



GOBIERNO NACIONAL DE LA
REPÚBLICA DEL ECUADOR



SENACYT
SECRETARÍA NACIONAL
DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Análisis de la cadena de cacao y perspectivas de los mercados para la Amazonía Norte

Publicación Miscelánea N°. 153



gtz





Análisis de la cadena de cacao y perspectivas de los mercados para la Amazonía Norte

Publicación Miscelánea N°. 153



gtz



recibido
16/06/2011

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA AMAZONÍA NORTE	7
1.1 Ubicación y clima	7
1.2 Población y aspectos sociales	7
1.3 Principales actividades económicas	9
1.4 Uso del suelo	10
2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CULTIVO DE CACAO	11
2.1 Origen del cacao y principales variedades	11
2.2 Breve historia del cacao en el país	12
2.3 Características del cultivo del cacao	13
3. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR CACAOTERO	16
3.1 El cacao en el ámbito mundial y las tendencias del mercado	16
3.2 La cadena de cacao a nivel nacional	23
3.3 La cadena de cacao de la Región Amazónica Norte del Ecuador	25
4. LA COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA EN EL NORTE DE LA AMAZONÍA	34
4.1 La Asociación Kallari	34
4.2 AROMA AMAZÓNICO Cía. Ltda	43
4.3 Asociación de Productores San Carlos	51
5. ¿CACAO TIPO NACIONAL O CCN51?	57
5.1 Problemática y riesgos	57
5.2 Opiniones de los compradores internacionales sobre el cacao ecuatoriano Nacional y CCN51	59
6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS ESPECIALES Y CON CERTIFICACIÓN	68
6.1 Producción orgánica	68
6.2 Cacao orgánico a nivel global	69
6.3 Demanda de cacao ecológico	72
6.4 Oferta de cacao orgánico de Ecuador	73
6.5 Cacao con certificación de Comercio Justo	74
6.6 El cacao con certificación Alianza con los Bosques	76
6.7 Cacao especial de un origen determinado	76
6.8 Movimiento Slow Food	77
6.9 Lista de posibles clientes	78
7. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL ACCESO A MERCADOS	83
7.1 Factores de éxito y aprendizajes	83
7.2 Análisis FODA de la comercialización	87
7.3 Estrategias	89



SOBRE ESTE ESTUDIO

Este trabajo es un producto del Proyecto ***“Mejoramiento de las bases tecnológicas para desarrollar competitividad de la cadena de cacao nacional en la zona norte de la Amazonía ecuatoriana”*** PIC 080000500, ejecutado por la Estación Experimental Central de la Amazonía del INIAP, con financiamiento de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología SENACYT.

El objetivo principal de este documento es dotar a los actores de la cadena de valor del cacao de la Amazonía Norte del Ecuador de información sobre: la dinámica de la oferta y demanda del cacao en los ámbitos nacional e internacional, las oportunidades de mercados y las estrategias para acceder a los mismos, esperando con ello apoyar el fortalecimiento de los procesos de comercialización asociativa actualmente en marcha.

Los compiladores agradecen sobremanera a los directivos y técnicos que hacen gestión en las asociaciones de productores como Kallari, Aroma Amazónico y San Carlos, por haber compartido su información y detalles de sus aspiraciones futuras, pero sobre todo a los compañeros **Diego Grefa, Nestor Niño y Reny Corella.**



INTRODUCCIÓN

Las provincias de Sucumbíos, Orellana y Napo ubicadas en el Norte de la Amazonía ecuatoriana, poseen en su conjunto una superficie de alrededor de 52.000 km² que representa el 46% de la superficie de la RAE y el 19% del territorio ecuatoriano; son ricas en recursos naturales renovables y no renovables y poblaciones humanas con diversas culturas. El INEC proyecta para el 2010 una población de 401.117 habitantes de los cuales 43,1% se ubica en el área urbana y el 56,9% en el área rural.

En contraste con las grandes inversiones en la extracción de petróleo esta subregión es una de las zonas con menor inversión social. Según el Censo del 2001, el 81,2% de la población vive en condiciones de pobreza por necesidades básicas insatisfechas, muy por encima de la media nacional que es de 61,3%, e inclusive por encima del promedio de toda la región amazónica que es de 77,6%. En la última década, la situación social y económica de la Amazonía Norte ha sufrido un mayor deterioro por causa de la disminución del comercio, el incremento de la inseguridad producto de la violencia al otro lado de la frontera, y los efectos de la crisis cafetalera en el sector rural.

No obstante, después de la actividad petrolera, el sector agropecuario sigue siendo el más importante generador de ingresos para familias de colonos e indígenas que viven en la Amazonía Norte. Los pequeños productores con el apoyo del Gobierno Nacional, Gobiernos locales y entidades de cooperación, buscan nuevas opciones que permitan diversificar la producción destinada al mercado. El sistema productivo con base en cacao tipo Nacional Fino y de Aroma es una alternativa promisorio por su fácil adaptación a la zona (el cacao es originario de la Amazonía), y por la creciente demanda de los mercados internacionales.

En la región amazónica norte, se estima que actualmente más de 25.000 fincas poseen el cultivo de cacao, lo cual indica un crecimiento vertiginoso, si comparamos con las 4.547 fincas que en el año 2000 disponían de este cultivo según el censo agropecuario (INEC, 2001).

Este interés por sembrar cacao se ha debido a la caída de los precios internacionales del café sucedido entre los años 2001-2003, que llevó a la baja la economía de miles de familias campesinas, dedicadas casi exclusivamente al café y ganadería. Esto motivó a los productores tradicionalmente cafeteros a diversificar sus fincas con otros rubros comerciales como el cacao, producto con mejor estabilidad de precios que el café.

También incidió en esta evolución del cultivo la promoción y asistencia técnica y financiera realizada por el INIAP, los Municipios, Gobiernos Provinciales, MAGAP-INCCA / Programa PROERA, Programa AMAZNOR de Plan Ecuador y por agencias de cooperación como la GTZ, USAID y el FECD.

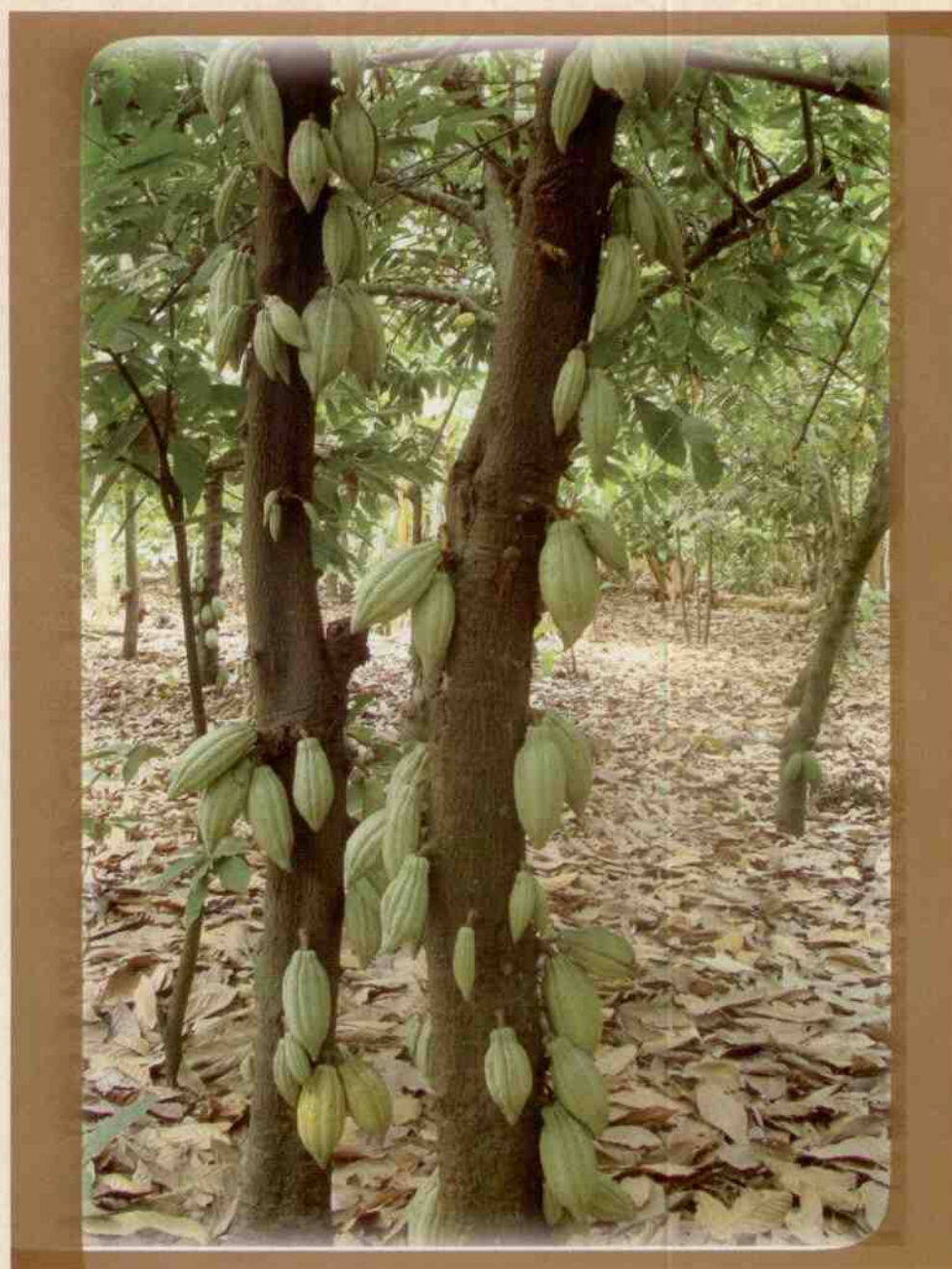
Al cultivo de cacao se dedican principalmente pequeños productores hombres y mujeres **colonos** de diferentes procedencias del país que corresponden a un 70% de familias, y el 30% restante son familias que pertenecen a comunidades indígenas, principalmente Kichwas. En los últimos 5 años es destacable la siembra de cacao por parte de otras nacionalidades presentes en la Amazonía Norte como los Shuar, Cofán y Secoya.

Como consecuencia del desarrollo dinámico del cultivo de cacao y el apoyo institucional, se han conformado asociaciones de productores, entre las que figuran Aroma Amazónico con

carácter de Compañía Ltda., la Asociación San Carlos y la Asociación Kallari, que son referentes de organización en las provincias de Sucumbíos, Orellana y Napo, respectivamente.

Estas tres organizaciones incorporan a más de 5.000 pequeños productores con el propósito principal de apoyar la comercialización de cacao de alta calidad y con certificación. Sin embargo, este alto número de productores asociados no se refleja en los volúmenes de comercialización efectivizados en los últimos años. Se aduce que existen todavía limitaciones en la consolidación organizativa lo que podría generar una falta de fidelidad de los productores en comercializar el producto a través de sus gremios; pero sobre todo se debe a la falta de información y a una estrategia de acceso a los mercados.

Esta publicación, contribuye con información analítica sobre la dinámica de la producción y de los mercados en los ámbitos nacional e internacional; identifica las capacidades de respuesta de las organizaciones de productores a los mercados y al mismo tiempo, presenta estrategias y nuevas oportunidades para una comercialización más sostenible del cacao que se produce en la Amazonía Norte.



1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA AMAZONÍA NORTE

1.1. Ubicación y clima

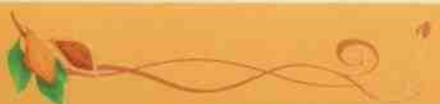
El Ecuador continental posee un área aproximada de 248.406,5 Km². El 47% (116.604,06 Km²) corresponde a la Amazonía y el 19% a las provincias de Sucumbios, Orellana y Napo. La región está caracterizada por su selva tropical y diversidad biológica. Comprende 6 provincias ubicadas bajo los 1300 msnm en las estribaciones orientales de los Andes.



La Amazonía Norte se encuentra ubicada en la parte nororiental del Ecuador, limita al Norte con la República de Colombia, con la provincia de Pastaza al Sur, con la República del Perú al Este y con la cordillera oriental de los Andes al Oeste. Posee varias zonas de vida desde montano, premontano hasta el típico bosque húmedo tropical. Con temperaturas promedio de alrededor de 23 grados centígrados y precipitaciones de 2.500 a 3.000 milímetros anuales en la zona dedicada al cacao y café. Este sector del país posee varias áreas naturales como la Reserva de Biosfera Sumaco, el Parque Nacional Yasuní y la Reserva Faunística Cuyabeno; que caracterizan a una región poseedora de una gran riqueza natural.

1.2. Población y aspectos sociales

El INEC proyecta para el 2010 una población de 401.117 habitantes para las tres provincias del norte de la Amazonía, de los cuales 43,1% se ubica en el área urbana y el 56,9% en el área rural. Con esta perspectiva, albergará el 2,8% de la población total del Ecuador.



Una característica de esta región es la enorme dispersión de los asentamientos humanos, debido a la gran superficie de su territorio.

Cuadro 1. Proyecciones de la población al año 2010

Provincia	Población	Urbana (%)	Rural (%)
Napo	102.775	25,8	25,5
Sucumbíos	177.561	49,1	40,6
Orellana	120.781	25,1	33,9
Total/ Promedio	401.117	43,1	56,9

Fuente: INEC: Proyección de población 2001 - 2010.

En la Amazonía Norte se han asentado ancestralmente 7 de las 14 nacionalidades indígenas del Ecuador: Kichwa, Cofán, Secoya, Shuar, Siona, Huaorani y Zápara. De acuerdo con un estudio realizado por Conservación y Desarrollo y GTZ, (2004), unos llegaron a través del río Amazonas y otros de las partes altas de la serranía. Las poblaciones indígenas aportan con elementos culturales que deben ser rescatados, valorizados y aplicados para el desarrollo del área. La mayoría de las prácticas tradicionales de producción de las comunidades indígenas de la zona son compatibles con la conservación y manejo sustentable de los recursos naturales.

El 81,2% de la población de la Amazonía Norte vive en condiciones de pobreza por necesidades básicas insatisfechas, muy por encima de la media nacional que es de 61,3%. Las provincias en estudio registran los mayores niveles de pobreza en este orden: Orellana (82,7%), Sucumbíos (81,7%) y Napo (77,1%).

En relación a los servicios de salud la Amazonía presenta una tasa de desnutrición crónica de alrededor del 42%, menor en dos puntos a la media nacional, sin embargo es alta, puesto que cuatro de cada diez habitantes sufren de desnutrición crónica que afecta



el normal desenvolvimiento físico e intelectual. Cuatro de cada 10 niños menores a cinco años presentan algún tipo de desnutrición, siendo en el área rural la situación más preocupante. La dotación de recursos humanos y físicos de la salud en la Región Amazónica está por debajo de la media nacional, siendo las provincias de Orellana y Sucumbios las que presentan los índices más bajos.

Cuadro 2. Algunos indicadores socioeconómicos de la RANE

Sector / Indicador	Medida	Valores Nacionales	Provincia		
			Napo	Sucumbios	Orellana
EDUCACIÓN					
Analfabetismo	% (15 años y más)	9	10.5	8.5	9.2
Escolaridad	Años de estudio	7.3	6.5	6	5.9
EMPLEO					
Población en edad de trabajar (PET)	Número	8'917.360	51740	89574	56910
Población económicamente activa (PEA)	Número	4'553.746	30027	48856	32801
VIVIENDA					
Viviendas	Número		14918	27616	16964
Servicio eléctrico	% (viviendas)		63.3	64.8	53
DESIGUALDAD Y POBREZA					
Pobreza por NBI	% (población total)	61.3	77.1	81.7	82.7
Pobreza extrema por NBI	% (población total)	31.9	42.8	40.2	46.4

Fuente: Elaborado por CCD-GTZ, SIISE versión 3.5 (actualizada con indicadores del censo 2001).

1.3. Principales actividades económicas

La explotación petrolera, se desarrolla con mayor intensidad a partir de la década de los 70, lo cual ha incidido de manera determinante en los procesos de colonización. La apertura de carreteras permitió habilitar territorios que han sido ocupados paulatinamente por los colonos. La principal actividad económica de la región es la explotación del petróleo. No obstante los beneficios de esta actividad para la región se limitan a los puestos de trabajo en las compañías petroleras. Mientras la actividad petrolera desarrollada en la región constituye la primera fuente de ingresos para el país, los habitantes de la región encuentran su primera fuente de ingresos en la agricultura.

El 41% de la población amazónica en edad de trabajar se concentra en las actividades del sector primario (agricultura, ganadería y pesca), seguido por la PEA dedicada a la conducción de equipos de transporte (28%), mientras que en servicios se registra el 27,6% y en comercio el 4,2%.

La tendencia en las tres provincias es que la economía gira en torno a las actividades agrícolas. En las zonas habitadas por indígenas, la producción es mayormente destinada al autoconsumo, con excepción de determinados cultivos como la naranjilla, café y cacao. En las tierras habitadas por colonos los finqueros se dedican más a la producción comercial de esos y otros productos como por ejemplo el maíz, arroz, plátano, café y cacao.

Durante los últimos años se ha desarrollado las facilidades para llevar a cabo actividades de orden turístico, por que se cuenta con atractivos turísticos únicos, acompañados por una riqueza cultural y natural.



1.4. Uso del suelo

Actualmente gracias a la declaratoria de varias áreas protegidas, el avance de la frontera agrícola y la explotación maderera está limitada por las fronteras de estas áreas. A diferencia de las regiones Costa y Sierra, la Amazonía no mostró mayor cambio en la cobertura vegetal sino hasta la segunda mitad de este siglo, en que se construyó la primera carretera. A partir de ello, la explotación petrolera y la rápida expansión de la frontera agrícola han provocado cambios significativos en la cobertura vegetal natural.

La superficie total utilizada en la Región Amazónica es de 2'663.800 has de la cual el 40% está dedicada a actividades agropecuarias, el 59,3% está ocupada por bosques y el 0,7% está destinada a otros usos. La mayor zona de producción de cultivos corresponde al eje que cruza los cantones de Gonzalo Pizarro, Cascales, Lago Agrio, Shushufindi, Joya de los Sachás, Orellana, Napo, Loreto, Tena y Archidona; finalmente se define como zona de menor producción a los cantones de Putumayo, Cuyabeno y Aguarico.

Cuadro 3. Uso del Suelo en la Región Amazónica

Ubicación	Total (miles de ha)	Uso Agropecuario (%)	Montes, bosques y páramos (%)	Otros (%)
Nacional	12.406,1	60,1	36,1	3,8
RAE	2.663,8	40,0	59,3	0,7
Napo	288,4	38,3	61,2	0,5
Sucumbios	356,5	36,9	61,2	1,9
Orellana	250,2	37,7	58,3	4,0

Fuente: Censo Agropecuario 2000.

2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CULTIVO DE CACAO

2.1. Origen del cacao y principales variedades

Para encontrar el significado de la palabra cacao, hay que recurrir a la lengua maya en la que "Cac", se puede traducir, tanto por fuego como por rojo. La segunda sílaba, "Cau" expresa la idea fuerza y fuego. La voz maya "Cacau" paso al Náhuatl y en 1535 se adoptó al español.

Ya en español, cacao puede referirse al fruto del árbol cacaotero o indicar también el producto final del beneficio de las semillas. Con frecuencia en la comunicación coloquial, se mezclan y confunden los vocablos "Cacao" y "Cocoa". Posteriormente (desde 1720) el árbol del cacao se ha llamado "*Theobroma Cacao*", por "Theo" del griego, Dios, "Broma", del griego alimento y "Cacao" nombre azteca de la semilla.

