se han pronosticado con base en las ventas de Colombia; 2) el nicho de mercado para el cacao ultra-premium puede estar creciendo, pero sigue siendo muy pequeño y altamente competitivo; 3) las actividades generadoras de valor para atraer estas primas son la comercialización y el procesamiento poscosecha; 4) las primas se acumularán para las entidades que llevan a cabo estas actividades; 5) los granos para cubrir la demanda de este mercado ultra-premium están fácilmente disponibles; 6) el procesamiento puede superar defectos y clasificar los granos de baja calidad; 7) los esfuerzos de penetración en este mercado en Colombia han generado sólo exportaciones muy pequeñas, por lo que se deben esperar primas bajas (como es el caso del cacao sostenible certificado); y 8) las primas a los productores se han reducido, ya que no son estas las entidades que crean valor.

Para alcanzar los objetivos de Cacao para la Paz y muchos proyectos de desarrollo, debemos ser capaces de ampliar este tipo de actividades para llegar al máximo número de personas. La ayuda extranjera o nacional debe traer medios de subsistencia para los productores y oportunidades de empleo, no únicamente para algunas pequeñas empresas. El objetivo para USAID y otros donantes extranjeros debe ser proporcionar el apoyo técnico apropiado para aumentar la producción, desarrollar un procesamiento post-cosecha consistente y conseguir que se comercialice buscando un mayor ingreso por área al productor. La extensión desempeñará un papel clave si se puede encontrar la tierra disponible (y la mano de obra) con la expansión hacia nuevas áreas.



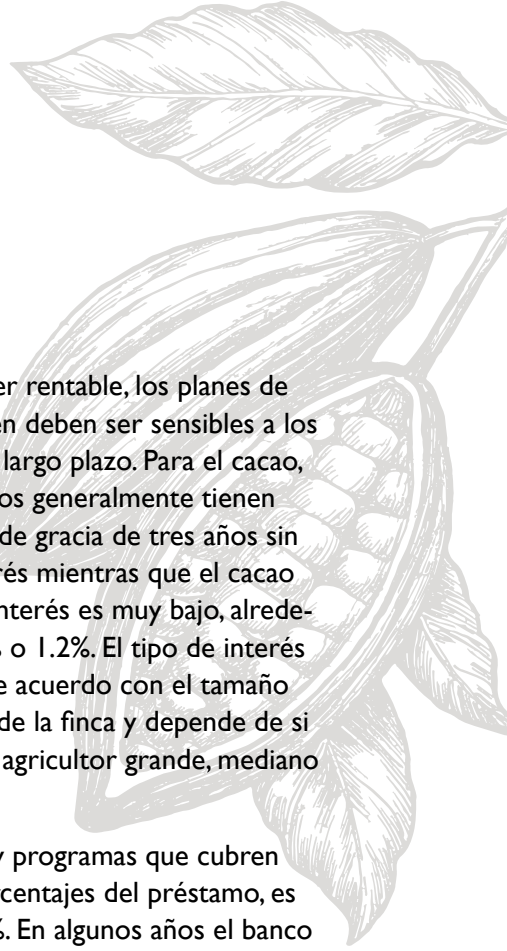
El cacao tipo Criollo se caracteriza por presentar bajo amargor en comparación con los otros tipos de cacao, debido a que tienen una concentración de teobromina más baja y un mayor contenido de cafeína.

## FINANCIACIÓN

El gobierno colombiano tiene historia subsidiando el crédito para las actividades agrícolas. Los subsidios de crédito existen y estos pueden ser muy grandes. Aunque muchas agencias gubernamentales parecen ofrecer subsidios para proyectos agrícolas, esto no ha sido aprovechado a su máximo potencial. Los productores señalan dificultades para llenar el papeleo y lentitud en el cronograma de las instituciones financieras como barreras para acceder al crédito, a pesar de la asistencia ofrecida por algunos servicios de extensión y asociaciones de productores.

Varios expertos técnicos en cacao nos comentaron su dificultad para acceder al crédito específicamente para comprar tierras, ya que muchos bancos no ven el cacao como una cosecha rentable. Otras organizaciones de productores han intentado aprovechar los programas gubernamentales y sólo algunos miembros han tenido éxito. Puede ser necesaria una asistencia más proactiva de las instituciones financieras gubernamentales para conectar a los productores con los recursos financieros que necesitan.

Una de las funciones de los programas de asistencia técnica debería ser ayudar a los productores a acceder al crédito, ya sea que se trate de programas subvencionados o a través de préstamos comerciales. Los planes de amortización también deben ser sensibles a los requisitos a largo plazo del cultivo del cacao, que a menudo toma varios años para ser rentable. Como tal, el cacao no es una buena opción para el microcrédito. Dado que el cacao a menudo toma varios



años para ser rentable, los planes de pago también deben ser sensibles a los requisitos a largo plazo. Para el cacao, los préstamos generalmente tienen un período de gracia de tres años sin pago o interés mientras que el cacao madura. El interés es muy bajo, alrededor de 1.1% o 1.2%. El tipo de interés se calcula de acuerdo con el tamaño de la tierra de la finca y depende de si usted es un agricultor grande, mediano o pequeño.

También hay programas que cubren grandes porcentajes del préstamo, es decir, el 40%. En algunos años el banco presta la mayoría de recursos disponibles en etapas muy tempranas del proceso, lo que significa que hay una escasez de dinero a mediados del año. Cuando alguien toma un préstamo del banco para un proyecto, Fedecacao proporcionará asistencia técnica gratuita (financiada por el impuesto del 3%).

Las fincas de cacao bien manejadas que encontramos tenían inversiones sustanciales de capital: árboles, techos de secado, cajas de fermentación y otras buenas prácticas agrícolas. Si un agricultor puede lidiar con las dificultades del papeleo, hay buenas opciones de crédito disponibles para los productores de cacao para los insumos, la renovación de los árboles, etc. Sin embargo, la financiación para comprar tierras para entrar en el negocio del cacao no está disponible.





Ellos expresaron su frustración respecto a que la compra de su propia tierra no es una opción factible en la mayoría de los departamentos productores de cacao del país. Para cuando los padres estén listos para entregar las fincas, la generación apropiada para tomar la tierra serían los nietos que ahora han crecido en un estilo de vida diferente.