La clasificación taxonómica del cacao, es la siguiente:

Orden: Malvales

Familia: Malvaceae

Género: *Theobroma*

Especie: *cacao*

Sub especie: cacao y *sphaelocarpum*

Es aceptado que el cacao es originario de la cuenca amazónica. Chessman (1944) basado en las expediciones de Pound (1938 y 1943) lo ubica en la cuenca alta de los ríos Napo, Putumayo y Caquetá. Bartley (2005): propone como centro de origen el Alto Amazonas, localizado cerca del límite entre Colombia y Ecuador.

Entonces el cacao es originario de América y muy especialmente de la Amazonía y su domesticación, cultivo y consumo se inició en Centroamérica en tiempos precolombinos. Toltecas, aztecas y mayas procesaban esta pepa y producían una bebida llamada "xocoatl". En forma acelerada los europeos incorporarían en su dieta el consumo del cacao bajo la forma del chocolate, añadiendo azúcar a la mezcla.

Por su origen y características genéticas, se ha clasificado al cacao, en cuatro tipos:

1) **Criollo**. Conocido como de "buen sabor" o de "alta calidad". Son árboles relativamente bajos y menos robustos respecto de otras variedades. La copa es redonda, con hojas pequeñas de forma ovalada, de color verde claro y bastante gruesas. Las almendras son generalmente de color blanco.



2) **Forastero amazónico.** Constituyen el 80% de la producción mundial. Se llaman “forasteros amazónicos” porque se encuentran distribuidos en la cuenca del río Amazonas y en la de sus afluentes, poseen mazorcas amarillas con un pequeño cuello de botella en la base. Las almendras son aplanadas y pequeñas, de color morado.



3) **Trinitario.** Diferente y heterogéneo, es el resultado del cruce entre el cacao de tipo criollo y forastero, puesto que su calidad es intermedia. Originalmente fueron seleccionados en la isla de Trinidad y de ahí su nombre. Sus almendras son de color variable. Los cacaos Trinitarios representan del 10% al 15% de la producción mundial.



4) **Nacional de Ecuador.** Presenta características semejantes al tipo Forastero amelonado. Sin embargo existen pocas plantaciones puras de cacao Nacional.

Lo que más se ve, son plantaciones producto del cruzamiento natural de la variedad Nacional con materiales introducidos desde Venezuela y Trinidad, conocidos como complejo de cacao Nacional x Trinitario.

Para la siembra de cacao en la Amazonía Norte, el INIAP dispone de clones de alta producción, calidad y aroma entre los que se puede mencionar: EET-576, EET-400, EET-95, EET-103 y EET-96; de igual forma es importante mencionar que para suelos rojos de la Amazonía se puede sembrar el clon trinitario ICS-95.



2.2. Breve historia del cacao en el país

En los siglos XVI y en parte del siglo XVII la exportación del cultivo estaba prohibida para los territorios del actual Ecuador. Sin embargo, en forma creciente y pese a las Cédulas Reales, se continuó exportando cacao, hasta que en 1789 el Rey Carlos IV permitió el cultivo y la exportación desde la costa ecuatoriana.

“Durante los años de lucha por la independencia (1800-1822), la producción de cacao fue la fuente más importante para su financiamiento. Significaba entre el 40 al 60% de las exportaciones totales del país y pagaba hasta el 68% de los impuestos del Estado”.

Así el cacao se convirtió en una de las fuentes principales de divisas durante el siglo XIX,

conformándose una clase poderosa de productores y exportadores poseedores de latifundios, a quienes se les denominaría los “grandes cacao”. En las provincias de Los Ríos, Guayas y El Oro, se asentaron las principales tierras destinadas al cacao y es justamente en estas zonas, en la parte de arriba de la cuenca del río Guayas donde se produciría el cacao Fino de Aroma con denominación de origen de “Arriba”. Un cacao muy apreciado en el mercado internacional que obtiene buenos precios por su calidad.



Ecuador, por sus especiales condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de cacao Nacional Fino y de Aroma con el tradicional “Sabor Arriba” que ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional.

De 1880 a 1890, el Ecuador fue el mayor exportador mundial de cacao. Con estos recursos se crearon los primeros bancos del país y fue el principal motor para dinamizar la economía y el comercio nacional, enriqueciendo a toda una generación de latifundistas ecuatorianos. No por coincidencia se le llamó la “pepa de oro”.

2.3. Características del cultivo del cacao

Las fincas del Ecuador y particularmente de la Amazonía Norte que trabajan en el sector del cacao dependen sobre todo, de mano de obra local, casi siempre familiar, y de la diversificación de sus sistemas de producción para obtener rendimientos aceptables. Adicionalmente, se ha podido comprobar que esta diferenciación hace que estas familias dedicadas al cultivo del cacao tengan mejores oportunidades de acceder a mercados alternativos si se pone énfasis en la calidad del producto, así como en los métodos de producción orientados a ser más eficientes y amigables con la biodiversidad y a la sostenibilidad a largo plazo, de todo el sistema productivo.

La producción de cacao bajo sombra es más laboriosa que los monocultivos, pero es más resistente a las plagas, contribuye a la conservación del ecosistema y sobre todo, logra que



los pequeños productores no sean dependientes de un único producto, dándoles mayor seguridad y resistencia ante las fluctuaciones del mercado. Además, la renta obtenida por el cacao, puede ser utilizada para pagar los costos de atención en salud, educación, y otros gastos familiares.



En asocio con el cacao se cultivan diversas frutas para apoyar la soberanía alimentaria local y de valor comercial: aguacate, cítricos, plátanos, bananos, chontas, papayas y diferentes variedades de frutos silvestres y nativos amazónicos (que se utilizan en los sistemas, sobre todo por poblaciones indígenas locales que les dan valor). Adicionalmente, la sombra permanente del cacao permite el crecimiento de otras plantas que se utilizan con fines de obtención de semillas para artesanías y de tipo ornamental. Y que decir de especies maderables que sirven para generar ingresos adicionales en el mediano y largo plazo.

Por otro lado los cultivos de cacao, más aún en la Amazonía, **generan amplios beneficios ambientales** como la protección de cuencas y fuentes de agua, amortiguamiento de áreas naturales protegidas, apoyo a la conservación de la biodiversidad y fijación y almacenamiento de carbono. La reforestación y el manejo de la regeneración natural de árboles en los campos agrícolas o sistemas agroforestales de cacao pueden utilizarse para fijar carbono atmosférico y contribuir a la mitigación del cambio climático. Adicionalmente el pago a los productores por prestar el servicio ambiental de captura de carbono podría a futuro generar ingresos complementarios al hogar.



3. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR CACAOTERO

3.1. El cacao en el ámbito mundial y las tendencias del mercado

La producción de cacao a nivel mundial se concentra en los países tropicales de África, Asia y América Central y del Sur; en tanto que la industrialización se realiza principalmente en los países desarrollados de Europa y América del Norte. En efecto, los principales productores a nivel mundial son: Costa de Marfil, Ghana, e Indonesia, países que abarcan más del 70% de la producción mundial. En el cuadro 4 se presenta las producciones a nivel mundial y por los principales países, con base a información de año cacaotero que va de octubre a septiembre de cada año.

En el mismo cuadro se presenta un balance entre la oferta y la demanda (expresada por los volúmenes de molienda) donde se puede notar un **déficit de cacao en los últimos tres años**, debido a la disminución de la producción en los principales países africanos e Indonesia, por falta de lluvias y aparición de enfermedades en las plantaciones.

Cuadro 4. Producción de cacao a nivel mundial (en miles de TM)

PAÍS	2003/ 2004*	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009**
Costa de Marfil	1386	1235	1.408	1348	1458	1252
Ghana	736	570	740	594	717	690
Indonesia	419	435	598	500	475	465
Nigeria	175	165	195	170	200	180
Camerún	167	187	171	179	187	197
Brasil	163	163	162	126	170	156
<i>Ecuador</i>	<i>111</i>	<i>109</i>	<i>108</i>	<i>120</i>	<i>112</i>	<i>130</i>
Resto del mundo	311	340	367	316	373	332
Total oferta	3'468	3'191	3'748	3'353	3'634	3'402
Demanda de la molienda	3'209	3'314	3'512	3'652	3'692	3'567
Balance oferta/demanda	230	-135	+199	-299	-58	-165

Fuente: ICCO, 2006; D F. Mann/REPEC, 2009.

*Producción año cacaotero: octubre a septiembre.

** Estimación con base a estudios de predicción de cosecha.

Según la ICCO (Organización Internacional del Cacao), más del 95% de la producción anual de cacao procede de pequeñas explotaciones, de una superficie de entre 1 y 3 hectáreas. Así mismo este organismo proyecta un crecimiento del 2% en la producción de cacao en grano en los próximos años, comparado a una tasa de 1,7 % en los 10 años anteriores, que podría llegar a 3,9 millones de toneladas/año para el 2012.

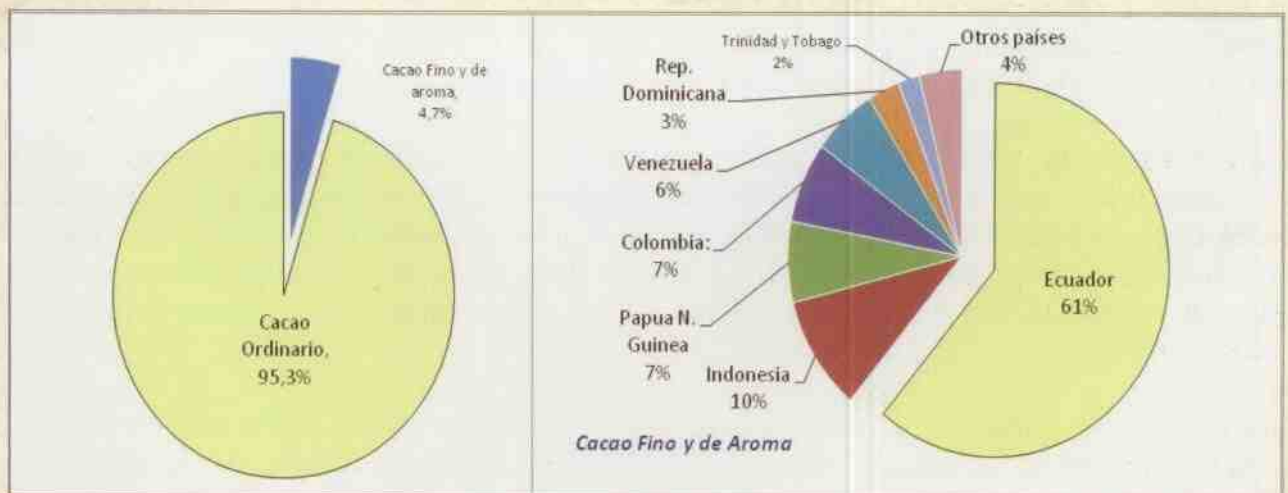


Los precios internacionales del grano han escalado al nivel más alto en los últimos 25 años, acercándose a los U\$ 3,400 dólares por tonelada en enero del 2010, en el mercado de futuros de Nueva York, siendo el precio más alto desde 1984.

3.1.1. Producción mundial de cacao Fino

En lo que respecta a la producción mundial de cacao Fino o de Aroma, para el año 2006, alcanzó la cifra de 173.000 toneladas representando un 4,7% del total mundial. El Ecuador es el líder mundial en la producción y exportación de cacao Fino y de Aroma con el 61%.

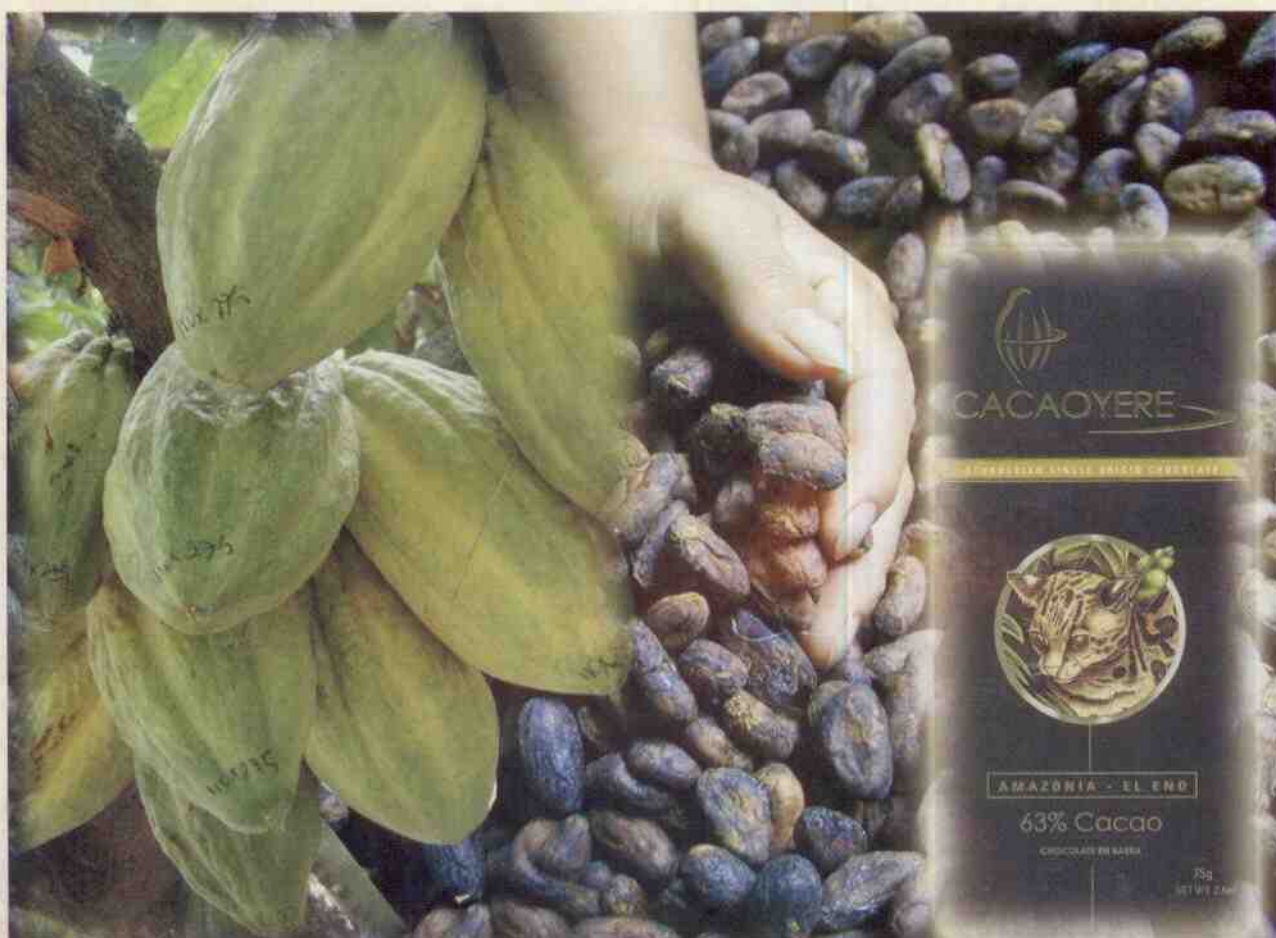
Figura 1. Participación en la producción de cacao fino o de aroma



Fuente: Ramírez, 2007



El cacao Fino o de Aroma es uno de lo más cotizados en el mercado internacional por las características particulares de aroma y sabor. El sabor y aroma predominante es de nuez para la variedad "criollo", frutal para la variedad "trinitario", y floral para la variedad "nacional". Estas características de sabor y aroma determinan un premio en los mercados internacionales, tal como se menciona más adelante.



3.1.2. Situación del mercado de cacao a nivel mundial

A pesar de la crisis mundial, el cacao ha sido de los pocos activos que ha permanecido con buenos precios en el 2008 y 2009, siendo en la Bolsa de Londres donde mejor comportamiento ha tenido, llegando a tocar sus máximos niveles desde 1989.

Este sorprendente comportamiento del mercado se debe a operaciones especulativas. La depreciación del dólar y el interés de los fondos de inversión en los mercados de materias primas blandas sustentaron la cotización, revertiéndose esta tendencia con el estallido de la crisis financiera global, lo que provocó el cierre de posiciones de gran parte de los fondos de inversión mientras que el dólar, actuando como valor refugio, se ha ido fortaleciendo (López, 2009).

En lo referente a la demanda de los países consumidores, se mantuvo una tendencia ascendente a principios de año que, si bien se ha debilitado algo, continúa manteniéndose fuerte, a diferencia del resto de materias primas. Por otra parte el clima seco de los países exportadores

del grano, fundamentalmente en lo referente a los rendimientos de la cosecha en Costa de Marfil, provoca que el mercado por el momento mantenga una demanda constante.

Otro factor importante que ha provocado que este activo tocara su máximo en los últimos 25 años en el mercado de Londres, ha sido la fuerte caída de la Libra que produjo un incremento de las compras en este mercado.

Pero existen también factores de mercado que apuntan algunos traders en el mercado de Londres, estos son algunas maniobras de la mayor casa de trading de este activo, Olam, inversor indio especializado en materias primas y cuya sede se encuentra en Singapur, compró 78.750 toneladas métricas de cacao a través de los futuros con vencimiento de septiembre, esto significó el mayor pedido comprado durante todo el año pasado, lo que supuso un importante factor alcista para este activo.

Por lo tanto, en lo referente a este activo nos encontramos con una situación opuesta a la que están viviendo la mayor parte de las materias primas, la demanda en este activo se mantiene fuerte y las expectativas apuntan hacia un déficit global, no afectando tanto los factores externos. Por otro lado la planta de cacao es bastante inestable, y aunque el clima sea favorable se pueden producir bajadas en los rendimientos de las cosechas.

Es por lo tanto más que probable que podamos continuar viendo avances en este mercado desde el punto de vista fundamental.

El consumo mundial de cacao llegó a 3.45 millones de toneladas en el 2005/06, habiéndose registrado un crecimiento anual promedio de casi 3% durante los últimos diez años, según datos de ICCO. Europa Occidental y Norteamérica concentran casi las dos terceras partes del consumo global de cacao (Cuadro 5 y Figura 2).