La única finca familiar multi-generacional de éxito que vimos funcionó porque el abuelo tenía suficiente tierra para dar a cada uno de sus hijos unas cuantas hectáreas para cultivar de manera independiente, pero en un complejo familiar, para apoyar a su núcleo familiar. Sin embargo, este patrón puede no mantenerse para los hijos que encuentran profesiones temporales fuera de la finca o en los casos en que los hijos que no pueden encontrar trabajos que paguen lo suficiente como para hacer una vida aparte de sus padres.

#### RESTRICCIONES DE JUVENTUD Y TRABAJO

Con el fin de asegurar el crecimiento y la viabilidad a largo plazo del sector del cacao, el atractivo del cultivo del cacao para las generaciones más jóvenes como profesión y oportunidad de ingresos debe ser mucho mayor. El sector del cacao se enfrenta a una población rural envejecida, a la migración de jóvenes a las zonas urbanas y a una serie de problemas de acceso a la tierra.

Las fincas de cacao no requieren una gran cantidad de trabajadores a tiempo completo todo el año, y tampoco proporcionan ingresos grandes y estables. La generación más vieja permanece en sus fincas y proporciona la labor primaria y la toma de decisiones hasta que alcanzan la vejez; vimos comúnmente a productores de 60 años y mayores. Los jóvenes con los que conversamos que estaban involucrados en el cacao, por ejemplo, los empleados de Fedecacao, a menudo regresan a casa los fines de semana y días festivos para ayudar a sus padres, pero su ayuda no es necesaria tiempo completo.

Debido a que los productores de cacao están trabajando hasta los 60 años y más, cuando se jubilan, sus hijos tendrán 30-40 años de edad. Haciendo una estimación, si un padre trabaja hasta los 80 años, su hijo podría fácilmente ser de 60. Los jóvenes no tienen esperanza de heredar la tierra durante sus años productivos, por lo que migran de las fincas, lo que significa que el estilo de vida agrícola está saltando una generación.

#### AMBIENTE DE POSCONFLICTO

El ambiente de posconflicto en Colombia constituye un reto para el desarrollo rural en general con implicaciones específicas para el sector del cacao. Las cuestiones clave son: la emigración rural, la tenencia de la tierra, bajo acceso a servicios de apoyo, la escasa infraestructura de transporte y la competencia con otros cultivos lícitos e ilícitos.

Los 50 años de conflicto colombiano desplazaron a 6.360.000 personas. La mayoría de los desplazados internos se trasladaron a zonas urbanas, en particular a las grandes ciudades como Bogotá, Cartagena, Barranquilla, Medellín, Cali, Bucaramanga, Meta y Pasto. Estas personas con frecuencia huían por el conflicto armado, de zonas adecuadas para la producción de cacao, o zonas donde el cacao ya estaba en producción. Los programas de desarrollo alternativo de USAID también promovieron el cacao como cultivo importante en las áreas de conflicto.

Esta realidad, contribuyó a la falta de mano de obra en las áreas productoras de cacao, a un significativo nivel de abandono de las plantaciones de cacao, así como al envejecimiento continuo de la población productora. En las zonas más remotas, con mal acceso por carretera y la falta de servicios públicos como electricidad y el agua potable, la tierra es menos costosa. Sin embargo, estas áreas son menos propensas a recibir asistencia técnica lo que también conlleva un riesgo de seguridad. Como tal, el conflicto de tierras en muchas de las principales áreas productoras de cacao es un obstáculo para el desarrollo del sector.



# RECOMENDACIONES



**E**l sector del cacao en Colombia presenta oportunidades tremendas, específicamente en el contexto del desarrollo del posconflicto. El cacao es adecuado para la producción en áreas que emergen del conflicto y que pueden ser manejadas para ser rentables bajo diferentes sistemas agrícolas. A diferencia de otros países productores, Colombia posee un fuerte mercado nacional de cacao y chocolate y tiene dos grandes compañías procesadoras que demandan altos volúmenes y agregan valor al cacao.

La fuerza del sector privado provee un rango de servicios, incluyendo la investigación y enseñanza, y oportunidades para colaboraciones público-privado. Colombia invierte recursos significativos, tanto mediante la aplicación de un impuesto interno para la extensión y capacitación, como a través de inversiones en investigación del cacao. Una institución como Fedecacao existe para poder apoyar a los productores mediante la capacitación institucional y asistencia técnica, pero su habilidad para poder alcanzar a todos los productores y profundizar su mensaje es limitado debido a los recursos disponibles.

El ambiente de políticas públicas apoya la colaboración a través del Consejo Nacional de Cacao, que ha convocado a la mayoría de los actores clave en el sector por más de una década.

Dada la diversidad regional del sector, se debe prestar la misma atención al Consejo que se encuentra a nivel departamental. Todas estas condiciones parecen constituir buenas condiciones para un sector de cacao competitivo, rentable, sostenible y socialmente inclusivo en Colombia.

Los esfuerzos recientes para promover el sector del cacao en Colombia, se han enfocado más en la expansión de la producción del cacao que en alcanzar el manejo poscosecha, el establecimiento de organizaciones productoras y los nichos de mercado por eso pesar de estas intervenciones, el sector sigue desarrollándose por debajo de su potencial. En vez de enfocarse únicamente en la producción de cacao, nosotros proponemos una estrategia diferente que empiece con aclarar los roles y responsabilidades en el sector para evitar duplicaciones y promover la coordinación y colaboración entre los actores nacionales y regionales, así como inversiones específicas para fortalecer las organizaciones productivas para que se conviertan en negocios rurales viables y siguiendo señales claras del mercado con incentivos claves para mejorar las prácticas. Nosotros sentimos que estas intervenciones con la combinación de acciones específicas para mejorar la competitividad y productividad de la producción del cacao pueden ayudar al sector a alcanzar su potencial.



Participantes en el taller de análisis de la cadena, octubre 2016, Bogotá

## RECOMENDACIONES PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD, SOSTENIBILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE CACAO

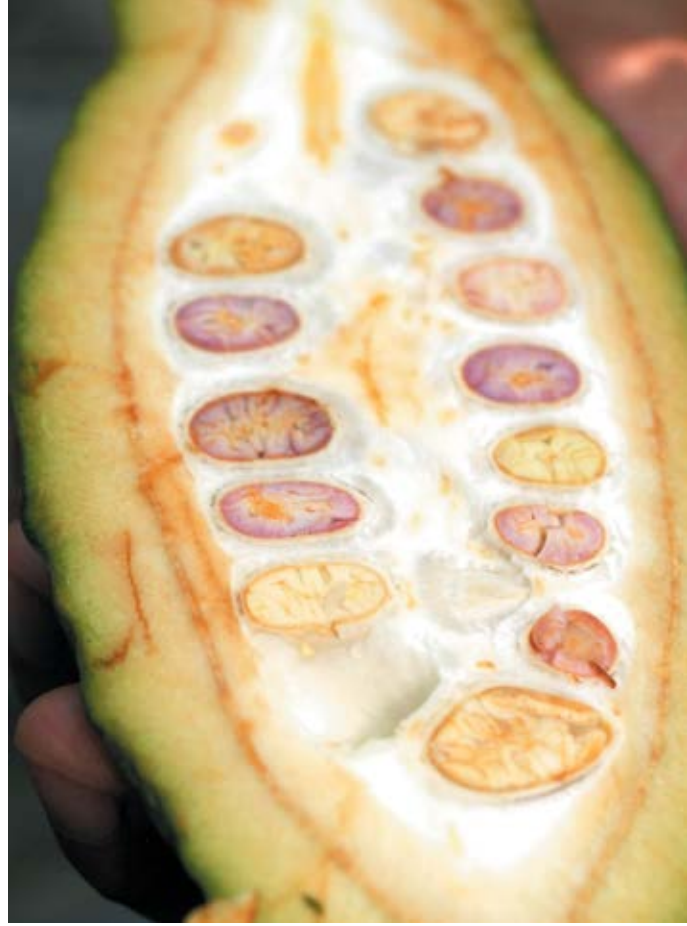
### MEJORAR LA COORDINACIÓN Y LA CONSISTENCIA EN LA EXTENSIÓN/ASISTENCIA TÉCNICA

Dado que las zonas agroecológicas varían considerablemente dentro de Colombia, los sistemas de producción de cacao deben abordar las condiciones climáticas, edáficas, específicas de cada región, teniendo en cuenta las diferencias en las circunstancias sociales, económicas y culturales que influyen en la productividad. Por lo tanto, los enfoques de extensión y asistencia técnica deben adaptarse a regiones específicas, promoviendo sistemas de producción y mejores prácticas que se ajusten al contexto regional.

El sector requiere el desarrollo de materiales de capacitación clave para la producción de cacao adaptados a las especificaciones regionales. Las brechas específicas en los conocimientos existentes deben ser sistemáticamente identificadas, priorizadas y seleccionadas para la investi-

gación adicional para cada región productora de cacao. A medida que se alcancen los resultados de la investigación que abordan las deficiencias en el conocimiento, los materiales de capacitación adaptados a nivel regional deben incorporarse a los programas de extensión con un circuito de retroalimentación que permita que las lecciones aprendidas en la producción de cacao definan investigaciones adicionales para mejorar continuamente las mejores prácticas.

Las organizaciones que prestan servicios de extensión tales como donantes, asociaciones de productores, Fedecacao, SENA, y otras, deben ser identificadas y reunidas para aclarar las funciones y evitar la duplicación de esfuerzos. La función de supervisión podría ser asignada al Consejo o quizá delegada a Fedecacao y/o Corpoica en extensión,



Colleen Kelly, Purdue

para asegurarse de la calidad de asistencia técnica y consistencia regional. Sugerimos que los materiales de capacitación y los procesos de aprendizaje sean certificados para asegurar que las diversas organizaciones que operan en las diversas regiones están proporcionando servicios de extensión y asistencia técnica adaptados regionalmente. En casos de poblaciones étnicas, estos materiales y procesos deben ser co-diseñados con las autoridades locales para asegurar la inclusión de sus creencias culturales.

La expansión del área de cacao y su rehabilitación aumentan la demanda para servicios de extensión y recursos técnicos. La colaboración mejorada y compartir recursos pueden ayudar a satisfacer las necesidades para la mayoría de los productores. Los servicios de extensión y la transferencia de tecnología pueden mejorarse mediante el aprendizaje entre iguales, incluidas las fincas demostrativas y las escuelas de campo para agricultores.

Con el fin de asegurar que los productores sean rentables, la capacitación también debe hacer énfasis en las habilidades empresariales y el mantenimiento de registros como sistema productivo multipropósito de acuerdo a las condiciones locales. Como los recursos disponibles para este tipo de trabajo es una restricción, es importante construir eficiencias en el sistema de desarrollo y entrega de estos servicios para contribuir a un sistema más equitativo y contable.

#### TOMAR EN CUENTA EL FACTOR DE LA PRODUCTIVIDAD TOTAL

Recomendamos una aproximación sistemática en la que los productores manejen sus fincas con múltiples beneficios. Esto incluye el uso de los sistemas agroforestales (e.g. plátanos y/o frutales) con los que se puede generar ganancias en los primeros años del establecimiento de los árboles de cacao. El ingreso total por hectárea debe ser adoptado como una métrica para incluir el cacao y otros cultivos relevantes en el sistema. Finalmente, dadas las diferencias en términos del manejo, productividad, resistencia a las plagas, entre otras, es necesario hacer más esfuerzos para alinear las recomendaciones de plantación e injerto formuladas por los proveedores de asistencia técnica, con las condiciones agroeconómicas futuras.

#### PREPARAR EL SECTOR PARA LOS RIESGOS DE PRODUCCIÓN

Las partes interesadas en el sector de cacao deben anticipar, mitigar y controlar los riesgos de producción. Estos riesgos incluyen factores como:

- **El cadmio.** Asegurar que el país cumple con las expectativas de la Unión Europea antes del 1 de enero de 2019 y continua o expande la investigación cadmio-cacao al igual que ofrece asistencia técnica a las personas claves en el sector para su manejo.