Cuadro 5. Consumo mundial del cacao, 1995/96-2005/06 (en miles de TM)

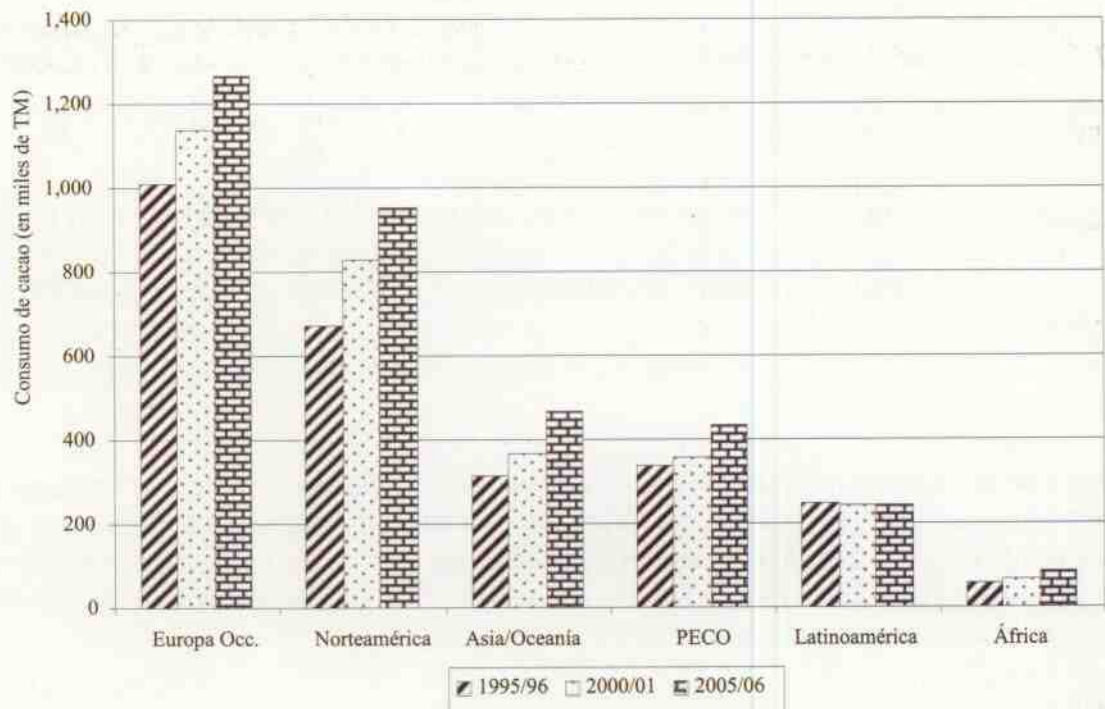
Periodo	Consumo (en miles de TM)			Crecimiento anual			Participación global		
	1995/96	2000/01	2005/06	1995/1996-2005/06	1995/1996-2000/01	200/01-2005/06	1985/86	1995/96	2005/06
Europa Occ.	1,008	1,138	1,268	2.3%	2.5%	2.2%	38%	38%	37%
Norte América	669	828	951	3.6%	4.4%	2.8%	25%	28%	28%
Asia/Oceanía	313	369	467	4.1%	3.4%	4.8%	12%	12%	14%
PECO	339	358	435	2.5%	1.1%	4.0%	13%	12%	13%
América Lat.	249	242	243	-0.3%	-0.6%	0.0%	9%	8%	7%
África	55	65	86	4.5%	3.5%	5.5%	2%	2%	2%
MUNDIAL	2,633	3,001	3,449	2.7%	2.7%	2.8%	100%	100%	100%

Fuente: LCM, 2008

Los compradores de cacao en grano en los países consumidores son mayoristas, procesadores y fabricantes de chocolate verticalmente integrados. Un pequeño número de compañías multinacionales domina el procesamiento de granos y pasta de cacao, entre los cuales los más importantes están localizados en Holanda y Alemania. Ambos países tienen también a varios mayoristas importantes, pero también muchos están localizados en el Reino Unido, Suiza y Francia.



Figura 2. Consumo mundial de cacao



Fuente: LCM, 2008

La Unión Europea tiene una posición mundial dominante en la molienda de granos de cacao. Casi 40% de los suministros mundiales de granos de cacao están destinados a la Unión Europea, ascendiendo a un volumen de 1,33 millones de toneladas de cacao en el año 2005/06. La molienda de la UE crece a 3,4% por año, demostrando el desarrollo positivo de la demanda de cacao.

En esencia, se elaboran solamente dos productos de los granos del cacao — cacao en polvo y chocolate —. El cacao en polvo se utiliza primariamente en la manufactura de productos alimenticios con sabor a chocolate, tales como el cacao instantáneo, productos de panadería, bizcochos, leche chocolatada, helados y compuestos para confitería. También existen unos pocos usos cosméticos y farmacéuticos, aunque estos usos no tradicionales sólo representan el 1% - 2% de la utilización total. Sin embargo, el principal uso del cacao está en la producción de chocolate, y el principal estímulo al crecimiento de la producción mundial ha sido la rápida expansión del consumo de chocolate en los países industrializados (LCM, 2008).

Según datos de CAOBISCO/ICA, el consumo de productos de chocolate en los principales países consumidores alcanzó las 5.5 millones de toneladas en el 2005, frente a 4.5 millones de toneladas en 1995, lo que equivale a una tasa de crecimiento anual promedio de 2%. En la UE y en EE.UU. (mundialmente los mayores consumidores) la tasa de crecimiento del consumo se aceleró en la segunda mitad del período (o sea, entre el 2000 y el 2005), comparada con la de la primera mitad del mismo (Cuadro 6).

Cuadro 6. Consumo de chocolate, 1995-2005 (en miles de TM)

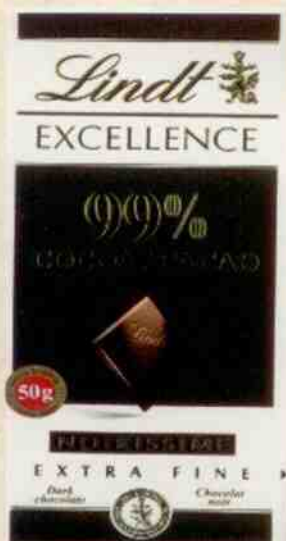
Región/país	1995	2000	2005	Crecimiento 1995-2005	Crecimiento 1995-2000	Crecimiento 2000-2005
UE	2,412	2,564	2,975	2.1%	1.2%	3.0%
EEUU	1,384	1,498	1,655	1.8%	1.6%	2.0%
Japón	228	277	285	2.2%	3.9%	0.6%
Brasil	292	313	359	2.1%	1.4%	2.8%
Australia	106	112	109	0.3%	1.1%	-0.6%
Suiza	71	77	80	1.2%	1.7%	0.8%
TOTAL	4,528	4,879	5,506	2.0%	1.5%	2.4%

Fuente: CAOBISCO/ICA.

Si bien la elevación de los ingresos disponibles es un factor que ha causado el aumento del consumo de chocolate y cacao, otro factor que ha surgido recientemente y que ha contribuido a sustentar el consumo de cacao en los principales mercados, tales como Europa Occidental y América del Norte, ha sido el aumento de la demanda de chocolate oscuro.

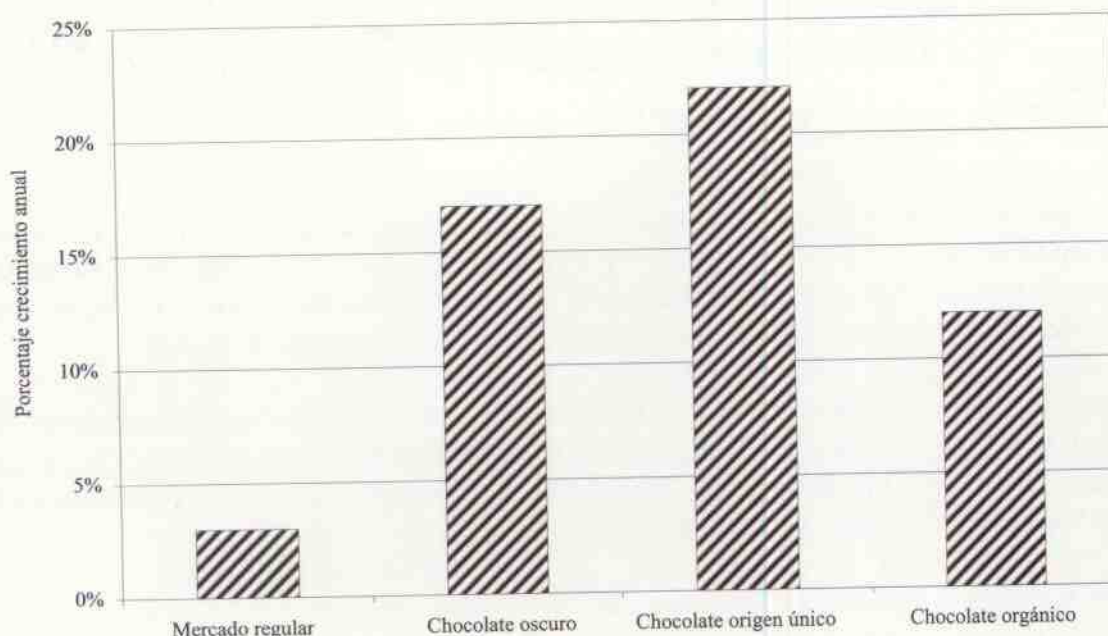
Los principales países consumidores de chocolates y productos del cacao son Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, Rusia, Japón e Italia. Mientras que el consumo per capita lo lidera Bélgica con 6,15 kg, seguido de Suiza con 4,48 kg, Francia 3,83kg, Reino Unido 3,69 kg, Alemania 3,50 kg y Estados Unidos con 2,64 kg.

Según ICCO, se han realizado cada vez más investigaciones sobre los atributos saludables y nutricionales del cacao y del chocolate. Los resultados indican que algunos componentes del cacao, los flavonoides, podrían reducir la oxidación de lipoproteínas de baja densidad (LDL o colesterol "malo"), ayudando a prevenir enfermedades cardiovasculares. Se comprobó que su alto contenido de antioxidantes, el cual supera a los encontrados en el vino y el té, reduce el riesgo de cáncer. Especialmente la demanda de chocolate oscuro, con alto contenido de cacao, ha surgido en respuesta a estos positivos hallazgos, representando actualmente el 5-10% del mercado total del chocolate, según ICCO.



Según Barry Callebaut, el principal fabricante de chocolate industrial, el mercado mundial del chocolate oscuro ha crecido en 42% en valor, en los últimos cinco años, y las tasas actuales de crecimiento en el segmento de chocolate "premium" (incluyendo el chocolate oscuro, de origen único y orgánico) son significativamente más altas que las del mercado del chocolate común del 3%. (Figura 3).

Figura 3.- Tasas de crecimiento del consumo de chocolate



Fuente: LCM, 2008

La ICCO enfatiza que el aumento en el **consumo de chocolate oscuro** impacta en el mercado del cacao de dos maneras diferentes:

- En primer lugar, aumenta la demanda de cacao porque el chocolate oscuro tiene mayor contenido de cacao que otro chocolate;
- Segundo, aumenta la demanda de granos de cacao de calidad superior ("calidad del licor" en comparación con el cacao en grano para extraer manteca y polvo de cacao).

Según la ICCO, el licor de cacao es la materia prima clave para la producción de chocolate y juega un papel predominante en la determinación del sabor final del chocolate. El licor de cacao de calidad premium es un factor decisivo en el chocolate de buena calidad. Además, debería observarse que las recetas de los fabricantes de chocolate oscuro de alto contenido de cacao requieren, por lo general, una proporción importante de cacao fino o de aroma; las estimaciones comerciales indican que esta proporción es de aproximadamente el 50%.

Los cambios observados en la demanda de chocolate se relacionan también con las que satisface normas sociales, éticas, ecológicas, de seguridad alimentaria y/o económicas ha seguido aumentando con mucha rapidez. El fenómeno se manifiesta en una demanda en rápida expansión de cacao de comercio justo, ecológico y de origen único. Con mayor frecuencia, los consumidores no sólo exigen chocolate de calidad física superior, sino que también quieren estar seguros de que el cacao con el que se ha elaborado el chocolate ha aportado mayores ingresos a los agricultores que lo cultivaron y que se ha producido siguiendo métodos socialmente aceptables, sin perjudicar el medio ambiente.

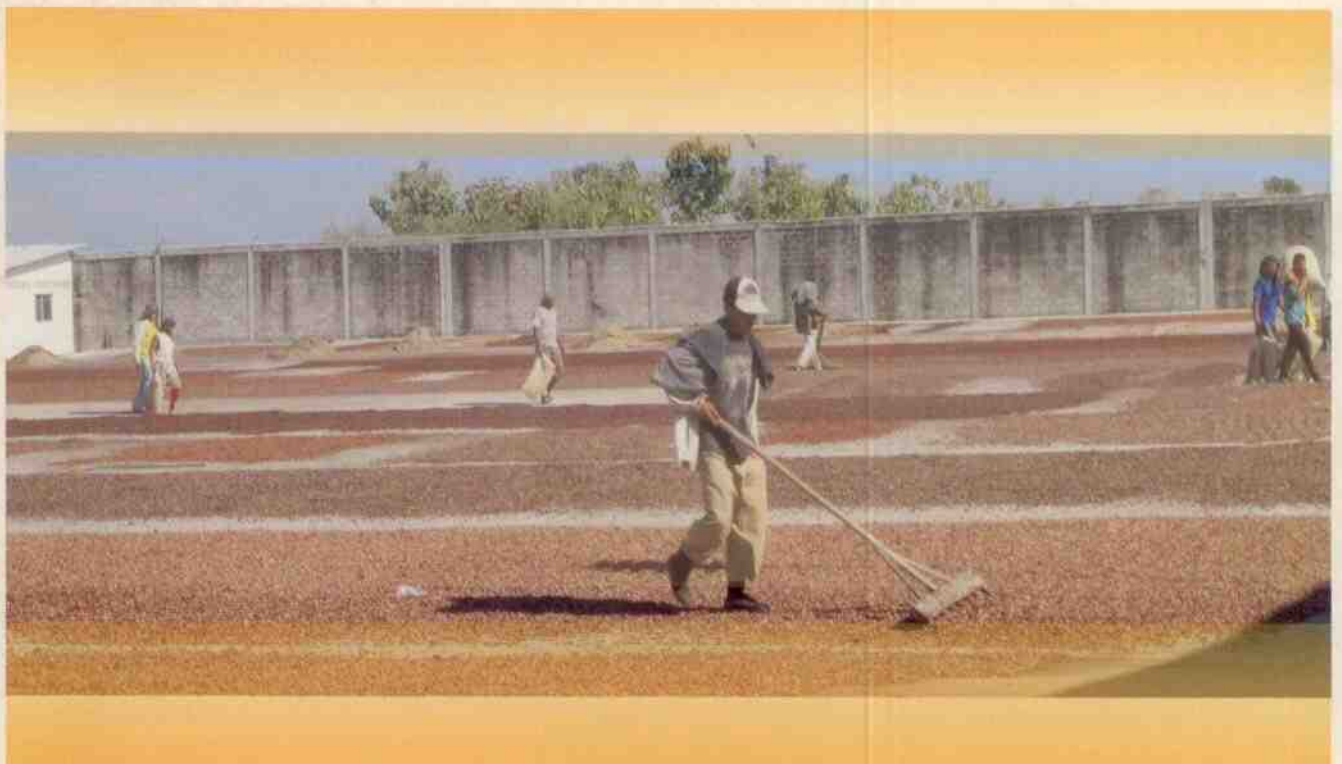
Respecto a los orgánicos la producción no representa ni el 1% de la producción mundial. América Latina representa casi el 80% de la producción mundial. República Dominicana, Perú y Ecuador son los países con mayor producción de cacao orgánico.

3.2. La cadena de cacao a nivel nacional

El cacao es el tercer producto agrícola de exportación y su participación en el año 2008 dentro del PIB total fue del 0,4 %; y dentro de PIB agropecuario del 6,7%. Además, es un importante generador de empleo, pues se estima que aproximadamente 600.000 personas de diversas culturas, etnias, se encuentran vinculadas directamente a la actividad. La cadena de cacao representa el 4 % de la PEA nacional y el 12,5% de la PEA agrícola.

De un total de 100.000 unidades productivas agropecuarias que cultivan actualmente el cacao en Ecuador, el 80% son pequeños productores. Son más de 500.000 ha. de cacao existentes (más del 90% corresponde a cacao Fino y de Aroma), establecidas generalmente en sistemas agroforestales amigables con el medio ambiente.

En la cadena de cacao se incluyen, además de los productores, a actores como los intermediarios que pueden pasar de 1.000 a nivel nacional y que cumplen su rol como de acopio y comercialización interna; las industrias de semielaborados (12), encargadas de procesar el cacao en manteca, pasta y licor; los exportadores de cacao en grano, que son alrededor de 30 empresas generalmente de orden familiar, y que venden al exterior conforme a normas de calidad vigentes.

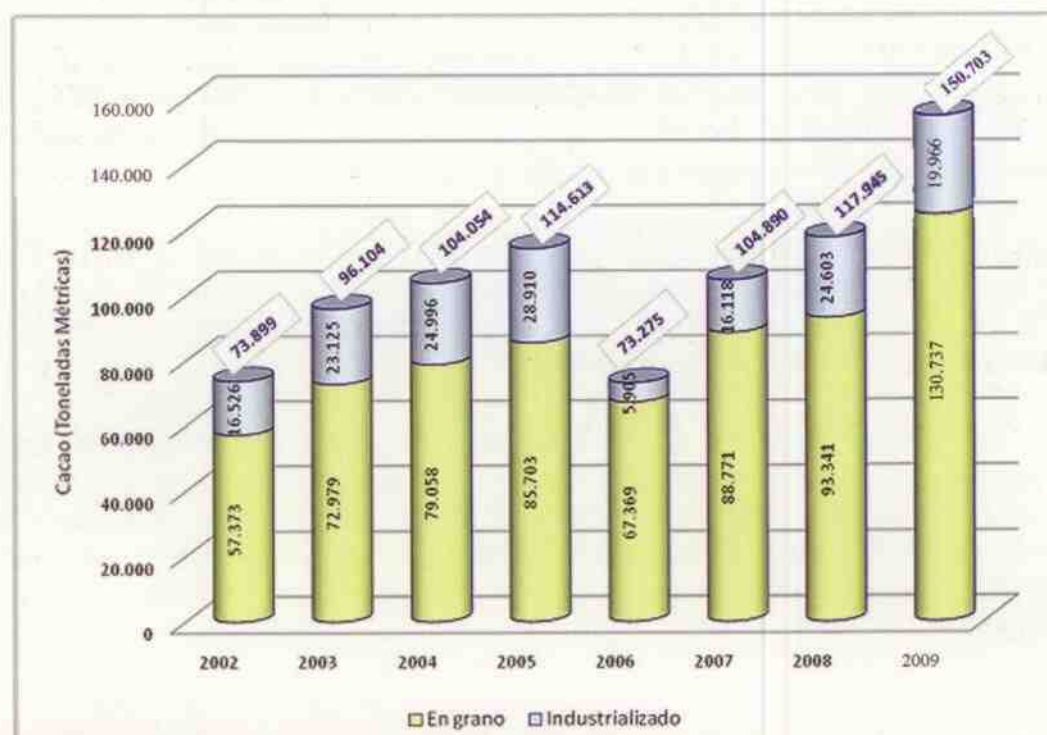


La producción nacional para el año 2009 fue de 150.703 TM, de las cuales el 87% se exportó como cacao en grano y el 13% restante en semielaborados (torta, pasta o licor, manteca,



polvo), y elaborados (chocolates) en varias presentaciones. Del total exportado en grano, el CCN51 alcanza una cifra de 29.470 TM. Son más de 395 millones de dólares en divisas que ingresaron al país por las exportaciones de cacao, en el año 2009.

Figura 4. Exportaciones de cacao del Ecuador, por tipo de presentación. 2002 – 2008.



En lo que se refiere al cacao especial y con certificación (orgánico, Rainforest Alliance, Comercio Justo y de calidad-origen), la superficie certificada para el año 2008 fue de 19.000 ha. con 13.000 familias cacaoteras y la exportación de alrededor de 4.500 TM.

Las principales entidades de apoyo y de prestación de servicios a la cadena de cacao son el MAGAP, INIAP, MIES, INCCA, PLAN ECUADOR y algunos gobiernos provinciales y municipales, como entidades del Estado. Desde el lado no público tenemos al FECD, GTZ, USAID, CAMAREN, DYA y MCCH como las organizaciones de apoyo de mayor relevancia.

Como se presenta en la Figura 4, a lo largo de los últimos años la producción nacional de cacao ha sido variable, la cual ha estado influenciada principalmente por el clima cambiante y sobre todo por el fenómeno de "El Niño". En la Amazonía no existe efecto del fenómeno de El Niño, y la oferta que aquí se produce constituye una reserva importante del Ecuador, que año a año va creciendo.

Respecto al destino del cacao ecuatoriano, en el año 2009 el 48% se exportó a Norteamérica, el 39% a la Unión Europea, el 7% a América Central, el 4% Suramérica, y el 2% a Asia. En tanto a nivel de países compradores se destacan EEUU, Holanda, Alemania, México, Colombia, Bélgica, Italia, Japón y España.

Cuadro 7. Destino de las exportaciones de cacao en grano del año 2009, por continente y según calidades (En TM)

Continente	A.S.E.	A.S.S.	A.S.S.S.	CCN-51	Gran Total
Asia	326		2.728		3.053
Centroamérica	6.255	1.101		2.051	9.407
Europa del Este				0	0
Norteamérica	38.051	4.633	250	19.326	62.260
Oceanía		25			25
Sudamérica	4.202	13		213	4.428
Unión Europea	3.855	31.292	7.942	7.369	50.458
Otro	420	25	150	511	1.105
Gran Total	53.108	36.889	11.070	29.470	130.737

Fuente, ANECACAO, estadísticas de exportación 2009.

Por actores son seis las empresas que abarcan cerca del 50% de las exportaciones ecuatorianas: Transmar Comodity Group, Blommer Chocolate, Walter Matter S. A, ED&F Man Cocoa, Daarnhouwer. Otros consignatarios de menor tamaño son: Mitsubishi Corporation, Cía. Nacional de Chocolates S. A., Itochu International, Touton S. A., Ferrero S. P. A., Orebi et Cie.

Con respecto al consumo per cápita país de cacao transformado a diferentes productos, se estima que asciende a 3.000 TM/año, es decir un aproximado de 0,25Kg/año/habitante, lo cual es muy bajo si comparamos con Colombia que consume 5 veces más, o países como Bélgica que consumen 30 veces superior.

En este segmento de consumo interno, el país tiene mucho por crecer, para ello requiere desarrollar programas de promoción especialmente dirigidos a los niños y jóvenes.

3.3. La cadena de cacao de la Región Amazónica Norte del Ecuador

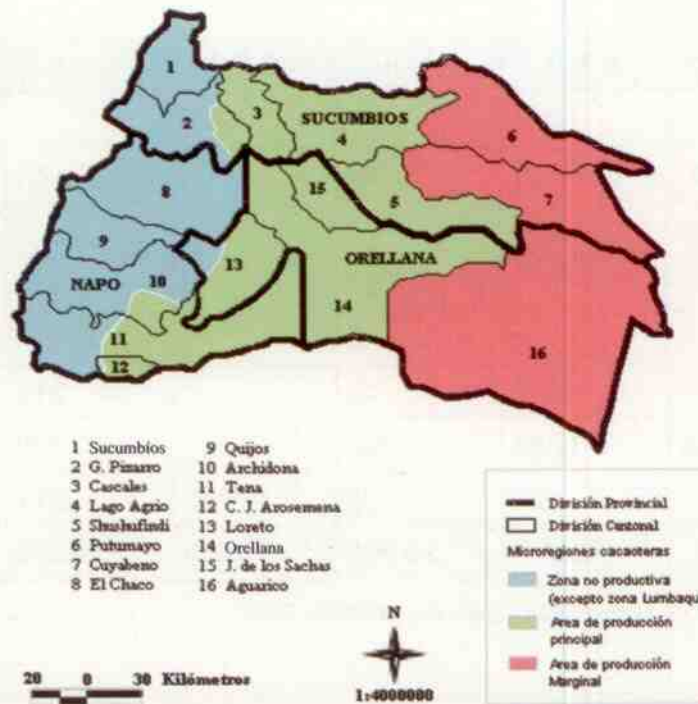
3.3.1. *Zonas de producción de cacao*

Altitudinalmente las zonas aptas para el cultivo de cacao corresponden a aquellas bajo los 1.000 msnm. Las zonas de mayor producción de cacao corresponde a la zona oriental media en donde se encuentran los principales centros poblados y vías de acceso. Esta zona corresponde a los cantones de Gonzalo Pizarro, Cascales, Lago Agrio, Shushufindi, Joya de los Sachas, Francisco de Orellana, Loreto, Tena y Archidona; finalmente se define como zona de producción marginal y en crecimiento a los cantones de Putumayo, Cuyabeno y Aguarico. (Ver siguiente página mapa de Ubicación Macroregión).

La diferencia de un cantón a otro en aptitudes y capacidad productiva actual está relacionada con el patrón de los asentamientos humanos intensivos y las áreas que antes fueron cafetale-
ras. Casi todos los productores que hoy poseen superficies de cacao son aquellos que fueron



**UBICACIÓN DE LA MACROREGIÓN
ÁREAS DE PRODUCCIÓN CACAOTERA**



exclusivamente cafeteros anteriormente. Sin embargo factores relacionados con la calidad de los suelos y el clima también demarcan las áreas de producción. Por ejemplo, las zonas de mayor producción se ubica en cantones como Cascales, Shushufindi y Joya de los Sachas, donde la aptitud de los suelos es adecuada para el cultivo de cacao.

Cuadro 8. Cantones y aptitudes para el cultivo de cacao

Provincia	Cantones	Aptitud para el cultivo de cacao
SUCUMBÍOS	Lago Agrio	Producción principal
	Gonzalo Pizarro	Parcialmente apto
	Putumayo	Parcialmente apto
	Shushufindi	Producción principal
	Sucumbios	No apto
	Cascales	Producción principal
	Cuyabeno	Parcialmente apto
ORELLANA	Orellana	Producción principal
	Aguarico	Parcialmente apto
	Joya de los Sachas	Producción principal
	Loreto	Producción principal
NAPO	Tena	Producción principal
	Archidona	Producción principal
	El Chaco	No apto
	Quijos	No apto
	Carlos Julio A. Tola	Parcialmente apto

Fuente: CCD-GTZ

3.3.2. Caracterización de las fincas de cacao

En la Amazonía Norte (Sucumbíos, Orellana y Napo) se estima que más de 25.000 fincas poseen cultivo de cacao, es decir se multiplicó ésta en más de cuatro veces comparado con apenas las 4.547 fincas que disponían de cacao en el año 2000, según el censo del INEC.

Como se indicó anteriormente, la principal consecuencia de esta evolución rápida se ha debido a la caída de los precios internacionales del café sucedido entre los años 2001-2003. También incidió en esta evolución del cultivo la promoción y asistencia técnica y financiera realizada por diferentes entidades públicas y de la cooperación internacional.

Cuadro 9. Caracterización de las UPA's de cacao de la RANE

Provincia	Total UPA's		% de fincas con cacao		Total UPA's con cacao	
	Censo A. 2000	Año 2008*	Censo A. 2000	Año 2008 **	Censo A. 2000	Año 2008
Sucumbíos	7.898	11.500	20,1	92,0	1590	10.580
Orellana	5.963	10.500	19,7	89,0	1177	9.345
Napo	5.116	8.500	34,7	60,0	1780	5.100
TOTAL	18.977	30.500	23,9	82,0	4547	25.025

Fuentes:

(*) Estimación del Programa PROERA y CISAS-GPS.

(**) % Calculado a partir de una muestra de 1.900 familias de productores encuestadas en Sucumbíos, Orellana y Napo (AMAZNOR, 2008)

Elaboración: Programa AMAZNOR-DYA

Las familias cacaoteras de Orellana y Sucumbíos son en su mayoría mestizos, generalmente son de Loja, Bolívar y Manabí, mientras que en la provincia de Napo las familias cacaoteras son predominantemente indígenas nativos. Del total de indígenas (9.760 familias) que poseen actualmente cacao, el 88% son familias Kichwas y el 12% restante corresponden a las nacionalidades Shuar, Cofán, Huaorani y Secoya, cuyo interés por el cacao se ha generado en los últimos 4 años (AMAZNOR/Plan Ecuador, 2009).



En lo que respecta al nivel asociatividad, el 28% se encuentran cobijados bajo las organizaciones como el Consorcio Aroma Amazónico, APROCASH, San Carlos, 3 de Noviembre, 24 de Mayo, CONAKINO y Kallari. Sin embargo a pesar que un buen porcentaje de los productores cacaoteros trabajan asociativamente en la comercialización, este mismo porcentaje no se refleja en los volúmenes de comercialización, que solo corresponde al 10% del total comercializado desde las tres provincias. La falta de consolidación organizativa genera una falta de fidelidad de los productores en la comercialización de su producto a través de sus gremios.

De acuerdo a una muestra significativa tomada de 2.920 productores certificados de las organizaciones Aroma Amazónico, San Carlos y Kallari, las fincas cacaoteras tienen un promedio de 1,47 ha. de cacao, con un rango de 0,25 ha. hasta 9,0 ha. por productor. Este promedio multiplicado por el número de productores cacaoteros (25.025) arroja un total de 36.796 ha. de cacao existentes en las tres provincias.

Por otro lado, las plantaciones de cacao, están conformadas por un 83% de cacao tipo Nacional Fino y de Aroma y el 17% restante por cacao CCN51 proveniente tanto de clon como de semilla.

En la provincia de Napo solo un 2% de las plantaciones de cacao corresponden al material genético del clon CCN51.



En lo que corresponde a edades de las plantaciones, el mayor porcentaje corresponde a plantaciones jóvenes menores a 5 años, lo que ratifica que la dinámica del cacao en la Amazonía Norte es una cuestión de los últimos años. Efectivamente miles de plantaciones jóvenes se incorporarán a la producción en corto plazo y con ello los volúmenes de oferta de cacao de esta subregión subirán sustancialmente.

3.3.3. Mapa de la cadena de cacao de la Región Amazónica Norte

Como se puede ver en la Figura 6 la cadena de valor del cacao de la Amazonía Norte representa un concepto sistémico con diferentes actores interactuando hacia mercados específicos.

Los actores/operadores y sus funciones principales

La producción de cacao tiene un grupo de encadenamientos que inician a nivel de los productores individuales y asociados que producen cacao en grano y terminan en el mercado interno o externo a través de una red de comerciantes. En este proceso están involucrados varios actores como las unidades de producción asociadas, los comerciantes, la industria local pequeña y mediana, la industria de elaborados, los exportadores de cacao en grano y los procesadores internacionales y consumidores. A continuación se describen las relaciones entre actores:

Los productores individuales: Constituyen alrededor del 72% (18.084), y son principalmente pequeños productores. Estos se relacionan directamente con los intermediarios ubicados desde el pueblo más cercano, puerto pluvial o directamente a aquellos que encuentran en las ciudades claves.



Las asociaciones de productores: Son 8 organizaciones que funcionan con algunas limitaciones y que participan en la producción, acopio y comercialización, dirigiendo el producto a importadores e industria internacional y en otros casos a intermediarios y exportadores nacionales. Se estima que solo el 28% de los productores (6.941) de cacao pertenecen a una asociación de productores, sin embargo los volúmenes entregados a la asociación para su comercialización solamente representa el 10% del volumen total producido en la región.



Los comerciantes/intermediarios: Se estima que pueden haber unos 25 intermediarios a nivel de la Amazonía Norte. Son de diferente capacidad económica dependiendo del volumen de compra y la ubicación de su acopio. De manera estimativa, el 10% de la producción se canaliza a través del intermediario camionero; el 30% lo adquiere el comerciante del pueblo o puerto pluvial más cercano; y el



60% lo compra el intermediario de la cabecera cantonal o capital de provincia. Los comerciantes grandes asentados en Lago Agrio, Sacha y Tena a su vez comercializan con los exportadores de cacao en grano, y en menor cantidad con la industria de elaborados y semielaborados.

Los exportadores de cacao en grano: Son alrededor de 30. Son los acopiadores principales y su producto va al mercado externo sujeto al cumplimiento de normas de calidad que exige la Normativa INEN y otras específicas que acuerdan con sus clientes.



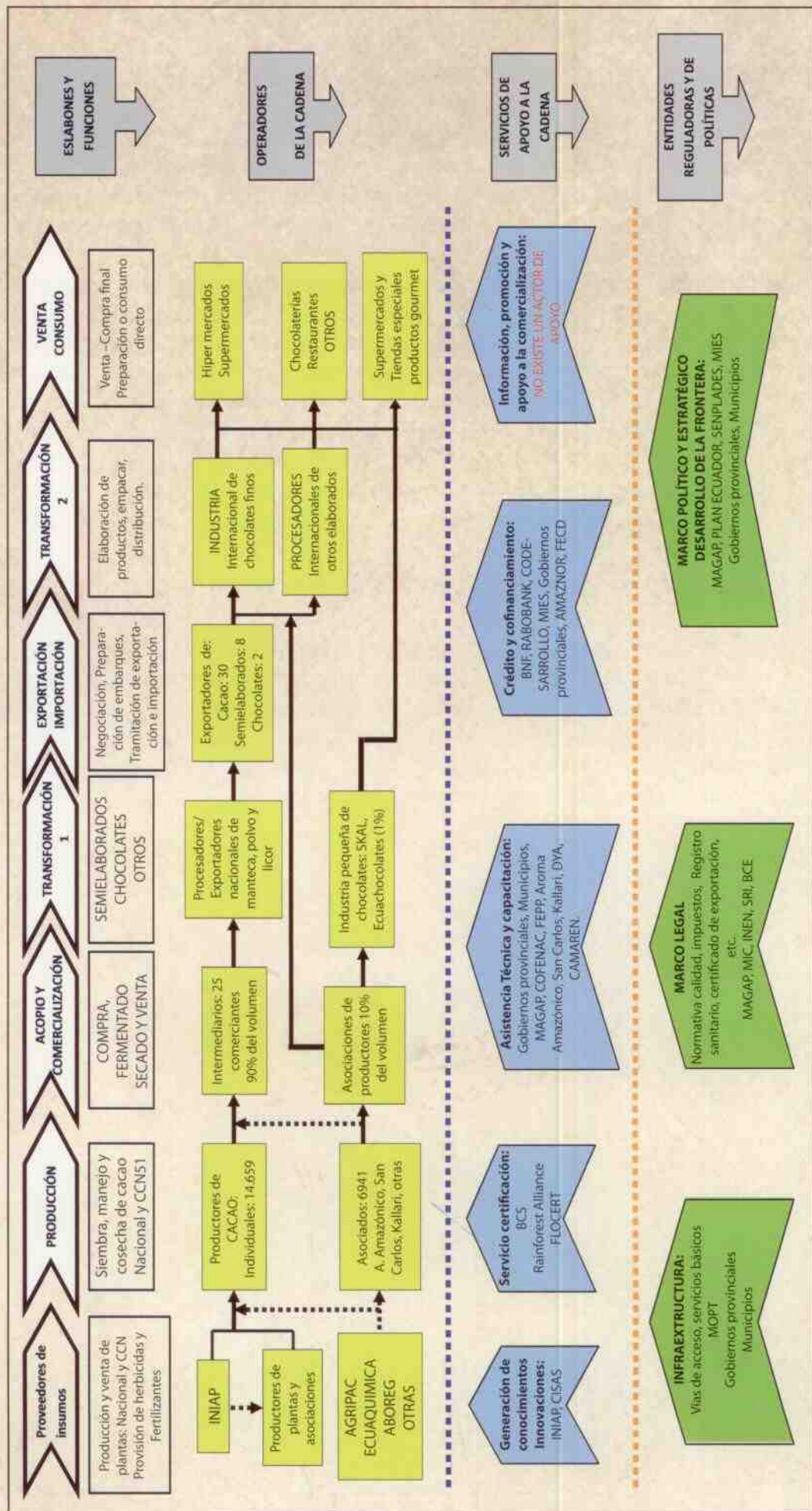
La industria de semielaborados: son los industriales (en muchos casos los mismos exportadores de grano) que procesan el cacao y lo transforman hasta alguna de sus etapas intermedias (manteca, licor). Estas industrias dirigen el cacao procesado hacia el mercado externo y una pequeña parte al mercado nacional.

La industria de elaborados: son los industriales conformados en pequeñas empresas como ECUACHOCOLATES o SKAL, que procesan el cacao hasta productos elaborados como el chocolate. En términos de comercialización, dirigen el producto final hacia el mercado de exportación (previos registros de calidad) o directamente hacia el mercado interno.



Las entidades y servicios de apoyo: Las entidades públicas y privadas de apoyo a la cadena es bastante amplia, sin embargo la cobertura de sus servicios no llega a todos los demandantes en la zona, y la calidad de sus servicios deben ser mejorados.

Figura 6. Mapa de la cadena de la Amazonia



Fuente: Programa AMAZNOR, 2009

Prestadores de servicios operacionales y entidades de apoyo

Los prestadores de servicios operacionales son aquellos que se involucran más cerca al desarrollo de la cadena. Aquí tenemos por ejemplo a los proveedores de insumos: como plantas de cacao, fundas, empaques, pesticidas químicos y orgánicos específicos para el cacao, etc., y a los transportistas: claves en el transporte de productos en toda la cadena de valor.

Las entidades de apoyo, incluyen a todos los actores de la cadena que prestan servicios de apoyo, o que representan el interés común de los actores de la cadena. Entre sus funciones se incluyen, por ejemplo, la investigación pública y el desarrollo de tecnología, acuerdo sobre estándares profesionales, servicios promocionales, apoyo a la comercialización, entre otros. Para el caso de la Amazonía Norte son asumidas por diferentes tipos: públicas como el INIAP, Gobiernos provinciales, Municipios y MIES; privadas como ONG's nacionales e internacionales como el FEPP, FECD, DYA; y de la cooperación como USAID, GTZ y CRS. Un detalle de estas entidades y su posición en la cadena se visualiza en el cuadro 10.

Entidades públicas responsables de las políticas y regulaciones

En el mismo cuadro se presenta las entidades del nivel macro y se refieren a las agencias e instituciones públicas que constituyen el entorno que posibilita los negocios y el desarrollo de la cadena de valor. En el caso de la Amazonía Norte este nivel está compuesto por el Gobierno Nacional representado principalmente en el MAGAP, MIES, SENPLADES y Plan Ecuador, y otros de tipo regulador como AGROCALIDAD, INEN, SRI; por el nivel regional/provincial por los Consejos provinciales y en el local por los Municipios.

Cuadro 10. Entidades de apoyo (políticas de servicios) a la cadena de cacao de la Amazonía Norte

ENTIDADES	SERVICIOS	PRODUCCIÓN	POS-COSECHA	PROCESAMIENTO	COMERCIALIZACIÓN INTERNA	COMERCIALIZACIÓN EXTERNA	ÁMBITO
ENTIDADES DEL ESTADO							
MAGAP	Políticas y normas	X	X		X	X	Nacional
MIES	Co-financiamiento y políticas	X	X				Nacional
PLAN ECUADOR	Políticas y cofinanciamiento	X	X	X	X	X	Frontera norte
SENPLADES	Políticas y Desarrollo regional	X	X				S, O, N
BNF	Crédito	X					
AGROCALIDAD	Normativas	X			X	X	Nacional
INIAP	Investigación, TT, Capacitación.	X	X				Nacional
Municipios (13)	AT, Financiamiento	X	X				S, O, N
Consejos Provinciales (3)	AT, Financiamiento.	X	X				S, O, N
ONG's							
FEPP-Orellana y Napo	AT, Capacitación	X					S, O
FECD	AT, Cofinanciamiento	X	X		X	X	Nac.
D y A	AT, Capacitación	X	X		X		N
COOPERACIÓN INTERNACIONAL							
RABOBANK	Financiamiento				X		
UCODEP	Cofinanciamiento, AT	X	X		X	X	S
GTZ	AT, Cofinanciamiento	X	X			X	Nac.
USAID	Cofinanciamiento, AT	X	X		X	X	Nac.
CRS	Cofinanciamiento, AT	X	X				Nac.