- **Los cambios climáticos.** Reconocer los efectos de cambios climáticos y anticipar las nuevas áreas productivas de cacao o lugares donde se puede expandir la producción.
- **Las presiones de plagas y enfermedades.** Coordinar y lanzar una estrategia nacional para la prevención y el manejo de enfermedades de cacao.
- **Las transiciones en el uso del suelo.** Identificar las restricciones sobre las áreas marginales (i.e. la sequía alta temperatura, poca mano de obra, falta de asistencia técnica y otros) para decidir sobre si el cacao es un cultivo viable.
- **Las limitaciones laborales.** Reconocer que el cultivo de cacao necesita mano de obra para las prácticas de manejo necesarios para poder producir mejores rendimientos.
- **Las problemáticas posteriores al conflicto.** Enfrentar los asuntos de capital social en las áreas de posconflicto donde las asociaciones de productores no han sido introducidas, han fracasado, o necesitan fortalecimiento.
- **Los cambios generacionales en curso entre**

**los agricultores.** realizar un censo agrícola para poder entender mejor la dinámica generacional que se está presentando en la zona rural y ofrecer asistencia técnica para construir capacidades para productores nuevos y asistir en la transición de estas fincas.

#### PROVEER SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL

El desarrollo de la mano de obra a lo largo de la cadena productiva del cacao es necesario para aumentar la productividad y el valor agregado. Por ejemplo, los empresarios rurales adecuadamente capacitados y preparados podrían prestar servicios de injerto, viveros, insumos, transporte, poda, fermentación, secado y otros. Esto representa una oportunidad para aumentar el empleo rural general y los ingresos relacionados con el sector del cacao.

#### DESARROLLAR INDICADORES DE MEDIOS DE VIDA Y ESTABLECER UN SISTEMA DE MONITOREO Y EVALUACIÓN PARA EVALUAR LA EFECTIVIDAD DEL SECTOR DEL CACAO



Los indicadores deben dirigirse a la sostenibilidad de las unidades de producción, competitividad de los productores, mejoramiento de medios de vida y todos aquellos que apoyen la producción de cacao en el sistema, de acuerdo con la medición de la productividad y la consistencia con los datos de producción. La gestión de este sistema de información sectorial debería idealmente residir en Fedecacao con un claro compromiso de accesibilidad pública.

## **RECOMENDACIONES PARA CONVERTIR LAS ASOCIACIONES EN NEGOCIOS RURALES COMPETITIVOS Y SOSTENIBLES**

### **DEFINIR PAPELES Y RESPONSABILIDADES DE LAS ASOCIACIONES**

Las asociaciones necesitan ser definidas, identificadas y legitimadas. Se necesita de un proceso de acreditación y la realización de un directorio de organizaciones productoras avaladas como eficientes y sostenibles. Las instituciones y organizaciones que han tenido experiencia en el desarrollo y manejo de asociaciones de productores (por ejemplo Fedecacao) pueden estar bien posicionadas para liderar esta iniciativa con el apoyo de los actores comerciales. Sugerimos que una entidad, tal vez el Consejo, desarrolle una lista de criterios de acreditación y mantenga un directorio actualizado con el fin de tenerlo disponible para las partes interesadas del sector del cacao. Adicionalmente, hay que ofrecer servicios de fortalecimiento organizacional a diversas asociaciones.

### **DESARROLLAR Y PROMOVER MODELOS DE NEGOCIO EXITOSOS DENTRO DE LAS ASOCIACIONES**

Sugerimos que se evalúen modelos de negocio exitosos de productores de cacao y otras asociaciones productoras a nivel nacional y países aledaños. La estructura del modelo de negocio debe promover fidelidad y consistencia en la calidad y volumen asignado a las asociaciones e incrementar la competitividad del sector cacao. El portafolio de servicios suministrado a las asociaciones productoras y a sus miembros, debe ser fortalecido y ampliado, asegurando la inclusión de:

- Desarrollo de plan de negocios

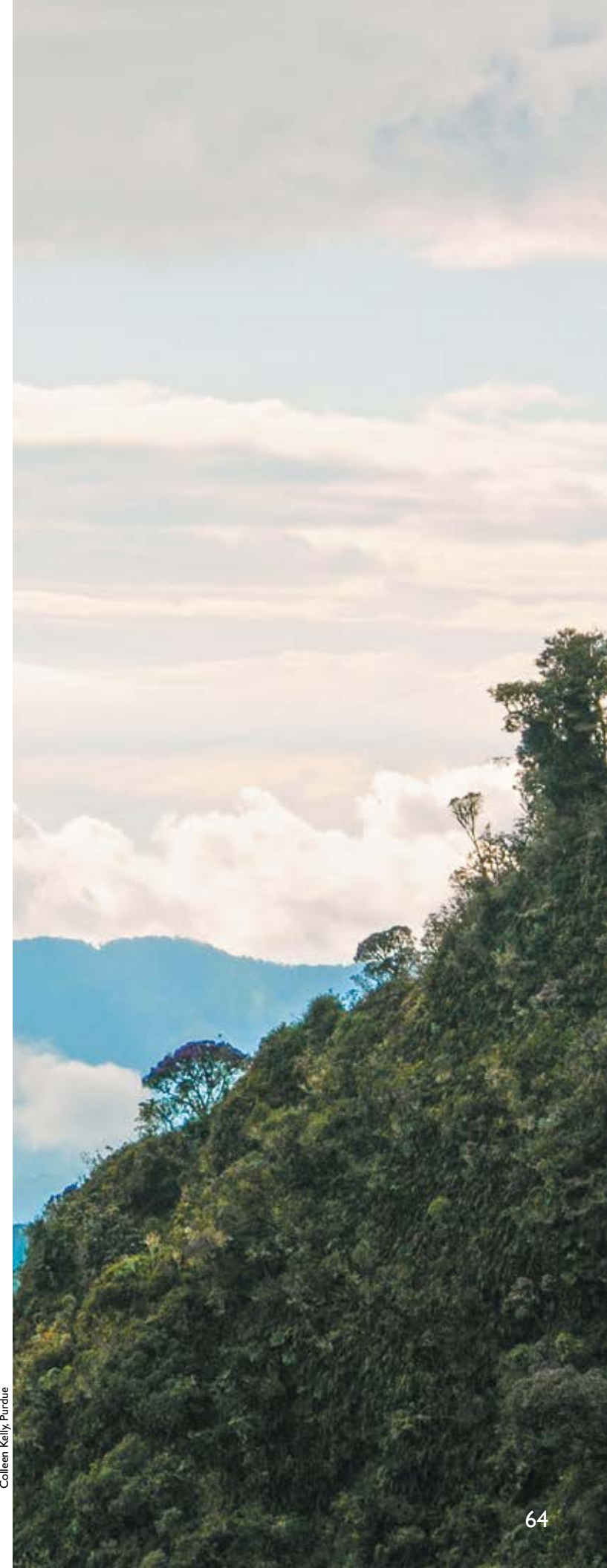
- Ahorro
- Insumos
- Control de calidad
- Servicios de post-cosecha
- Información del mercado
- Acceso al mercado
- Crédito
- Control de enfermedades
- Podas y otras buenas prácticas agrícolas