** S= Sucumbios, O= Orellana, N= Napo.

Fuente: Programa AMAZNOR, 2009

4. LA COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA EN EL NORTE DE LA AMAZONÍA

La asociatividad alrededor de la cadena de cacao integra a cerca de 7.000 productores que forman parte de las organizaciones como Aroma Amazónico, San Carlos/3 de Noviembre, 24 de Mayo, CONAKINO y Kallari.

A continuación se presenta una descripción de las características y el desempeño comercial de las principales organizaciones cacaoteras de la Amazonía Norte, en este caso de Kallari, Aroma Amazónico y San Carlos.

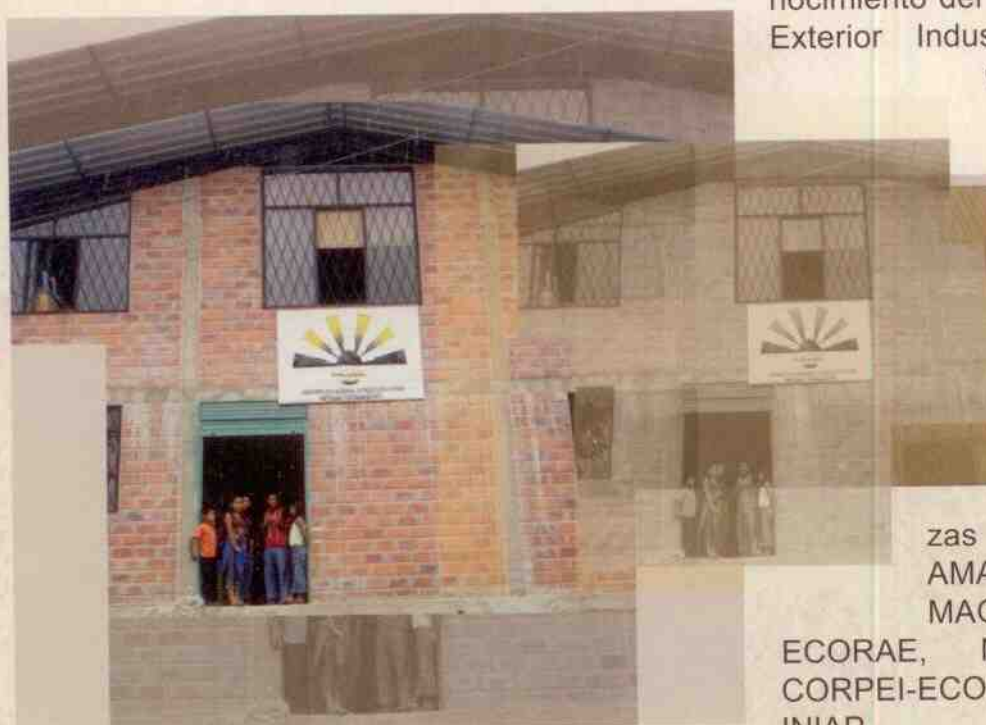
4.1. La Asociación Kallari

4.1.1. *Descripción general*



La Asociación Kallari, cuyo nombre completo es "Asociación Agro Artesanal de Bienes Agrícolas, Pecuarios y Piscícolas de Napo- Kallari", es una organización Kichwa que agrupa legalmente a 22 comunidades con alrededor de 400 familias socias jurídicas; adicionalmente incorpora a 1.629 familias como "socios comerciales" en la compra de cacao.

La organización Kallari, tiene su vida jurídica desde el 10 de diciembre del 2003, bajo el reconocimiento del Ministerio de Comercio Exterior Industrialización, Pesca y Competitividad.



Desde 1999, tiene experiencia en ejecución directa de proyectos en toda la cadena productiva del cacao que benefician actualmente a 2029 familias para lo cual ha desarrollado en su historial alianzas con el Programa

AMAZNOR, FECD, GTZ, MAGAP, ARD-PRONORTE, ECORAE, Municipio de Tena, CORPEI-ECOBONA, CRS-USDA y el INIAP.

La Asociación Kallari, está ubicada en la provincia de Napo, donde predominan sistemas agroforestales tradicionales manejados por los Kichwas. Manteniendo una costumbre milenaria, el cacao de los pequeños productores asociados a Kallari crece entre frutas y árboles maderables amazónicos, yuca y otros cultivos, en las denominadas "chacras". El cacao de Kallari es un producto de exportación de alta calidad, cuyo principal destino es el mercado europeo, donde es utilizado como un insumo elemental para elaborar chocolates de primera clase.

Las 2.029 familias de pequeños productores que directa o indirectamente se benefician del

trabajo de Kallari a través de la venta y exportación de cacao amazónico de alta calidad, presentan al mundo su identidad cultural y costumbres propias de los Kichwas del alto Napo.

Adicionalmente, en una ambiciosa iniciativa, Kallari ha incursionado en la elaboración de barras de chocolate, comercializados bajo una marca propia "Kallari", con los cuales buscan satisfacer a los más exigentes paladares en los Estados Unidos como también en el mercado ecuatoriano.



El desarrollo rápido de Kallari y su promoción a nivel mundial es muy destacable, lo que ha generado el interés de compradores de cacao y consumidores de chocolate por adquirir sus productos. Así la demanda actual de cacao supera en al menos 3 veces la oferta.

El reto actual de la Asociación Kallari es aumentar la capacidad de oferta de cacao, para lo cual busca aliados estratégicos para incrementar la siembra de plantaciones nuevas, certificación de una mayor superficie, mejoramiento de la infraestructura de poscosecha asociativa y fortalecimiento de las capacidades de los pequeños productores para la comercialización directa hacia estos mercados especiales.

4.1.2. Caracterización de los beneficiarios

La zona de acción de la Asociación Kallari involucra con servicios de comercialización a 2.029 familias de 144 comunidades de los cantones Tena, Archidona y Arosemena Tola de las cuales como se puede distinguir en el Cuadro 11, incluyen a socios jurídicos y a socios comerciales o proveedores de cacao. En lo que respecta a la distribución por género de las personas que se encuentran al frente de la finca, el 70,8% son hombres y el 29,2% mujeres. La mayoría de las familias beneficiarias de Kallari son indígenas Kichwas (97%) y un menor porcentaje de familias Colonos Mestizos (3%).

Cuadro 11. Caracterización del total de beneficiarios de la Asociación Kallari

Caracterización de los beneficiarios	Unidad	Valor
Total de familias (socias jurídicas y socias comerciales):	No.	2029
Total comunidades (socias jurídicas y socias comerciales):	No	144
Familias socias jurídicas:	No.	400
Comunidades socias jurídicas:	No.	22
Familias socias comerciales:	No.	1629
Comunidades socias comerciales:	No.	122
Jefes de Familia	%	
Hombres:		70,80
Mujeres:		29,20
Etnias/nacionalidades	%	%
Kichwas:		97
Colonos mestizos:		3

Fuente: Registros de Kallari y base de datos de la comercialización, 2009



4.1.3. Uso actual del suelo en las comunidades de Kallari

Según la información georenferencial realizada en el año 2008 y de los registros de 416 fincas de Kallari (Cuadro 12), los bosques primarios prevalecen como el principal uso del suelo que corresponde al 41,3%, el realce (20,2%), mientras que para los principales cultivos, el cacao ocupa el 14,6%, seguido del rubro pastos con 10,4%, café con 2,5% y otros cultivos de subsistencias con 11,0%.



Esta situación refleja la cultura de los productores Kichwas de Kallari, que es conservar los recursos naturales, a través de la aplicación de un sistema productivo diversificado y con enfoque agroforestal sostenible.

Cuadro 12. Uso actual del suelo de las familias de Kallari

CULTIVO	Ha/finca	%
Bosque Primario	4,06	41,3
Realce	1,99	20,2
Cacao	1,44	14,6
Café	0,25	2,5
Pastos	1,03	10,4
Otros	1,08	11,0
Total	9,85	100

Fuente: Registros de 416 fincas de Kallari, 2008
Estudio de Georeferenciación para el cacao en fincas certificadas, 2008



4.1.4. Superficie de cacao por variedades

De acuerdo con las encuestas realizadas con ocasión del registro de información de las fincas para la certificación orgánica, se encontró que los socios de la asociación Kallari, se caracterizan por ser "productores de cacao Nacional Fino y de Aroma" debido a que el 97,8% de las plantaciones corresponden a este tipo de cacao. Solo un 2,2% de las plantaciones de cacao corresponden al material genético del clon CCN51 (Cuadro 13). Esta información es una buena noticia para la Asociación Kallari y para sus mercados, por cuanto en comparación con las otras zonas productoras de cacao del norte de la Amazonía, el riesgo de mezcla entre tipos de cacaos es casi nulo.



Cuadro 13. Superficie de cacao por variedades

Variedad de cacao	%
Cacao Nacional	97.8
Clon CCN-51	2.2
TOTAL	100

Fuente: Registros y encuestas para la certificación orgánica, 2008

4.1.5. Fincas y superficies certificadas

La Asociación Kallari posee dos tipos de certificaciones (Rainforest Alliance y Orgánica). En el año 2009 se han implementado las dos certificaciones en 839 fincas, que incorporan una superficie de 1.060 Ha. de cacao tipo Nacional.

4.1.6. Poscosecha e infraestructura disponible

Las comunidades de Kallari han tenido un importante progreso en el manejo de la calidad. El pequeño productor ya no tiene que hacer la poscosecha en su finca, por que generalmente carece de infraestructura adecuada de fermentación o secado. Desde el 2005 la Asociación Kallari compra cacao limpio y fresco (baba) a sus asociados y concentra las actividades de fermentación y secado en centros de acopio, con lo cual se ha podido alcanzar niveles de calidad homogénea y parámetros acorde con las necesidades de los clientes.

Cuenta con tres centros de acopio, los mismos que están ubicados en

sitios estratégicos. El centro matriz se encuentra en Tena (Pepa de Oro) y los dos restantes están en las parroquias Shandía y Talag. Cada una de las infraestructuras cuenta con módulos de fermentadores, marquesinas y su respectiva bodega, a más de los equipos necesarios como balanza mecánica y de precisión.

Los centros de acopio matriz Pepa de Oro (Huertos Familiares) y de Talag, tienen la capacidad de procesar 120 qq/semana cada uno, lo que representa un total de 960 qq/mes; mientras que el centro de acopio de Shandía tiene la capacidad de procesar 30 qq/semana, alcanzando a procesar 120 qq/mes, (Cuadro 14). Kallari con su infraestructura instalada actualmente tiene la capacidad de procesar 1.080 qq/mes de cacao en baba, lo que significa obtener al mes 385,7 qq/mes de cacao seco, con un potencial para el periodo anual de cosecha (6 meses/año) de 2.314 qq (105 TM).



Cuadro 14. Infraestructura y equipos de post cosecha disponible

Centro de acopio	Componentes	No.	Capacidad y/o área
Pepa de Oro	Marquesina	3	400 m ²
	Modulo fermentación (cajones)	36	120 qq/semana
	Bodega	1	120 m ²
	Limpiadora/Clasificadora	1	-
	Secadora a gas	1	-
	Balanza mecánica	1	-
	Balanza de precisión	1	-
	Determinador de humedad	1	-
	Bidones y/o tanques plásticos*	12	-
Shandía	Marquesina	1	96 m ²
	Módulo fermentación (cajones)	9	30 qq/semana
	Bodega	1	120 m ²
	Balanza mecánica	1	-
Talag	Marquesina	1	96 m ²
	Módulo fermentación (cajones)	18	120 qq/semana
	Bodega	1	120 m ²
	Balanza mecánica	1	-

* Para el acopio del cacao en baba

La fermentación, es realizada en cajas de madera (módulos de fermentación) por un periodo de 4 a 5 días con lo cual se obtiene de 75 a 85% de almendras bien fermentadas. Mientras que el secado se realiza en tendales tipo marquesina utilizando la luz solar por un periodo de 7 a 9 días hasta obtener un 7% de humedad. La limpieza del producto, clasificación y preparación de los embarques se hace muy cuidadosamente en el centro de acopio principal "Pepa de Oro".



4.1.7. Sistema de comercialización y mercados

El sistema de comercialización que tiene Kallari es del tipo asociativo, donde intervienen productores socios directos y comerciales, realizando la compra del cacao en baba en sus centros de acopio, con la finalidad de tener un producto homogéneo y de buena calidad, esto facilita el control de la trazabilidad del producto final a comercializar.

La asociación Kallari tiene definidos dos mercados: cacao en grano y barras de chocolate.

El principal mercado para la venta directa de cacao en grano (pasando por COFINA como prestador de servicio de exportación) es la Empresa FELCHLIN de Suiza con la cual Kallari tiene suscrito un acuerdo comercial de largo plazo. En la cosecha 2009 se vendió 3 contenedores de 12,5 TM, con la posibilidad cierta de incrementarse a 5 contenedores en el futuro, dependiendo de la oferta que pueda desarrollar la Asociación.

El segundo canal de comercialización es la venta de barras de chocolate con la marca Kallari (pasando por Ecuatoriana de Chocolates como prestador de servicio de maquila) a Whole Foods de Estados Unidos.

En el siguiente esquema se visualiza los canales de comercialización para el mercado en grano y barras de chocolate. Estos canales son directos desde el pequeño productor organizado y rompe el esquema tradicional de intermediación.

Figura 7. Canal de comercialización de Kallari.



En el Cuadro 15, se aprecian los volúmenes de cacao en grano que ha comercializado la organización Kallari desde el año 2006 hasta el 2009, que alcanza un total de 160,14 TM. El producto fue comercializado a COFINA (mercado nacional) 63,14 TM y a FELCHLIN (mercado internacional) 97,0 TM de cacao en grano.

En relación a la comercialización de barras de chocolates, Kallari tiene en el mercado dos tipos de barras, de 50 y 70g. Mediante la maquila en Salinerito han obtenido 63.000 barras de 50g, de las cuales 15.730 barras se han comercializado en el mercado nacional (Hotel Marriott, Cafetería de Kallari en Quito y otros) y 28.380 barras en el mercado internacional, especialmente a EEUU.



Cuadro 15. Volúmenes de cacao en grano comercializados durante tres años (2006-2008).

Año	COFINA	Max Felchlin	Total
2006	14,59	12,5	27,09
2007	15,73	12,5	28,23
2008	15,70	37,5	53,20
2009	17,12	33,5	50,62
TOTAL	63,14	97,0	160,14

Fuente: Registros de la Asociación Kallari



Cuadro 16. Volúmenes de barras de chocolate (50g) comercializadas

Año	No. barras	Mercado		
		Nacional*	EEUU	Promoción
2006	18.000	3.600	9.400	5.000
2007	27.000	6.200	13.200	7.600
2008	18.000	5.930	5.780	6.290
2009	12.000	9.000	3.000	

* Cafetería Kallari en Quito, Hotel Marriott y otros

Fuente: Registros de la asociación Kallari

En lo que corresponde a las barras de chocolates de 70g, cuya maquila desde el 2008 se realiza en Ecuatoriana de Chocolates se ha obtenido un total de 370.000 barras en el periodo 2008-2009, que son comercializadas en EEUU (cadena Whole Foods).



4.1.8. Ingresos por venta de cacao

El promedio de productividad de los cacaotales de Kallari es de apenas 1,44 qq/ha/año, y el volumen promedio vendido por agricultor es de 2,51 qq de cacao seco. El precio promedio anual pagado en la cosecha del 2008 fue de \$ 121,48 dólares/qq, lo que significa un ingreso total anual por familia de \$ 305,30 dólares, (Cuadro 17). A pesar del precio alto pagado por Kallari a sus socios, los ingresos familiares generados por el cacao siguen siendo bajos. Hay dos causas principales y son la baja productividad de las plantaciones (generalmente viejas y sin manejo) y la superficie promedio de cacao por finca que es un poco más de 1 ha.

Cuadro 17. Productividad e ingresos medidos en productores tipo con certificación orgánica.

Concepto	Unidad	Cantidad
Productividad	qq/ha	1,44
Volumen vendido/productor	qq cacao seco	2,51
Precio promedio/qq seco	US\$	121,48
Valor de ventas cacao	US\$/finca/año	305,30

Fuente: Promedio obtenido de 98 productores al azar. Kallari, 2008



4.1.9. Programa de Producción Futura

Cada familia productora Kichwa tiene un promedio de 1,44 ha. de cacao (1 ha. de cacao viejo en producción y 0,44 ha. de plantación nueva) y se estima que con la asistencia técnica y capacitación de varios proyectos, la productividad de las plantaciones viejas subirá a 3 qq en el año 2010 y a 4qq/ha en el 2011.

Adicionalmente Kallari con el apoyo de entidades como CRS-USDA, INIAP, GTZ, MIES y MAGAP, desde el año 2008 implementa un programa de siembra de 1.000 ha. de cacao injerto tipo Nacional Fino y de Aroma, cuya producción comenzará en el 2011 con un promedio de 2 qq/ha/año y una proyección de al menos 8 qq/ha/año en el año 2013.



En función de lo anterior se programa producir y acopiar los siguientes volúmenes de cacao seco, provenientes de las plantaciones viejas existentes y de las nuevas establecidas:

Cuadro 18. Proyección de producción y acopio (en qq de cacao seco)

Cosecha (AÑO)	No. familias comerciales	Tipo de plantación	Ha. en producción	Productividad qq/ha/año	Producción total	Proyección de acopio por Kallari (60% del total)
2010	2.500	Viejas manejadas	1.500	3	4.500	2.700
2011	3.000	Viejas manejadas	1.500	4	6.000	7.200
		Nueva (1er año de producción)	1.000	2	2.000	
2012	3.000	Viejas manejadas	1.500	4	6.000	9.600
		Nueva (2do año de producción)	1.000	5	5.000	
2013	3.000	Viejas manejadas	1.500	4	6.000	10.800
		Nueva (3er año de producción)	1.000	8	8.000	

4.2. Aroma Amazónico Cía. Ltda



4.2.1. Descripción general

AROMA AMAZÓNICO, es una empresa privada legalmente constituida bajo escritura pública otorgada ante el Notario Primero del Cantón Lago Agrio y aprobada por la Superintendencia de Compañías mediante resolución 08.QJ.001951 el 6 de junio de 2008; Aroma Amazónico está constituida por 13 organizaciones de pequeños productores de cacao y café de las provincias de Sucumbíos (10) y Orellana (3), legalmente constituidas, con personería jurídica y demás documentos reglamentarios que exige la ley; actualmente integran Aroma Amazónico 1.620 pequeños productores jurídicos dentro de las asociaciones.

La idea de constituir un sistema comercial propio de los productores nace desde el año 2003, durante la ejecución de un proyecto productivo para el establecimiento y manejo del cultivo de cacao en los cantones Cascales y Lago Agrio, como producto de varios foros cacaoteros desarrollados por todos los organismos de desarrollo presentes en las provincias de Sucumbíos, Orellana y Napo, contando con la asesoría de la GTZ-GESOREN; a partir del año 2005 inicia el desarrollo del proyecto "Impulso a la comercialización asociativa de cacao en la provincia de Sucumbíos, frontera Nor-Oriental amazónica" financiado por el programa AMAZNOR (Pertenece al Plan Ecuador), con el cual se cristaliza la constitución del sistema empresarial Aroma Amazónico; a partir de esta fecha se genera una amplia experiencia en la construcción de centros de acopio o beneficio para cacao y a su vez en la comercialización de cacao y café.



El mercadeo de cacao en grano realizado por Aroma Amazónico está dirigido a la industria de chocolates finos en el ámbito nacional e internacional, sin embargo se está emprendiendo la elaboración de barras de chocolate con el fin de iniciar un proceso de promoción de Aroma Amazónico en las diferentes ferias nacionales e internacionales, buscando la posibilidad de incursionar en el mercadeo de barras de chocolates en un futuro; el mercadeo de café robusta



se realiza hasta ahora hacia el mercado nacional, pero se adelanta un proceso de mejoramiento del beneficio del grano para acceder a mercados internacionales de calidad.