Las asociaciones necesitan desempeñarse eficientemente y agregar valor tanto a los miembros productores como los socios comerciales. Sugerimos que el enfoque se concentre en sostenibilidad y rentabilidad de organizaciones productivas, después dichas asociaciones serán capaces de desarrollar capacitaciones a sus semejantes. Sugerimos que se desarrollen y utilicen indicadores de bienestar y se evite un enfoque único en la producción, y se tomen en cuenta diferencias regionales que reflejen diversos sistemas de producción y labores culturales. Por último, el fomento de la transparencia organizativa es primordial para entregar valor a los actores y asegurar que el capital social necesario está en marcha y desempeñará un papel importante en el sostenimiento de estas asociaciones en el largo plazo.

### **SERVICIOS DE EXTENSIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA A LAS ASOCIACIONES**

Al igual que se recomendó a nivel de productores individuales (I.I), oportunidades de aprendizaje entre semejantes y entre organizaciones productoras pueden ayudar a llenar las brechas en términos de extensión y asistencia técnica para fortalecer las asociaciones. Dichas oportunidades de aprendizaje pueden cubrir diversos aspectos como:

- Planeación del negocio
- Habilidades de negociación
- Interconexión entre partes involucradas en el sector cacao.
- Post-cosecha
- Control de calidad
- Transparencia
- Negociación con agentes del mercado





Colleen Kelly, Purdue

## CONSTRUIR SOLVENCIA

Se necesita desarrollar oportunidades de crédito vinculadas a las necesidades de la asociación teniendo en cuenta la variabilidad regional y otros factores relevantes. Los servicios financieros se deben enfocar en las asociaciones asegurando la rendición de cuentas a sus miembros y viceversa, para mantener aquellos miembros responsables con la asociación. Una solvencia sólida puede ayudar a traer inversionistas en el sector del cacao con un efecto dominó en el sector financiero colombiano al igual que un impacto en el sector agrícola con organizaciones como Root-Capital, Fairtrade Access Fund, INCOFIN, etc., quienes buscan nuevos clientes para servicios financieros.

## ORGANIZAR MESAS DE TRABAJO NEGOCIO A NEGOCIO

Dentro del mediano y largo plazo, las mesas de trabajo contarán con la participación de asociaciones y otras partes interesadas en el sector que fortalecerán el éxito y sostenibilidad de las asociaciones productoras de cacao. A medida que las asociaciones incrementen su capacidad, se promoverán mesas de trabajo a nivel regional para desarrollar la producción, manejo post-cosecha, aprovisionamiento y estrategias de acceso al mercado que hayan sido encontradas especialmente útiles y orientadas hacia un claro mercado.

## RECOMENDACIONES PARA FORTALECER EL SECTOR Y RESPONDER A LOS MERCADOS CON CALIDAD Y VOLUMEN CONSISTENTES

### FORTALECER SERVICIOS DE EXTENSIÓN / ASISTENCIA TÉCNICA, VINCULANDO LOS PRODUCTORES AL MERCADO

Garantizar la extensión y asistencia técnica teniendo en cuenta el acceso al mercado por medio tanto de las asociaciones de productores como de los pequeños propietarios. Las estrategias de producción deben alinearse con la demanda del mercado a corto, mediano y largo plazo. Las prácticas apropiadas de gestión posterior a la cosecha de los productores deberían mejorar el acceso a los mercados y los precios, y deberían existir incentivos suficientes para impulsar la adopción. Para mejorar la adopción de los actuales estándares de calidad, puede ser necesario revisar las diferencias de precios entre el cacao común y el cacao de primera calidad, o identificar otros medios para incentivar mejores prácticas post-cosecha a nivel de la finca y de la organización de productores.

## APROVECHAR LA RED DE SEGURIDAD (MERCADO NACIONAL)

La existencia de un fuerte mercado nacional de cacao diferencia a Colombia de la mayoría de países productores de cacao. Esta demanda constituye la importancia de la red de seguridad para la venta de cacao debido a las inevitables fluctuaciones del precio global. Encontrar maneras de producir de manera eficiente y rentable para el mercado interno representa un primer paso hacia el potencial acceso a nichos de mercado de mayor valor en el futuro. Estos nichos de mercado siguen siendo pequeños y lo seguirán siendo en el futuro previsible. Ellos no constituyen una solución amplia para la pobreza rural, pero pueden proporcionar incentivos para mejorar la gestión post-cosecha y organizacional de un pequeño subconjunto de productores y organizaciones de productores que obtienen los elementos básicos en los mercados internos. El acceso a mercados de mayor valor sin producir primero de manera eficiente, con volúmenes y calidad consistentes para el mercado interno sigue siendo altamente problemático.

### BÚSQUEDA DE LOS COSTOS DE TRANSACCIÓN PARA MÚLTIPLES SEGMENTOS DE MERCADO ('CORRIENTE' Y 'FINO Y DE AROMA')

Contar con más compradores para el cacao colombiano puede llevar décadas. Creemos que reducir los costos de búsqueda a través de información actualizada y públicamente disponible, ayudará significativamente a desarrollar el sector del cacao en Colombia a largo plazo. Esto se puede hacer identificando zonas geográficas específicas como orígenes diferenciados basados en la interacción única entre la genética, el medio ambiente y el manejo, para expresar perfiles organolépticos y una historia coherente para poder hacer pública la información con criterio técnico y científico.