4.2.2. Caracterización de los beneficiarios

Los beneficiarios productores de cacao y café en primer lugar están integrados a asociaciones jurídicas y estas a su vez están integradas al sistema empresarial "Aroma Amazónico". Las organizaciones están distribuidas en los 5 cantones de la provincia de Sucumbíos y 3 de la provincia de Orellana; las comunidades corresponden a familias de colonos en un 46% y 54% a nacionalidades indígenas. Actualmente las familias que reciben el servicio de comercialización de cacao y café son alrededor de 1.850.



4.2.3. Uso actual del suelo

Con base en el levantamiento de la información para la certificación de plantaciones de cacao, encontramos que el tamaño promedio de las fincas es de 28 hectáreas entre las cuales el

Cuadro 19. Caracterización de los beneficiarios de Aroma Amazónico

<i>Caracterización de los beneficiarios</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>
Total de familias (socias jurídicas y socias comerciales):	No.	1850
Total organizaciones (socias jurídicas y socias comerciales):	No	15
Familias socias jurídicas:	No.	1620
Organizaciones socias jurídicas:	No.	13
Familias socias comerciales:	No.	230
Organizaciones socias comerciales:	No.	2
Jefes de Familia	%	
Hombres:		72
Mujeres:		28
Etnias/nacionalidades	%	%
Indígenas:		54
Colonos mestizos:		46

Fuente: Base de datos del sistema empresarial Aroma Amazónico 2008

bosque primario prevalece con el 52% y junto con el rastrojo ocupan las dos terceras partes y una tercera parte está cultivada en pastos, cacao, café y otros productos de consumo familiar, tal como se muestra en el Cuadro 20; esto nos indica la importancia de fortalecer a las familias

con el mejoramiento de la productividad del cultivo de cacao con el fin de que los recursos naturales (bosque primario) sea una prioridad de la sostenibilidad ambiental.

Cuadro 20. Uso actual del suelo de las familias de Aroma Amazónico

CULTIVO	Ha/finca	%
Bosque Primario	14,5	52,0
(Realce) Rastrojo	4,2	15,0
Cacao	2,4	8,5
Café	0,9	3,0
Pastos	3,5	12,5
Otros	2,5	9,0
Total	28	100,0

Fuente: Registros de agricultores en certificación RFA y Orgánica, 2008

4.2.4. Superficie de cacao por variedades

Los productores de cacao integrados a asociaciones socias de Aroma Amazónico manejan actualmente 3.235 hectáreas de cacao, de las cuales el 79% corresponde a cacao Nacional Fino y de Aroma y el 21% al clon CCN-51, ver Cuadro 21. El crecimiento de las plantaciones de CCN-51 está generando un problema para la comercialización porque el productor lo mezcla con el tipo Nacional con el afán de recibir mejores ingresos. Aroma Amazónico está buscando apoyo para reemplazar las plantaciones de cacao establecidas por semilla, por clones de cacao tipo Nacional de alto rendimiento seleccionados y probados por el INIAP en la región.

Cuadro 21. Superficie de cacao por variedades

Variedad de cacao	Has.	%
Cacao Nacional	2.563	79
Clon CCN-51	672	21
TOTAL	3.235	100

Fuente: Registros de certificación RFA y orgánica - 2008

4.2.5. Fincas y superficies certificadas

Como se observa en el Cuadro 22, Aroma Amazónico cuenta con 2.026 fincas involucradas en procesos de certificación orgánica de las cuales 1.118 fincas están certificadas y las demás en proceso. La superficie de cacao vinculada al proceso de certificación orgánica es de 2.745 hectáreas; el promedio por agricultor es de 1,8 hectáreas de cacao en producción.

4.2.6. Poscosecha e infraestructura disponible

El beneficio de cacao realizado por Aroma Amazónico se realiza en centros de acopio manejados por cada una de las organizaciones socias; durante el año 2005 se construyó los centros de acopio y a partir de 2006 se inició el desarrollo del mercado de cacao dándole el beneficio técnico para obtener alta calidad.



El procedimiento para desarrollar el proceso de beneficio inicia en la finca de los productores con la cosecha, haciendo una selección previa de las mazorcas sanas y con maduración adecuada; el transporte de las almendras frescas (cacao en baba) desde la finca al centro de acopio se lo realiza en fundas plásticas y sacos de yute limpios; en el centro de acopio administrado por cada asociación, se hace la recepción y compra del cacao fresco, previa una calificación por calidad y se procede a pagarle al productor en este mismo momento.



Las almendras frescas (en baba) se ponen a fermentar en las cajas de madera por 4 días con remociones a las 24 y 72 horas, donde se alcanza una fermentación de 80 a 85%; luego pasa al secado en marquesinas solares por 6 días aproximadamente; si se hace necesario por condiciones de mucha lluvia y poco sol, el grano pasa a terminar su secado en las secadoras a gas, hasta obtener 7% de humedad; posteriormente el grano se empaca en sacos de yute y se almacena en la bodega hasta por 20 días como máximo, mientras es trasladado al centro de acopio matriz.

En el centro de acopio matriz se recibe el cacao seco proveniente de todos los centros de acopio filiales, donde se procede a zarandear para eliminar las impurezas y a clasificar por tamaños; luego se homogeniza la humedad al 7%, se empaca y se pesa cada qq/100 lbs; pasa luego a la bodega donde se hace el etiquetado con el código de trazabilidad y se almacena cumpliendo las normas de certificación. Finalmente se transporta en camiones calificados hasta las industrias en Quito o a Guayaquil a la empresa exportadora.

4.2.7. Sistema de comercialización y mercados

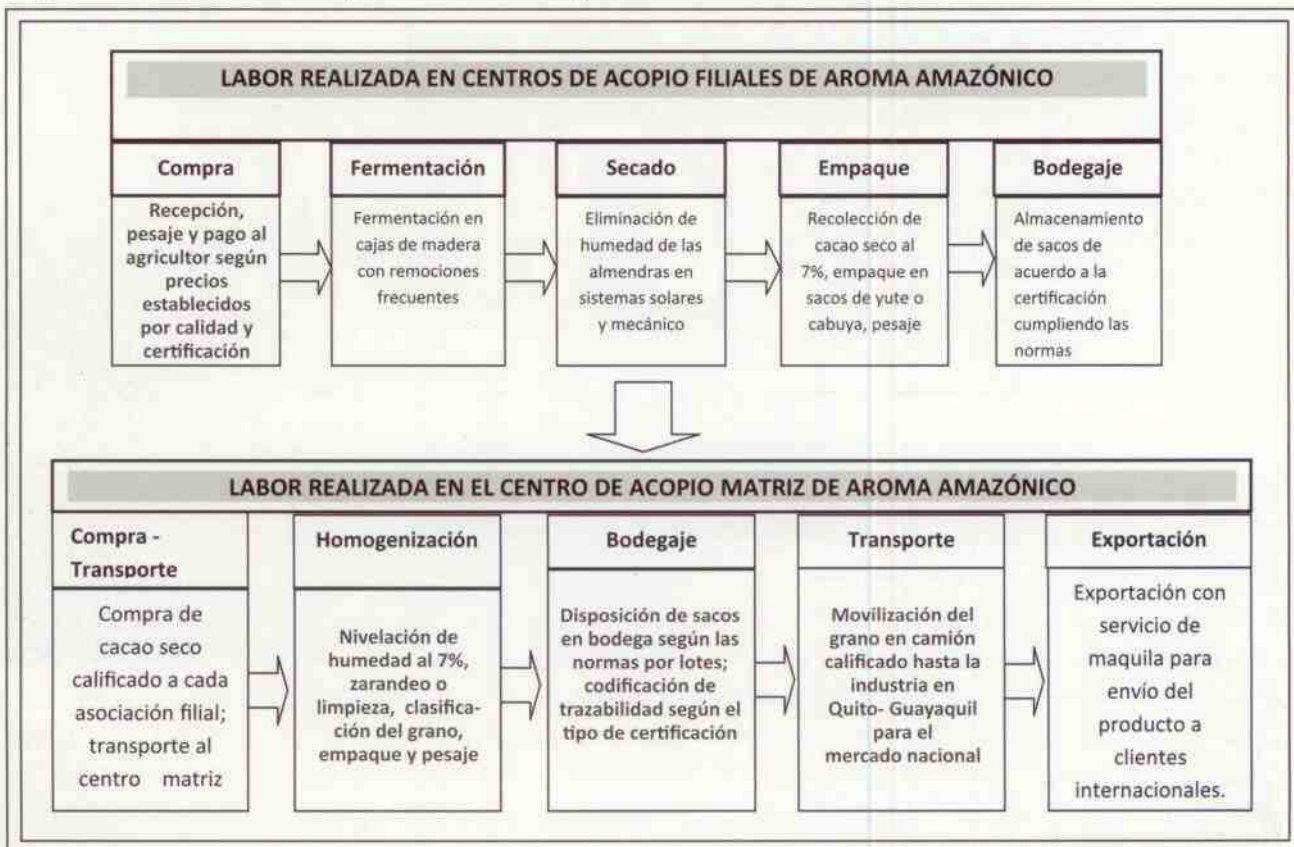
El mercadeo de cacao desde los pequeños productores lo realiza cada una de las asociaciones en sus centros de acopio mediante la compra del cacao en baba, haciendo el pago de inmediato al socio; el proceso de beneficio y administración del centro de acopio lo realiza la asociación hasta el momento de venderle el cacao seco a Aroma Amazónico.

Aroma Amazónico genera todos los reglamentos administrativos y de calidad del producto que son implementados por sus asociaciones socias para garantizar la calidad del producto, el buen servicio al productor y la sostenibilidad comercial de las asociaciones.

Aroma Amazónico se encarga de ubicar el mercado para el cacao seco como único producto de venta por ahora; pone los precios que deben pagar las asociaciones y compra finalmente el producto seco; las asociaciones reciben de Aroma Amazónico el precio pactado por el producto más los costos administrativos generados y adicional obtiene una utilidad por cada quintal de cacao entregado.



Figura 8. Diagrama del flujo Comercial Empresarial de Aroma Amazónico



Una vez comprado el cacao seco a las asociaciones, Aroma Amazónico homogeniza la calidad del producto en el centro de acopio matriz y procede a entregarlo a cada una de las industrias con las cuales ha realizado compromisos de venta tanto a nivel nacional como internacional.

En este momento Aroma Amazónico está haciendo pruebas en la elaboración de barras de chocolates a través de Ecuatoriana de Chocolates como maquiladora, con el fin de establecer un mercado de barras al mercado nacional e internacional. En la Figura 9 se esquematiza el sistema comercial de Aroma Amazónico.

Actualmente Aroma Amazónico ofrece el servicio de compra a productores socios y no socios a un total de 1.850 familias a través de los 13 centros de acopio propios de las asociaciones.

Como se observa, el Cuadro 23, la comercialización de cacao en grano se realizó con la industria nacional y la internacional. El mayor volumen vendido fue a la compañía



Figura 9. Canal de comercialización de Aroma Amazónico.



KRAFT a través de la exportadora COFINA, con el sello Rainforest Alliance. Los demás volúmenes fueron vendidos a la industria de chocolates finos para exportación, Yachana Gourmet, Ecuatoriana de Chocolates y SKS FARMS. La empresa INALNAPO realizó la compra para exportar luego a Francia; las empresas PINCAY y SOL DE ORIENTE son empresas locales (Lago Agrio) intermediarias a las cuales se les vendió el cacao que no calificó para la industria de alta calidad.

Cuadro 23. Volúmenes de cacao comercializados (2007-2009).

AÑO	qq	Valor total de ventas en US\$
2007	2.638	824.777
2008	2.312	
2009	1.638	

Fuente: Registros de mercadeo Aroma Amazónico

4.2.8. Ingresos por venta de cacao

La productividad promedio del cacao tipo Nacional es de apenas 3,5qq por hectárea considerado como bajo, debido al tipo de material sembrado (por semilla), pero además por el mal manejo, y afectación por el complejo de enfermedades Monilia y Escoba de bruja; se ha calculado que un productor pierde hasta más del 60% de la producción por causa de estas enfermedades.

El precio promedio pagado al productor ha sido de US\$ 118 por quintal de cacao seco de buena calidad, mientras que el precio promedio pagado por los intermediarios está alrededor de US\$ 94, generando una diferencia de US\$ 24/qq seco frente al intermediario; sin embargo los productores aún no están conformes con este precio pagado por Aroma Amazónico en razón a las altas pérdidas que les ocasiona el complejo de enfermedades, les es mejor vender al intermediario quien les compra todo el grano sin medir la calidad.



Cuadro 24. Productividad e ingresos medidos en productores tipo, con certificación.

Concepto	Unidad	Cantidad
Productividad promedio	qq/ha	3,5
Volumen vendido/productor	qq cacao seco	5,6
Precio promedio/qq seco	US\$	118
Valor de ventas cacao	US\$/finca/año	660

Fuente: Aroma Amazónico, análisis de ingresos por productor 2008

4.2.9. Programa de Producción Futura

Por efectos de manejo de plantaciones y baja rentabilidad por hectárea del cacao tipo Nacional, se prevé que los productores al menos mantengan las plantaciones actualmente sembradas. Más del 80% de las plantaciones existentes son nuevas entre 3 y 5 años por lo que se espera un incremento en la producción hasta un promedio de 4qq/ha/año. El crecimiento en número de productores certificados orgánicos depende mucho de la diferencia del precio pagado por las organizaciones socias de Aroma Amazónico con respecto al pagado por los intermediarios y esto a su vez depende de la ubicación de mercados especiales que estén dispuestos a pagar precios competitivos por este producto certificado. No se prevé un crecimiento en número de hectáreas de cacao tipo Nacional mientras no se le dé un apoyo al productor con nuevos materiales que le represente una producción promedio por arriba de los 10 qq/ha/año, con el alto riesgo que si no se cuenta con este apoyo, los productores acelerarán la siembra del clon CCN-51.

Por los altos costos que representa para los pequeños productores, el manejo del cultivo del cacao con certificación orgánica, especialmente por manejo de malezas, no hay suficiente motivación para el ingreso a la certificación orgánica a no ser que los precios pagados sean realmente buenos que compense los costos de producción y compitan ampliamente con lo precios pagados por la intermediación.

En el Cuadro 25, se refleja la proyección de producción y comercialización que pudiera estar manejando Aroma Amazónico en los próximos 4 años.

Cuadro 25. Proyección de producción de cacao certificado orgánico y acopio

Cosecha (AÑO)	No. familias comerciales	Tipo de plantación	Ha. en producción	Productividad qq/ha/año	Producción total	Proyección de acopio por A. Amazónico (60% del total)
2010	1.500	Nuevas con manejo tradicionales	3.000	4	12.000	60%
2011	2.000	Nuevas con manejo tradicionales	4.000	4	16.000	65%
2012	2.500	Nuevas con manejo tradicionales	4.500	4	18.000	70%
2013	2.500	Nuevas con manejo tradicionales	4.500	4	18.000	75%

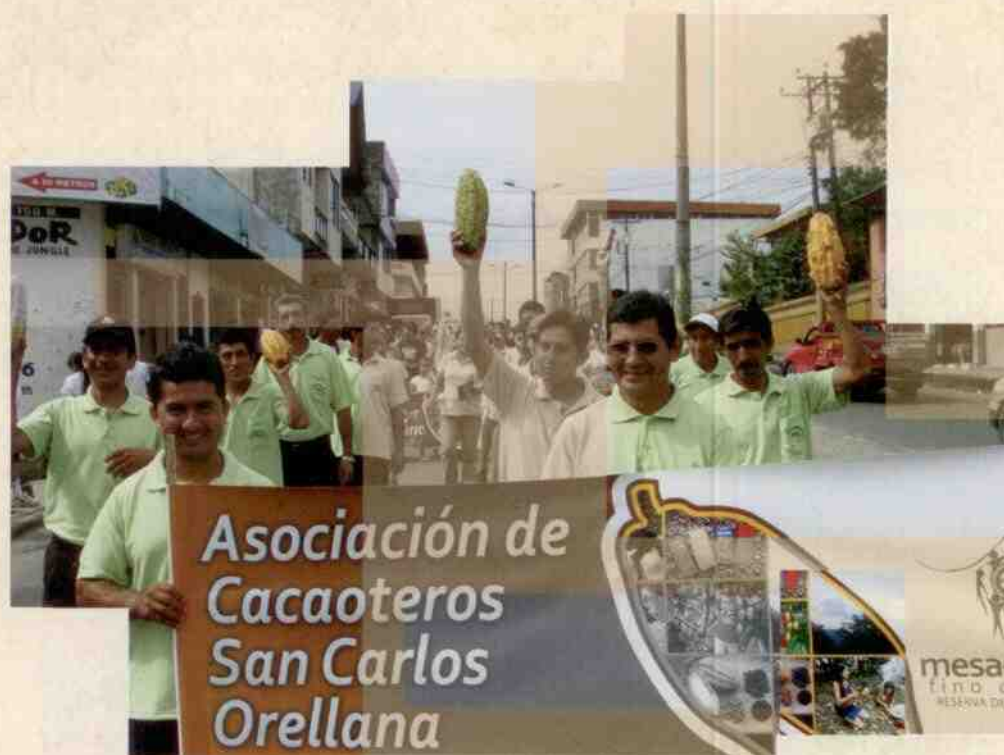
4.3. Asociación de Productores San Carlos



4.3.1. Descripción general

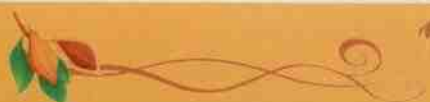
La Asociación de Productores de cacao San Carlos, fue legalmente constituida el 02 de febrero del 2005 mediante Acuerdo Ministerial No.007 del Ministerio de Agricultura y Ganadería, con domicilio en la parroquia San Carlos, Cantón La Joya de los Sachas, provincia de Orellana, Su misión es: Velar porque los productores de cacao de la región amazónica reciban un precio justo por su producto cacao, mediante la comercialización conjunta para venta directa a empresas procesadoras ubicadas en el ámbito nacional como internacional.

En agosto del año 2004, el Fondo Canadiense de Cooperación para el Desarrollo FECD, implementó el Proyecto de Desarrollo Sustentable en el Cantón La Joya de los Sachas (PRODESS), orientado a: Fortalecimiento organizativo y desarrollo de la cadena de cacao. Desde el año 2006, el Programa AMAZNOR se integró en el apoyo a la Asociación con el Proyecto denominado "Comercialización Asociativa de cacao de calidad con fines de exportación en la provincia de Orellana", destinado a apoyar la construcción de infraestructura básica de tres centros de acopio, certificación, organización y capital para comercialización entre otros rubros.



Además se contó con apoyo adicional complementario por parte del Gobierno del Cantón Joya de los Sachas, Consejo Provincial de Orellana, GTZ-GESOREN, MAGAP y PRONORTE.

Desde el año 2006, se comercializa cacao fino de aroma, con los parámetros de calidad exigidos por el mercado internacional como la empresa alemana Kraft a través del Exportador Cofina. Se paga al productor una diferencia de precio con respecto al intermediario del 42% y desde que inició la Asociación a comercializar se obtuvo un incremento en el precio del 155%.



La Asociación tiene implementado un sistema de manejo administrativo, comercial, trazabilidad, logístico, contable/financiero. Cuenta con 2 centros de acopio y otro con la asociación 3 de Noviembre totalmente habilitados para acopiar y dar el manejo respectivo de poscosecha, además de una bodega ubicada en la cabecera cantonal (Sacha), con el propósito de acopiar cacao.