Líderes de la industria en Colombia como Casa Luker y Nutresa, así como los productores emergentes de chocolate especializado como Cacao Hunters y

otros, quieren buen cacao y debemos trabajar con ellos en mercados potenciales para que estén mejor posicionados para encontrar y abrir nuevos mercados. Debemos aprovechar su conocimiento y su capacidad financiera para posicionar el cacao colombiano en la escena mundial. Adicionalmente, debemos notar que los costos de transacción entre la finca y el puerto son reales y representan oportunidades para examinar como los márgenes están distribuidos en la cadena productiva. Las ganancias de eficiencia en este contexto representan una oportunidad para afectar positivamente los salarios de los productores de cacao y asegurar que todos los actores en la cadena productiva operan en un mercado fuerte y competitivo.

## CONSTRUIR CAPACIDAD ANALÍTICA Y DE INVESTIGACIÓN

Las partes interesadas en el sector del cacao necesitan comprender mejor y aprovechar las tendencias del mercado. Instituciones como el Consejo, Fedecacao, Corpoica y las universidades locales deben monitorear y analizar los mercados de cacao en el país y en el exterior para desarrollar recomendaciones enfocadas en mejorar la competitividad de Colombia en los mercados nacionales e internacionales.

Hay que contestar la pregunta, ¿"quién entrena al entrenador"?, para poder apoyar el sector de cacao. Las universidades enseñan a los estudiantes en competencias científicas, sin embargo, para poder ser un profesional efectivo en extensión o asistencia técnica requiere de un entrenamiento específico en áreas de difusión de innovación, investigación participativa, planeación de programas, desarrollo de jóvenes, desarrollo comunitario y análisis de impacto. El esquema para incentivos en las universidades es exclusivamente para la investigación teórica, pocos recursos están dedicados para la investigación aplicada, el entrenamiento de estudiantes en extensión y la interacción con productores.



Colleen Kelly, Purdue



Colleen Kelly, Purdue

### MARCA COLOMBIANA DEL CACAO (CERTIFICACIÓN DE ORIGEN)

Las instituciones interesadas deberían desarrollar incentivos para aumentar el margen entre el cacao *premium* y no *premium*, rechazar los granos de mala calidad o pagar mucho menos por ellos e incentivar las buenas prácticas. Recomendamos revisar los modelos de precios actuales basados en la calidad y explorar maneras de crear señales de mercado más claras que favorezcan el cacao bien administrado en comparación con los granos de baja calidad.

Los actores en el proceso de chocolate de origen deben evaluar el modelo Café de Colombia Juan Valdez de una marca nacional o, alternativamente, un modelo regional basado en perfiles de sabor distintos con marcas regionales como los tiene el café de origen certificado de Cauca, Huila y Nariño. También creemos que la concesión de licencias a la marca colombiana podría generar ingresos adicionales. Este proceso debe incluir a todos los actores comerciales en el país con una estrategia unificada que se centra en maximizar el valor y la reputación del cacao colombiano en el mercado internacional.

Dada la demanda interna, Colombia tiene el potencial de enfocar la promoción de exportaciones de produc-

tos de cacao y chocolate altamente diferenciados. Un claro enfoque en la calidad, la consistencia, las propuestas de valor únicas y el reconocimiento de marca podría desempeñar un papel clave en la maximización de los ingresos de estas ventas y el posicionamiento de Colombia. Pero esta no debe ser la única estrategia que se persiga ya que el mercado es muy pequeño y muy pocos agricultores podrán beneficiarse.

### MEJORA DE LA ARQUITECTURA INTERINSTITUCIONAL DEL SECTOR DE CACAO REGLAS CLARAS Y ESPECIALIZACIÓN

#### FORTALECER EL ROL Y LA CREDIBILIDAD DE LAS INSTITUCIONES NACIONALES Y REGIONALES EN EL SECTOR CACAOTERO

El Consejo Nacional de Cacao juega un papel importante en el sector en cuanto a gobierno y planeación. Ahora es el momento para que los sectores públicos y privados a considerar la manera más efectiva para desarrollar nuevas o fortalecer las instituciones nacionales y regionales que están involucrados en la gobernación y planeación del sector cacaotero. Algunos pasos clave incluyen: primero, un incremento en la participación de los productores (incluyendo

grupos étnicos) y la industria de menor escala. Organizaciones clave como la Red de Cacaoteros y los representantes de los pequeños fabricantes de chocolate deberían ser incluidos para representar de manera más adecuada la diversidad del sector.

Segundo, los roles y responsabilidades del consejo necesitan ser definidos con la aceptación y apoyo de todas las partes interesadas del sector del cacao. Esto incluye, definir claramente roles de liderazgo específicos entre los miembros del Consejo para temas como investigación, extensión, fortalecimiento organizacional, inclusión financiera e inteligencia de mercado. Tal claridad permitirá a las organizaciones fortalecerse y evitar la duplicación.

Tercero, el consejo debe proporcionar supervisión y revisión de todos los proyectos y programas de extensión activos en el sector para identificar los temas comunes, generar mensajes comunes y proporcionar una orientación y comentarios coherentes a todos los actores. Esto incluye la coordinación con los programas internacionales de donantes y otras organizaciones que ofrecen programas de extensión y asistencia técnica como Luker, Nutresa, Swisscontact, USAID y operadores, Corpoica, SENA y otros. Por último, recomendamos que el Consejo actúe como brazo promotor del sector y supervise el plan anual

de inversión del Fondo de Fomento.

A escala sub-nacional, los consejos regionales deben ser fortalecidos para realizar un rol similar con los actores departamentales y municipales para garantizar la adecuada comunicación y coordinación a través de las iniciativas. Los consejos regionales deben ofrecer un espacio importante para el diálogo a nivel nacional entre estrategias y necesidades regionales. Para este fin, nosotros recomendamos una revisión de la participación actual en los consejos regionales y la construcción de estrategias adaptadas regionales para el desarrollo del sector, en términos de investigación, extensión, fortaleza organizacional, inclusión financiera e inteligencia de mercado. La diversidad de la producción de cacao en Colombia requiere estrategias nacionales claras que incorporen las necesidades y adaptaciones regionales para ser efectivas. Una red de consejos nacionales y regionales que funcione correctamente juega un papel fundamental en el logro de este objetivo.