Son 41 comunidades que se encuentran vinculadas a este proceso de comercialización: 1 de Mayo, 10 de Agosto, 24 de Mayo, 3 de Noviembre, Agrupación Manabita, Comuna San Carlos, Cordillera del Cóndor, El Oro, El Progreso, Freddy Silva, Juan Montalvo, La Calumeña, La Independencia, Los Ángeles, Nueva Jerusalén ; Nueva Renovación, Nueva Tungurahua, Pepa de Oro, Pimampiro, Precooperativa Arenillas, Río Blanco, Río Napo, San Pablo, San Pablo Norte, San Ramón, Santa Lucía, Unión Chimboracense, Valladolid y Virgen del Carmen.

4.3.2. Caracterización de los beneficiarios

La zona de acción de la Asociación San Carlos involucra con servicios de comercialización a 875 familias, de las cuales como se puede distinguir en el Cuadro 26, incluyen a socios jurídicos y socios comerciales o proveedores de cacao.

En lo que respecta a la distribución por género, los jefes de Hogar hombres son el 72,74%, y las mujeres el 27,26%.

En lo que respecta a la presencia de etnias, las familias beneficiarias de San Carlos están compuestas mayoritariamente por Colonos (84 %) y un menor porcentaje de familias Kichwas (16 %).

Cuadro 26. Caracterización de los beneficiarios

Caracterización de los beneficiarios	Unidad	Valor
Total de familias (socias jurídicas y socias comerciales):	No.	871
Total comunidades (socias jurídicas y socias comerciales):	No	41
Familias socias jurídicas:	No.	66
Comunidades socias jurídicas:	No.	3
Familias socias comerciales:	No.	805
Comunidades socias comerciales:	No.	38
Jefes de Familia	%	
Hombres:		72,74
Mujeres:		27,26
Etnias/nacionalidades	%	%
Kichwas:		15,93
Colonos mestizos:		84,07

Fuente: Registros de San Carlos y base de datos de la comercialización, 2009

4.3.3. Uso actual del suelo en la Asociación San Carlos

Según la información procesada en base a registros de 300 fincas socias (orgánicas) de San Carlos, los pastos prevalecen como el principal uso del suelo que corresponde al 41.86%, el

bosque primario ocupa el 33,82%, el realce (11,68%), mientras que para los principales cultivos, el cacao ocupa el 8,23%, café con 2,27% y otros cultivos de subsistencias con 2,14%.

Cuadro 27. Uso actual del suelo

CULTIVO	Ha/finca	%
Bosque Primario	7.44	33,82
Realce	2.57	11,68
Cacao	1.81	8,23
Café	0.50	2,27
Pastos	9.21	41,86
Otros	0.47	2,14
Total	22,00	100,00

Fuente: Registros de 300 fincas de San Carlos, 2008

4.3.4. Superficie de cacao por variedades

De acuerdo con las encuestas realizadas con ocasión del registro de información de las fincas para la certificación orgánica, se encontró que los socios de la Asociación San Carlos, se caracterizan por ser "productores de cacao Nacional Fino y de Aroma" debido a que el 81,96% de las plantaciones corresponden a este tipo de cacao. El 18,04% de las plantaciones de cacao corresponden al material genético del clon CCN51 (Cuadro 28).

Cuadro 28. Superficie de cacao por variedades

Variedad de cacao	%
Cacao Nacional	81,96
Clon CCN-51	18,04
TOTAL	100,00

Fuente: Registros y encuestas para la certificación orgánica, 2008

4.3.5. Fincas y superficies certificadas

La Asociación San Carlos posee dos tipos de certificaciones (Rainforest Alliance y Orgánica). A finales del 2009 son 871 productores que poseen la certificación orgánica que abarcan alrededor de 1.350 ha. de cacao.

4.3.6. Poscosecha e infraestructura disponible

En lo que respecta al manejo poscosecha de cacao, las comunidades de San Carlos han tenido un importante progreso. El pequeño productor ya no tiene que hacer esta tarea compleja en su finca que generalmente carece de infraestructura adecuada de fermentación o secado. Desde el 2006 la Asociación San Carlos compra cacao limpio y fresco (escurrido y baba) a sus asociados y concentra las actividades de fermentación y secado en centros de acopio, con lo cual se ha podido alcanzar niveles de calidad homogénea, parámetros y estándares de calidad exigidos por los clientes.





Dispone de tres centros de acopio con infraestructura básica, los mismos que están ubicados en sitios estratégicos. El centro principal se encuentra en la parroquia San Carlos Nuevo (desde el 2009) en donde se va a concentrar el mayor volumen y manejo de poscosecha del cacao acopiado, el segundo centro en la misma parroquia, y el otro está ubicado en la parroquia 3 de Noviembre. Cada una de las infraestructuras cuenta con módulos de fermentación, tendal-marquesinas, tendales, guardiolas (secadoras), clasificadoras, oficinas y su respectiva bodega, a más de los equipos necesarios como balanza mecánica, detectores de humedad entre otros implementos.

San Carlos con su infraestructura instalada actualmente tiene la capacidad de procesar 2.816 qq/mes de cacao escurrido y baba, lo que significa obtener al mes 981 qq/mes de cacao seco procesado aproximadamente. Potencial para el periodo anual de cosecha (6 meses/año) de 5.886 qq (267 TM).

La fermentación, es realizada en cajas de madera (módulos de fermentación) por un periodo de 5 a 6 días con lo cual se obtiene de 75 a 85% de almendras bien fermentadas. Mientras que el secado se realiza en tendales tipo marquesina utilizando la luz solar por un periodo de 7 a 9 días hasta obtener un 7% de humedad. La limpieza del producto, clasificación y preparación de los embarques se lo realiza cuidadosamente en el centro de acopio principal "San Carlos Nuevo".

4.3.7. Sistema de comercialización y mercados

El sistema de comercialización que tiene San Carlos es del tipo asociativo, donde intervienen productores socios directos y comerciales, realizando la compra del cacao fresco en sus

centros de acopio, con la finalidad de tener un producto homogéneo y de buena calidad, esto facilita el control de la trazabilidad del producto final a comercializar.

El principal mercado para la venta directa de cacao en grano ha sido durante estos tres años de comercialización las empresas KRAFT, Cofina S.A. y Yachana Gourmet. En el periodo 2007-2009 se vendió 3.565 qq (162 TM) de cacao en grano por un valor de US\$ 576.077.

Cuadro 29. Comercialización de cacao en el periodo 2007-2009

AÑO	qq	Valor total de ventas en US\$
2007	915	576.077
2008	1.473	
2009	1.177	

Fuente: Registros de mercadeo de San Carlos

La principal preocupación de San Carlos es la no concreción de acuerdos comerciales fijos a mediano y largo plazo. Con el aumento de la oferta de cacao orgánico es necesario emprender un proceso de promoción y acceso a mercados.

4.3.8. Programa de Producción Futura

Cada familia productora de San Carlos tiene un promedio de 1,5 ha. de cacao (cacao viejo en producción) y se estima que con el apoyo de la asistencia técnica y capacitación de varios proyectos, la productividad de las plantaciones viejas subirá a 5 qq en el año 2010, y a 6 qq/ha en el 2011

Como consecuencia de las capacitaciones y asistencia técnica por parte del programa AMAZNOR, INIAP, GTZ-Gesoren y otros se considera que se podrá sembrar 300 hectáreas con variedades mejoradas resistentes a plagas y enfermedades entre ellas los superárboles y clones del INIAP, a partir del 2009-2010 con la que se espera conseguir una productividad por hectárea de 20 a 25 qq/año, cuya producción comenzará en el año 2012.

En función de lo anterior se programa producir y acopiar en qq de cacao seco provenientes de las plantaciones viejas existentes y de las nuevas establecidas, en los siguientes volúmenes:



Cuadro 30. Proyección de producción y acopio

Cosecha (AÑO)	No. familias comerciales	Tipo de plantación	Ha. en producción	Productividad qq/ha/año	Producción total	Proyección de acopio por San Carlos (50% del total)
2010	1.000	Viejas manejadas	1.000	5	5.000	2.500
2011	1.200	Viejas manejadas	1.200	6	7.200	6.600
2012	1.500	Viejas manejadas	1.500	6	9.000	
		Nueva superárboles (2do año de producción)	300	20	6.000	7.500
2013	1.500	Viejas manejadas	1.500	6	9.000	
		Nueva superárboles (3er año de producción)	300	25	7.500	8.250

5. ¿CACAO TIPO NACIONAL O CCN51?

5.1. Problemática y riesgos

Los pequeños productores que producen cacao Nacional, tienen también cultivos de CCN51. Igualmente, acopiadores y exportadores compran ambos tipos. Sin embargo, por desconocimiento o por conveniencia se mezclan los dos tipos de cacao produciéndose uno de los problemas más serios de calidad para el país y que ocasiona severas preocupaciones desde el mercado internacional.

Los compradores internacionales buscan en el cacao Nacional su sabor floral único y característico, además del sabor a cacao, entre otros. Por otro lado en el CCN51 encuentran, cuando está bien fermentado, sabores a cacao y sus propiedades de rendimiento superior para la extracción de manteca (Benitez, 2008). Cuando el cacao está mezclado, las propiedades de ambos tipos se opacan.



La norma INEN 176 que regula la calidad del cacao en el Ecuador, hasta el 2002 no separaba el cacao Nacional del CCN51. Solamente con el Acuerdo Ministerial No. 02-503 del MICIP del 26 de diciembre de 2002, se norman categorías separadas para el CCN51 y el cacao Nacional Arriba con sus subcategorías. Actualmente está en vigencia, el Acuerdo Ministerial No. 060 del 5 de julio de 2005 del MAGAP, el cual señala que no deben existir mezclas entre ambos tipos de cacao, en las exportaciones.

La problemática se ha producido principalmente por falta de conocimiento, y por una visión de corto plazo y poco colectivo de muchos actores. No se manejan conceptos de cadena valor ni se tiene conciencia real sobre el hecho de evitar las mezclas, al igual que otros parámetros de calidad, no depende de un solo eslabón sino de todos.

A nivel de productor, en numerosos casos, existe desconocimiento de la influencia del manejo separado en la calidad final del producto. Adicionalmente, el trabajo de manejo separado no es reconocido por el comprador nacional (intermediario, procesador o exportador) con un precio



diferenciado lo que confunde a los agricultores quienes no justifican el por qué hacerlo. También el tamaño superior de la almendra del CCN51 y su productividad inciden en el aumento de volúmenes recibiendo mayores ingresos por las ventas.

A nivel de intermediarios, la situación es similar por lo que no exigen a sus proveedores el manejo separado de las dos variedades de cacao ya que a su vez los exportadores tampoco exigen suficiente.

Otra causa que origina el problema es la proliferación de viveros informales de cacao "Nacional" que ofrecen materiales sin garantía ni información de respaldo, que puede derivar en problemas



posteriores en la producción y consecuencias económicas para los productores y por tanto desaliento para continuar produciendo. Así, al desconocer las características de los mismos, existen riesgos respecto a: baja productividad, poca resistencia a plagas, incompatibilidad de cruzamiento y bajos perfiles organolépticos. Igualmente, al no conocer la adaptabilidad de los materiales a ciertas zonas, las características que se expresan en un lugar pueden no ser igual de positivas que en otro.

Por otro lado, el problema de falta de disponibilidad de plantas garantizadas, ha causado que muchos productores, seleccionen materiales de sus propias fincas. En los centros de investigación como INIAP, para la selección de materiales se parte de miles de árboles que después de un proceso de experimentación de varios años, terminan en menos de una decena. Esto, porque es necesario generar gran cantidad de información para poder disminuir la incertidumbre frente a la mayor cantidad posible de variables. Cuando un productor selecciona un material de su finca, se arriesga a que le resulte bueno o malo porque no controla el factor incertidumbre y las probabilidades con tan extenso número de variables se amplían de manera muy significativa (Benítez, 2008).

En lo referente al ambiente, el cultivo de cacao Nacional ha sido manejado tradicionalmente con prácticas amigables, entre otras, los sistemas agroforestales. Sin embargo, la baja productividad puede empujar a los agricultores a buscar alternativas como el uso de agroquímicos para mejorarla. Por otro lado, la proliferación de siembras de CCN51 con tendencia de manejo en monocultivo, amenaza zonas sensibles como la Amazonía, visto que este tipo de manejo no se adapta a sus condiciones.

DIFERENCIAS ENTRE CACAOS NACIONAL Y CCN-51
 Cada variedad tiene su mercado, **COMERCIALIZASLAS POR SEPARADO**

Es los mismos está el futuro de la producción

Secuencia para diferenciar	CCN-51	Complejo Nacional
1. Verificar que se trate de la variedad CCN-51 o Nacional. Verificar el tamaño de la almendra.		
2. Comparar con fotos de referencias de CCN-51 y Nacional.		
3. Verificar que la almendra sea de tamaño superior a la Nacional.		
4. Verificar que la almendra sea de tamaño superior a la Nacional.		
5. Verificar que la almendra sea de tamaño superior a la Nacional.		

COMPARACIÓN DE CARACTERÍSTICAS:

Característica	CACAOS NACIONAL	CACAOS CCN-51
DESCRIPCIÓN: Origen de la variedad: Nacional	Nacional	CCN-51
ALMENDRAS: Tamaño superior a la Nacional	Menor	Mayor
ALMENDRAS REDON: Forma superior a la Nacional	Menor	Mayor
VALORES DIFERENCIALES DE ALMENDRAS REDON: Superior a la Nacional	Menor	Mayor
ALMENDRAS REDON: Forma superior a la Nacional	Menor	Mayor
VALORES DIFERENCIALES DE ALMENDRAS REDON: Superior a la Nacional	Menor	Mayor

Elaborado por: INIAP - Estación Experimental Central Amazónica

Entidades como INIAP, MAGAP, GTZ y ANECACAO, entre otras, han trabajado en la promoción de la no mezcla de las variedades de cacao, lográndose disminuir la mezcla. Esta aseveración se confirma porque en los dos últimos años se aumentó sustancialmente las exportaciones del cacao CCN51 en las estadísticas que lleva ANECACAO, pasando de 1.456 TM en el 2006 a 18.767 TM en el 2008 y a 29.470TM en el año 2009. En las Asociaciones de productores que están abarcando todos los procesos de la cadena de valor y comercializando su cacao a mercados nicho, los problemas de mezcla son totalmente controlados.

En organizaciones como San Carlos y Aroma Amazónico, existe una cantidad significativa de CCN51 entre los socios. Por ello, se han diseñado sistemas de manejo separado de variedades y actualmente están trabajando en la búsqueda de mercados de valor para el CCN51 de manera que se pueda dar salida a la producción a mejores precios que los actuales.

5.2. Opiniones de los compradores internacionales acerca del cacao ecuatoriano Nacional y CCN51

El estudio de LMC INTERNATIONAL 2008, realizado para GTZ, recaba las opiniones de los compradores de cacao de la Unión Europea y EEUU a través de entrevistas y cuestionarios, tanto en el mercado convencional como en el especializado, incluyendo sus percepciones sobre el cacao ecuatoriano y las posibilidades de uso y futuras perspectivas, tanto para el Nacional como el CCN1.

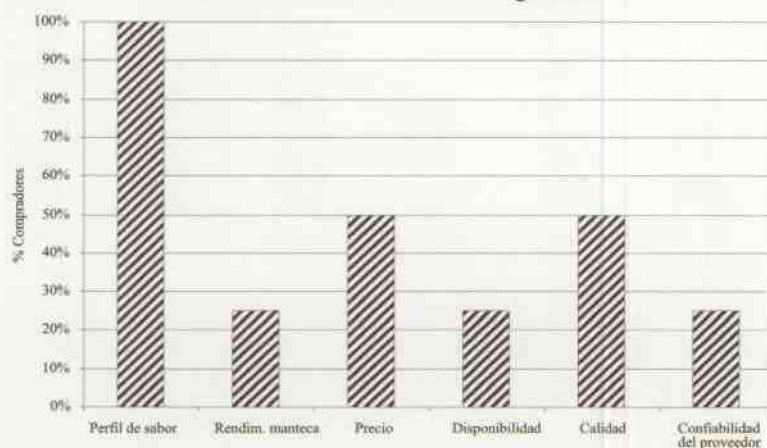
Acerca de su percepción general sobre el cacao de Ecuador, como respuesta, lo describieron como un reconocido cacao Fino o de Aroma, altamente apreciado por su sabor floral. Sin embargo, consideran que su reputación está en riesgo por las mezclas de cacao Nacional y CCN51 antes de ser exportado, lo cual destruye su perfil de sabor.

Aparte del problema de las mezclas, algunos compradores convencionales también expresaron su preocupación con respecto a que la calidad del cacao Nacional se está deteriorando debido al mal manejo post-cosecha, es decir, fermentación y secado de los granos.

5.2.1. Factores que influyen en la elección entre los diferentes orígenes

Para los fabricantes de chocolates, el principal factor es el sabor, seguido por el precio y la calidad. También se mencionó el rendimiento en materia grasa, la disponibilidad y confiabilidad del proveedor.

Figura 10: ¿Qué factores influyen en su elección de granos/ productos de cacao entre los diferentes orígenes?



Fuente: LCM, 2008



5.2.2. Comparación entre el cacao de Ecuador y el de otros orígenes

La mayoría de los compradores consideran que el cacao peruano y el venezolano son diferentes al tipo Nacional, y todos los compradores consideraron que el cacao Nacional es diferente al de Ghana e Indonesia. Sin embargo, están divididos en partes iguales con respecto a la similitud entre CCN51 y el cacao de Ghana e Indonesia.

Cuadro 31. Calificación de los compradores del cacao de otros orígenes, frente al ecuatoriano

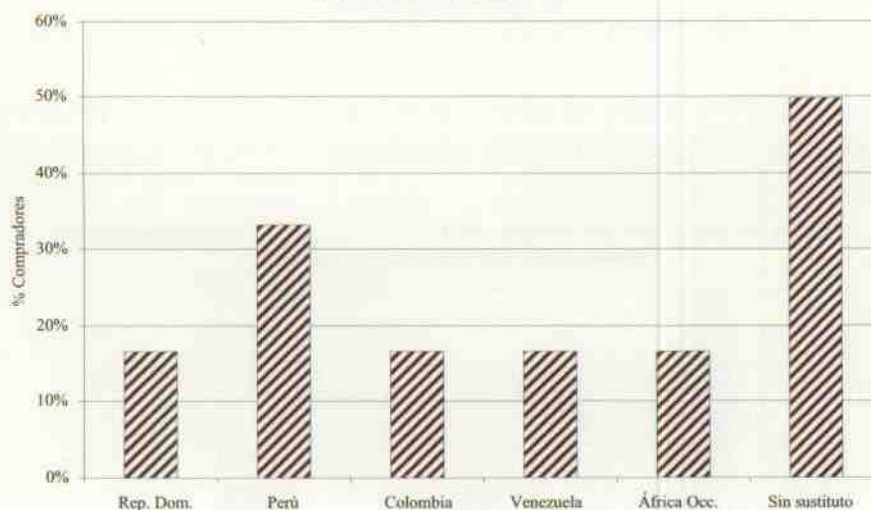
	Tipo Nacional		CCN51	
	Similar	Diferente		
Perú	Similar	33%	Similar	n.a.
	Diferente	67%	Diferente	n.a.
Venezuela	Similar	20%	Similar	n.a.
	Diferente	80%	Diferente	n.a.
Ghana	Similar	0%	Similar	50%
	Diferente	100%	Diferente	50%
Indonesia	Similar	0%	Similar	50%
	Diferente	100%	Diferente	50%

n.a. = no aplicable

Fuente: LCM, 2008

Continuando con este tema, se preguntó a los compradores qué orígenes podrían utilizar, si no consiguiesen Nacional ni CCN51. Con respecto al cacao Nacional, la mitad de los compradores consideró que no había sustitutos disponibles, mientras que un tercio pensó que podría usar cacao peruano (aunque probablemente los volúmenes serían insuficientes). Menos del 20% de los encuestados indicó, como otros orígenes, a República Dominicana, Colombia y Venezuela (si bien los volúmenes serían también demasiado pequeños), así como a África Occidental refiriéndose principalmente a Ghana (Figura 11).