Para que los consejos nacionales y regionales puedan asumir sus respectivas responsabilidades de coordinación, sugerimos que se emprenda una iniciativa para construir su capacidad institucional. Esto incluiría la construcción de planes estratégicos coherentes (corto, mediano y largo plazo) y la estructuración



del Consejo para que exista una representación de los actores clave (escalas nacionales / regionales) dentro de la organización, fortaleciendo las capacidades de coordinación de todos los representantes y un esfuerzo concertado para situar al Consejo en el centro del sector.

#### **DEFINIR UN ROL ESPECÍFICO PARA FEDECACAO**

Creemos que Fedecacao necesita enfocarse en su negocio principal. Fedecacao debería desempeñar un papel central en construir puentes entre la investigación y la extensión, a través de la investigación aplicada y materiales de extensión consistentes de acuerdo a las características culturales de las regiones- asegurando su calidad y proporcionando supervisión continua. Además, Fedecacao debe apoyar el acceso al crédito para los agricultores como parte de los servicios de extensión a través de la preparación y presentación del crédito. Dadas las restricciones de recursos que se enfrenta el Fedecacao, y sus necesidades a priorizar sus esfuerzos para aumentar su efectividad e impacto en el sector, Fedecacao debe reexaminar su plan de negocio y considerar cuales son las inversiones que pueden traer los retornos más altos en el sector en adición asegurar la sostenibilidad en el largo plazo. Se necesita una revisión de los fondos para asegurar que Fedecacao pueda acceder a recursos suficientes para proporcionar cobertura nacional en estos temas de manera consistente. En adición al financiamiento, el Fedecacao debe continuar construir y apalancar las alianzas existentes con los actores claves públicos en Colombia como el SENA y las universidades para expandir el acceso a la asistencia técnica, materiales de siembra y las buenas practicas del proceso de post-cosecha.

#### **MEJORAR Y APROVECHAR EL FONDO NACIONAL DE CACAO – FOMENTO**

Sugerimos que se lleve a cabo una revisión para determinar si los fondos recaudados actualmente a través del Fondo Nacional de Cacao son suficientes y están siendo utilizados de manera eficiente. Esta revisión debe evaluar las siguientes cuestiones: En primer lugar, ¿la tasa que actualmente se aplica a las ventas de cacao es utilizada para satisfacer las necesidades de desarrollo del sector?,

¿se podrían aumentar los fondos adicionales relacionados con el valor agregado en términos de producción de chocolate? En segundo lugar, ¿las normas actuales que rigen el uso del fondo para actividades de extensión son adecuadas y se aplican con justicia?, ¿cómo puede el fondo explicar mejor el cacao producido en un departamento, pero vendido en otro? En tercer lugar, ¿qué tan eficiente es el uso de los fondos en términos de lograr objetivos sectoriales en torno a mejores volúmenes y calidad del cacao?, ¿qué estrategias existen o se pueden desarrollar para mejorar la eficiencia de estas inversiones? Estas preguntas necesitan ser contestados después de pensar cuidadosamente y con mucha consideración a las respuestas para poder utilizar mejor el uso de los fondos.

#### **MEJORAR LA EFECTIVIDAD DE FINAGRO EN EL SECTOR DEL CACAO Y MUCHOS OTROS PROVEEDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS EN EL SECTOR DEL CACAO**

Finagro debe desarrollar productos de crédito regionalizados en línea con diferentes sistemas de producción. El crédito no debe ser sólo para la producción de cacao, sino para mejorar los sistemas agrícolas relacionados con los indicadores de los medios de subsistencia. Esto mejoraría en última instancia la agilidad en el sector financiero. También recomendamos que se brinde a Finagro una mejor información sobre los sistemas de producción, la rentabilidad y los horizontes temporales de la producción de cacao para evaluar apropiadamente el riesgo de crédito y mejorar así la evaluación del riesgo tanto de los productores de cacao como de las organizaciones de productores. Esto requiere una mayor coordinación entre el Consejo, Fedecacao y Finagro.

Además, en cuanto al acceso al crédito a nivel de productor a través de Finagro, se recomienda explorar oportunidades para servicios financieros a organizaciones de productores. A nivel mundial, el campo de la inversión en impacto agrícola muestra un fuerte crecimiento, centrado en otorgar crédito a las organizaciones de productores junto con capacitación en alfabetización financiera y buenas prácticas administrativas. El apoyo estratégico para profesionalizar las organizaciones de productores de cacao colombianos y hacerlas merecedoras de crédito podría potencial-

mente abrir oportunidades de financiamiento adicional más allá del ofrecido por Finagro a nivel de finca. Esto se conecta a las recomendaciones de las organizaciones de productores.

#### **MEJORAR LA COORDINACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE DONANTES INTERNACIONALES**

El cacao podría jugar un rol importante en la transición a la paz en Colombia debida su potencial en áreas claves de pos-conflicto. Sin embargo, para que esto pase, requiere una coordinación mejorada entre las políticas nacionales y las inversiones relevantes al sector. Estos incluyen los tópicos diversos desde los fondos disponibles para la investigación hasta el apoyo de los programas como Alianzas Productivas que están manejados por el MARD, incluyendo la asistencia técnica de SENA y las inversiones claves en infraestructura para reducir los costos de transporte para los productores en áreas lejanas. Para que el cacao puede proveer un recurso para la paz, estas iniciativas requieren una coordinación para alcanzar sinergias que benefician el sector.

En adición a las inversiones, el sector cacaotero está posicionado a recibir inversiones significativas de programas internacionales de donantes en apoyo al desarrollo del país pos-conflicto. Las experiencias previas manejadas principalmente por agencias internacionales de implementación demuestran éxitos y fracasos. Para que estos programas pueden apoyar efectivamente el sector cacaotero de Colombia, deben estar alineados y coordinados entre si y, más importante, con los actores claves de la cadena productiva. Los programas que no están coordinados e interactuando con otros y que no contribuyen a la capacidad en el largo plazo y el desarrollo institucional no van a servir para las metas que hay para el desarrollo económico pos-conflicto en Colombia.

Como se especifica, nosotros creemos que el Consejo debe hacerse cargo de la coordinación de donantes internacionales que apoyan el desarrollo del sector del cacao. Esto pondría la dirección de la asistencia internacional en manos de los actores colombianos del cacao

# REFERENCIAS

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (Febrero de 2017). Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <http://www.iadb.org/en/research-and-data/home,1612.html>

Campfens, B., & Trepp, E. (Abril de 2016). UTZ Cocoa Statistics Report 2015. Webinar. Recuperado de <https://utz.org/better-business-hub/sourcing-sustainable-products/supply-demand-utz-coffee-cocoa-tea-develop-2015/>

Cappelle, J. (2008). Towards a Sustainable Cocoa Chain | Oxfam International. Oxfam. Recuperado de <https://www.oxfam.org/en/research/towards-sustainable-cocoa-chain>

Comtrade. (2017). UN Comtrade | International Trade Statistics Database [Base de datos]. Recuperado el 23 de enero de 2017, de <https://comtrade.un.org/>

Dand, R. (1999). The International Cocoa Trade (2nd ed.). Cambridge: Woodhead Publishing.

Dand, R. (2010). The International Cocoa Trade (3rd ed.). Cambridge: Woodhead Publishing.

FAOSTAT. (2017). FAOSTAT [Base de datos]. Recuperado el 4 de marzo de 2017, de <http://www.fao.org/faostat/en/#home>

Fedecacao. (2017). Fedecacao (datos de producción). Fedecacao.

Fountain, A., & Hütz-Adams, F. (2015). 2015 Cocoa Barometer (edición de Estados Unidos). Recuperado de <https://evols.library.manoa.hawaii.edu/handle/10524/48573>

Homann, Frank. (2016). Fine cocoa market dynamics – bid for the future. Presentado en ICCO World Cocoa Conference, República Dominicana.

ICCO. (2017). Fine or Flavour Cocoa. Recuperado el 23 de abril de 2017, de <https://www.icco.org/about-cocoa/fine-or-flavour-cocoa.html>

Iragorri Valencia, A. (Mayo de 2015). Gran Alianza Cacao - Chocolate. Bogotá, Colombia.

Last, Jesse. (2016). 2016 Transparency Report. Recuperado de <https://www.tazachocolate.com/pages/2016-transparency-report>

Lundy, M., Amrein, A., Hurtado, J. J., Becx, G., Zamierowski, N., Rodríguez, F., & Mosquera, E. E. (2014). Metodología LINK: una guía participativa para modelos empresariales incluyentes con pequeños agricultores. Versión 2.0. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10568/49607>

Lundy, M., Gottret, M. V., Ostertag Gálvez, C. F., Best, R., & Ferris, S. (2007). Participatory market chain analysis for smallholder producers. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). Recuperado de <https://cg-space.cgiar.org/handle/10568/54198>

MADR y Consejo Nacional Cacaotero. (2008). Plan Nacional de Desarrollo Cacaotero 2012-2021. Bogotá, Colombia: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Consejo Nacional Cacaotero. Recuperado de <http://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/Plan%20Nacional%20de%20desarrollo%20cacaotero%202012-2021.pdf>

Motamayor, J. C., Risterucci, A. M., Lopez, P. A., Ortiz, C. F., Moreno, A., & Lanaud, C. (2002). Cacao domestication I: the origin of the cacao cultivated by the Mayas. *Heredity*, 89(5), 380–386. <https://doi.org/10.1038/sj.hdy.6800156>

Potts, J., Lynch, M., Wilkings, A., Huppe, G. A., Cunningham, M., & Voora, V. (2014). The State of Sustainability Initiatives Review 2014: Standards and the Green Economy | IISD. Recuperado de [/library/ state-sustainability-initiatives-review-2014-standards-and-green-economy](http://library/ state-sustainability-initiatives-review-2014-standards-and-green-economy)

Rios, F. (Febrero de 2017). Estudio Comparativo de Políticas Públicas de Apoyo a la Cadena de Cacao Fino y de Aroma y Experiencias de Apoyo del Sector Privado.

Stone, E. (Agosto de 2016). El Mercado “Bean-to-Bar” o “Craft” y su relevancia para Colombia. Presentado en la conferencia Aromas de Paz, Santander, Colombia. Recuperado de [https://www.fedecacao.com.co/portal/images/Emily\\_Stone\\_-\\_New\\_York\\_-\\_Que\\_es\\_el\\_Bean\\_to\\_bar\\_y\\_su\\_aprovechamiento\\_para\\_Colombia\\_.pdf](https://www.fedecacao.com.co/portal/images/Emily_Stone_-_New_York_-_Que_es_el_Bean_to_bar_y_su_aprovechamiento_para_Colombia_.pdf)

Taza Chocolates. (2016). 2016 Transparency Report. Recuperado de <https://www.tazachocolate.com/pages/2016-transparency-report>

TechnoServe. (2015). Construcción de un modelo de agricultura competitiva en Colombia: Una mirada al sector agrícola Colombiano. Recuperado de <http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/Presentaci%C3%B3n%20Master%20Modelo%20Agricultura%20Competitiva%202015.pdf>

UTZ. (2016). UTZ impact report 2016. UTZ. Recuperado de [https://utz.org/?attachment\\_id=6120/](https://utz.org/?attachment_id=6120/)

Vignati, F. (Mayo de 2016). Propuesta de valor do Proyecto: Iniciativa Latino Americana del Cacao. Presentado en ICCO World Cocoa Conference, República Dominicana.

Wilcox, M. D., & Abbott, P. C. (2006). Can Cocoa Farmer Organizations Countervail Buyer Market Power? (Reunión Anual 2016, julio 23 al 26, Long Beach, CA No. 21261). American Agricultural Economics Association (New Name 2008: Agricultural and Applied Economics Association). Recuperado de <https://ideas.repec.org/p/ags/aaea06/21261.html>









U.S. Agency for International Development  
1300 Pennsylvania Avenue, NW Washington, DC 20523 Tel:  
(202) 712-0000  
Fax: (202) 216-3524  
[www.usaid.gov](http://www.usaid.gov)