Figura 11: ¿Si no se consiguiera cacao Nacional, qué otros orígenes podría Usted utilizar?

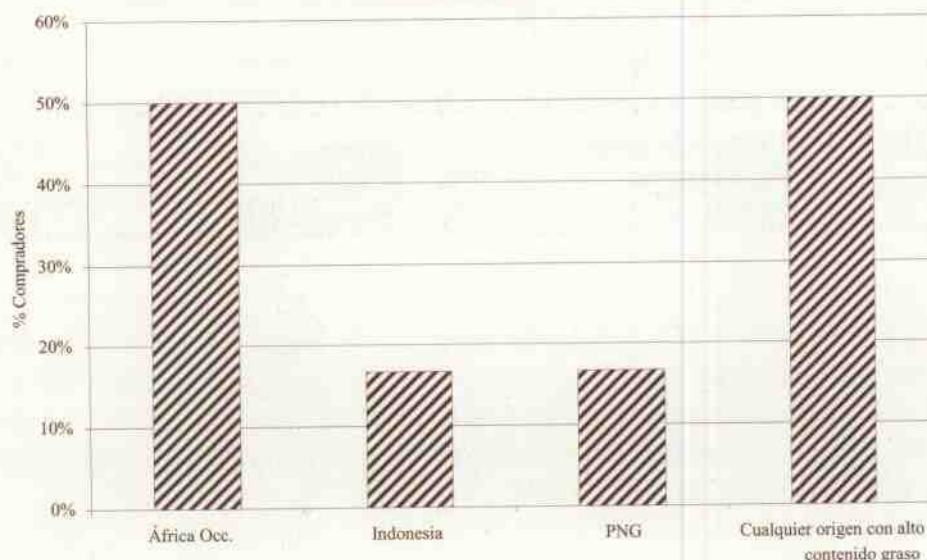


Fuente: LCM, 2008

Con respecto al cacao CCN51, la mitad de los compradores consideró que podría usar el cacao de África Occidental, mientras que menos del 20% mencionó a Indonesia y a Papúa Nueva

Guinea como orígenes alternativos. La mitad también mencionó que podría usar cualquier origen con alto contenido graso (Figura 12).

Figura 12: ¿Si no se consiguiera cacao CCN51, qué otros orígenes podría Usted utilizar?



Fuente: LCM, 2008

5.2.3. Posibilidades de utilización del cacao CCN51

Todos los compradores reconocieron la importancia de desarrollar un mercado separado para el CCN51, recalcando que la mezcla de CCN51 y Nacional estaba poniendo en serio peligro las perspectivas del mercado para este último.

La opinión general fue que el CCN51 tiene valor para prensado o extracción de manteca, dado su gran tamaño y su relativamente alto contenido graso. Mientras que se conoce que los procesadores norteamericanos ya están utilizando cacao CCN51, varios compradores mencionaron que el mercado sudamericano tiene un potencial considerable.

Si el cacao CCN51 fuese dirigido hacia el mercado americano de prensado, explotaría su ventaja comparativa en términos de costos de transporte con respecto al cacao de África Occidental e Indonesia, otorgando a los exportadores, a la vez, el incentivo para reducir las mezclas.

5.2.4. Evaluación de los tipos de cacao de Ecuador

Se pidió a los compradores que describan las fortalezas y debilidades de cada tipo de cacao. Todos los encuestados consideraron que el sabor era la principal fortaleza del cacao Nacional, mientras que los problemas interrelacionados de disponibilidad y mezclas con CCN51 eran las principales debilidades. El contenido graso y el rendimiento constituían las principales fortalezas del CCN51, mientras que los compradores consideraban que la falta de sabor era la principal debilidad. (Ver siguiente página cuadro 32)

El 60% de los compradores evaluó al cacao Nacional como muy bueno por su aroma y el 50% de los mismos por su gusto/sabor, mientras que los restantes lo consideraron bueno. Un tercio

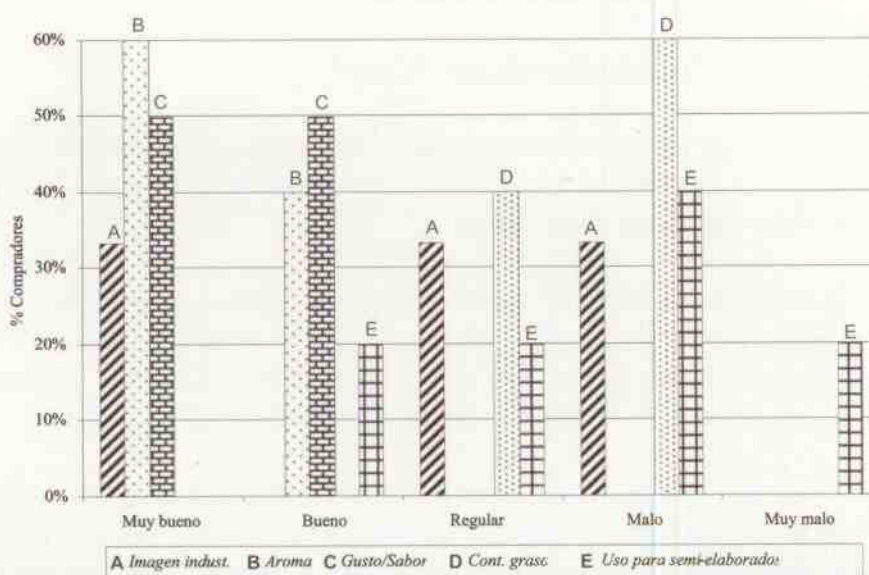


Cuadro 32. Evaluación de los compradores respecto a fortalezas y debilidades de los tipos de cacao

Tipo	Fortalezas	%	Debilidades	%
Nacional	Sabor	100%	Falta de disponibilidad y la mezcla	67%
	Rendimiento	17%	Mucho desecho	33%
	Imagen	17%	Productividad baja	17%
CCN51	Contenido graso	67%	Sabor	67%
	Rendimiento	67%	Precio	17%
	Precio	17%	Sostenibilidad	17%

de los compradores consideró que tenía una muy buena imagen industrial, si bien los entrevistados restantes, por partes iguales, lo consideraban entre regular y mala. No es de sorprender que el cacao Nacional recibió baja calificación por su contenido graso y utilización para semi-elaborados (aunque un comprador señaló que esto último depende de la calidad de Nacional que se tome en cuenta) (Figura 13).

Figura 13. Evaluación de compradores del cacao tipo Nacional



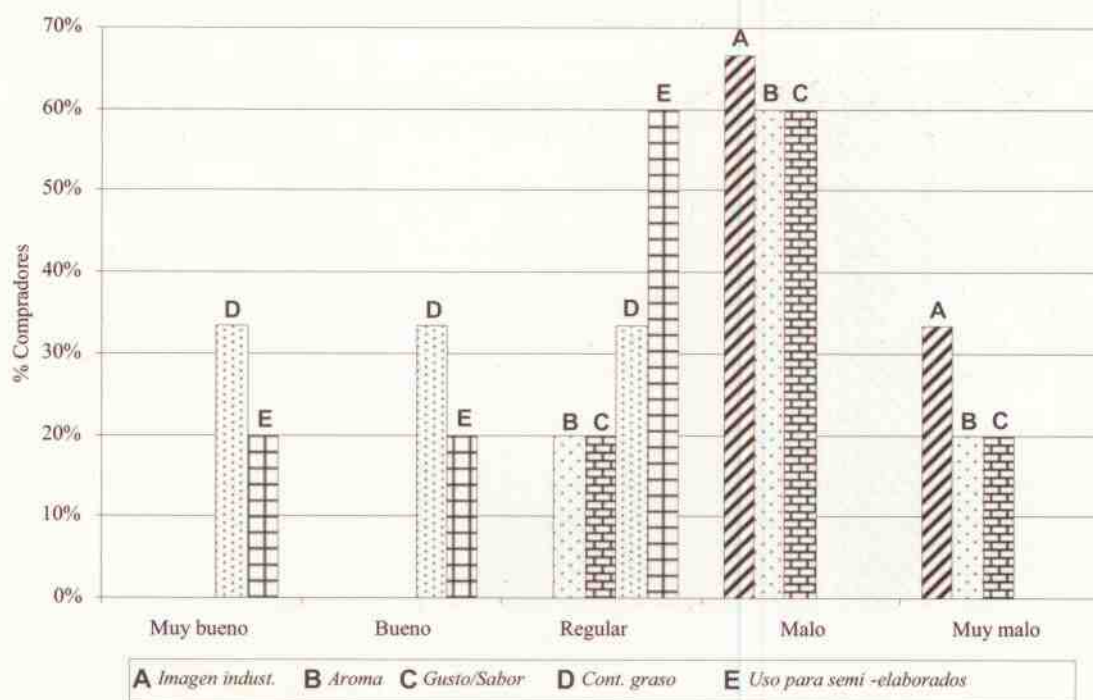
Dos terceras partes de los compradores calificaron al CCN51 como muy bueno o bueno en cuanto a su contenido graso, mientras que el 40% dio una calificación similar a su utilización para semi-elaborados. Por otro lado, todos los compradores consideraron que la imagen industrial era mala o muy mala, mientras que también recibió baja calificación por aroma y gusto/sabor (Figura 14 siguiente página).

5.2.5. Mercado actual y demanda futura

Se preguntó a los compradores cómo preveían la evolución a futuro de la demanda de mercado para cada tipo de cacao.

Más del 80% de comparadores consideró que la demanda del cacao tipo Nacional crecería

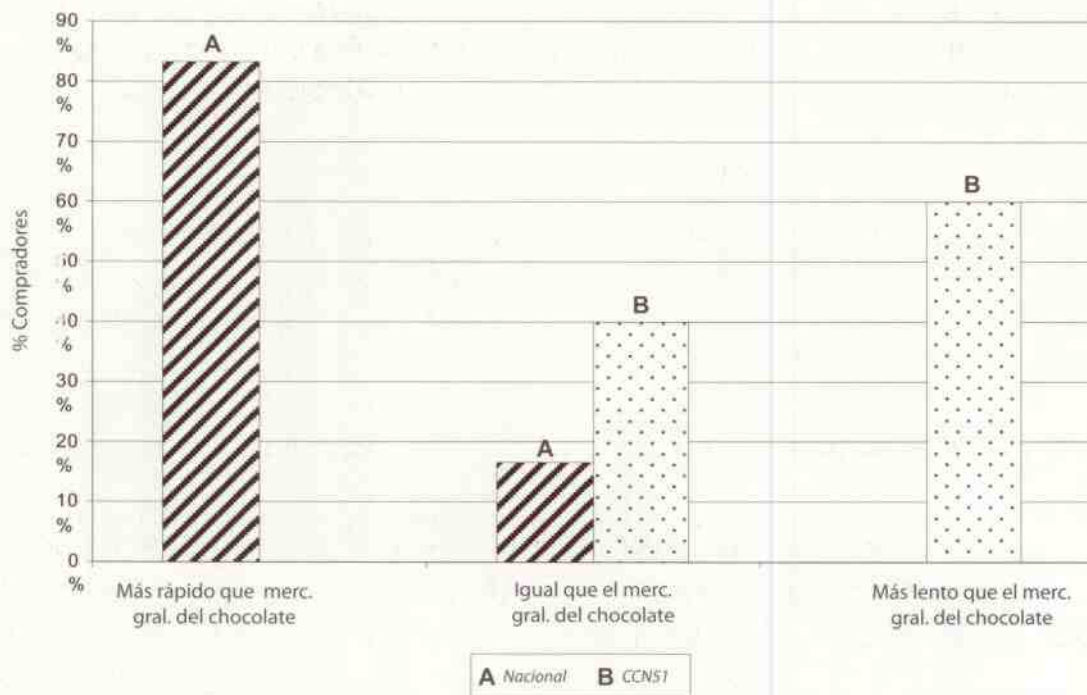
Figura 14. Evaluación de los compradores del cacao CCN51



más rápido que la del mercado global del chocolate, con un balance que indica que aumentaría en la misma proporción. En cambio, el 60% consideró que la demanda de CCN51 evolucionaría más lentamente que el mercado global, con un balance que prevé un crecimiento en la misma proporción.



Figura 15: ¿Cómo prevé a futuro la evolución de la demanda de mercado para cada tipo de cacao?



En el caso del cacao Nacional, los compradores señalaron que su respuesta dependía de que se resolviera el problema de la mezcla con CCN51.

En definitiva las opiniones de los compradores internacionales sobre el cacao ecuatoriano se concluyen en lo siguiente:

- * Los compradores valoran mucho el sabor del cacao tipo Nacional y consideran que su potencial de mercado es muy bueno.
- * Las perspectivas para el cacao Nacional están en riesgo por la mezcla de Nacional y CCN51 antes de su exportación, lo cual destruye el perfil de sabor.
- * Todos los compradores reconocieron la importancia de desarrollar un mercado separado para el cacao CCN51.
- * El cacao CCN51 es considerado por su valor como grano para prensado o extracción de manteca, dado su gran tamaño y su contenido graso relativamente alto, y el mercado sudamericano podría ofrecer potencial considerable.
- * Si el cacao CCN51 fuese dirigido al mercado de prensado de América, se explotaría sus ventajas comparativas en relación a los costos de transporte, frente al cacao de África Occidental e Indonesia, otorgando a los exportadores, a la vez, el incentivo para reducir las mezclas.

Países competidores del cacao Nacional

Más del 40% de los compradores consideró que no existía un sustituto para el cacao Nacional, mientras el 25% mencionó a Venezuela y más del 15% a Perú y Colombia como orígenes que podrían utilizar si no se consiguiese el cacao Nacional.

En Colombia, la demanda de la industria doméstica supera a la oferta local, lo cual redundo en la necesidad de importar, aunque la producción doméstica está creciendo. En Perú, el área cacaotera se ha expandido considerablemente, y las exportaciones están creciendo. En Venezuela, un aumento de la demanda del cacao Criollo extra fino ha redundado en mayor producción y más exportaciones, si bien las importaciones también han aumentado.

Perspectivas futuras del cacao Nacional

En casi todos los escenarios de proyecciones a mediano y largo plazo, nuestro análisis indica que se prevé que el segmento del cacao Fino o de Aroma registre un déficit. Esto implica que los diferenciales de precios para el cacao Fino o de Aroma probablemente se mantengan un poco más altos que los de la mayoría del cacao ordinario.

Cuadro 33. Estimación de la oferta y demanda de cacao ordinario y cacao fino

	Cacao/ chocolate	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Tasa Crec.
Oferta	Ordinario	3,134	3,605	3,737	3,804	3,841	3,864	3,883	4%
	Fino/Aroma	167	167	167	167	167	167	167	0%
	Total	3,302	3,772	3,904	3,971	4,008	4,031	4,050	4%
Demanda	Leche/otros	3,248	3,291	3,333	3,375	3,415	3,454	3,507	1%
	Oscuros	361	390	421	455	491	530	557	8%
	Fino/ Aroma	180	195	210	227	245	265	279	8%
	Otros	180	195	210	227	245	265	278	8%
	Total	3,609	3,681	3,754	3,829	3,906	3,984	4,064	2%
Balance	Total	-307	92	150	142	102	47	-14	
	Ordinario	-294	119	193	202	180	145	97	
	Fino/Aroma	-13	-28	-43	-60	-78	-98	-111	

Fuente: GTZ-LCM- International

Como se mencionó anteriormente, se considera que las perspectivas futuras del cacao Nacional son muy buenas, siempre que el problema de las mezclas y de calidad en general sea resuelto.

Competidores del CCN51

Más del 40% de compradores dijo que podría utilizar cualquier origen con alto contenido graso, como alternativa al cacao CCN51, mientras que el 25% mencionó a África Occidental y menos del 10% a Indonesia y Papúa, Nueva Guinea.

En Ghana, la mejor rentabilidad ha impulsado la producción de cacao, la cual podría alcanzar un millón de toneladas en el 2012, si bien un incremento de la capacidad procesadora interna reducirá, por definición, la disponibilidad de granos frescos para los compradores existentes, que prefieren mezclar y procesar sus propias materias primas.



En Indonesia, el barrenador del cacao (cocoa pod borer) se ha convertido en el principal factor limitante de la producción, aunque un importante programa de rehabilitación y expansión tiene como objetivo expandir el área cacaotera del país en más del 20% y los rendimientos en más del 30% para el 2025.

Perspectivas futuras del CCN51

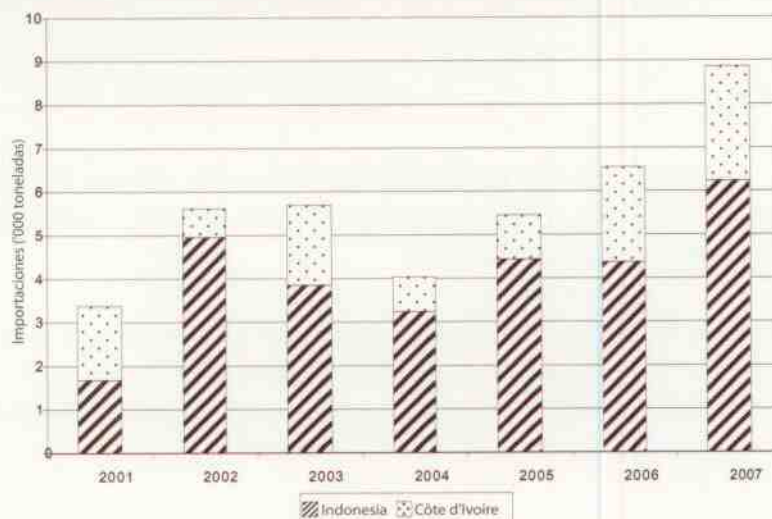


De acuerdo a todos los escenarios de pronósticos a mediano y largo plazo, nuestro análisis prevé que el mercado de cacao ordinario permanezca en excedente aunque, dados los pronósticos de déficit en el mercado del cacao Fino o de Aroma, por definición, parte del mercado de cacao ordinario tendría que ser la fuente para sustituir cualquier cacao Fino o de Aroma. Sin embargo, el cacao de Ghana (el cual ya se utiliza en la producción de licores de calidad premium) probablemente sea la fuente principal para este fin.

El cacao CCN51 dirigido al mercado de prensado de Sudamérica, explotaría su ventaja comparativa en relación a los costos de transporte, frente al cacao de África Occidental e Indonesia en Brasil y Colombia (contactos comerciales indican que actualmente las tarifas de flete aéreo del cacao en grano desde Costa de Marfil e Indonesia hacia Brasil son de aproximadamente \$120 y \$230 por tonelada, respectivamente).

En el caso de Brasil, los volúmenes de las importaciones de cacao dependen del nivel de producción doméstica de cacao –la cual, a su vez, fluctúa de acuerdo a los niveles de infestación por escoba de bruja (witches' broom)– así como de los niveles de consumo de cacao y chocolate (los cuales están creciendo a medida que se incrementan los ingresos disponibles). En el 2007, las importaciones de cacao en grano de Brasil provenientes de Indonesia y Costa de Marfil, se aproximaron a las 90.000 toneladas, habiendo registrado un aumento constante desde el 2004, con 40.500 toneladas (Figura 16).

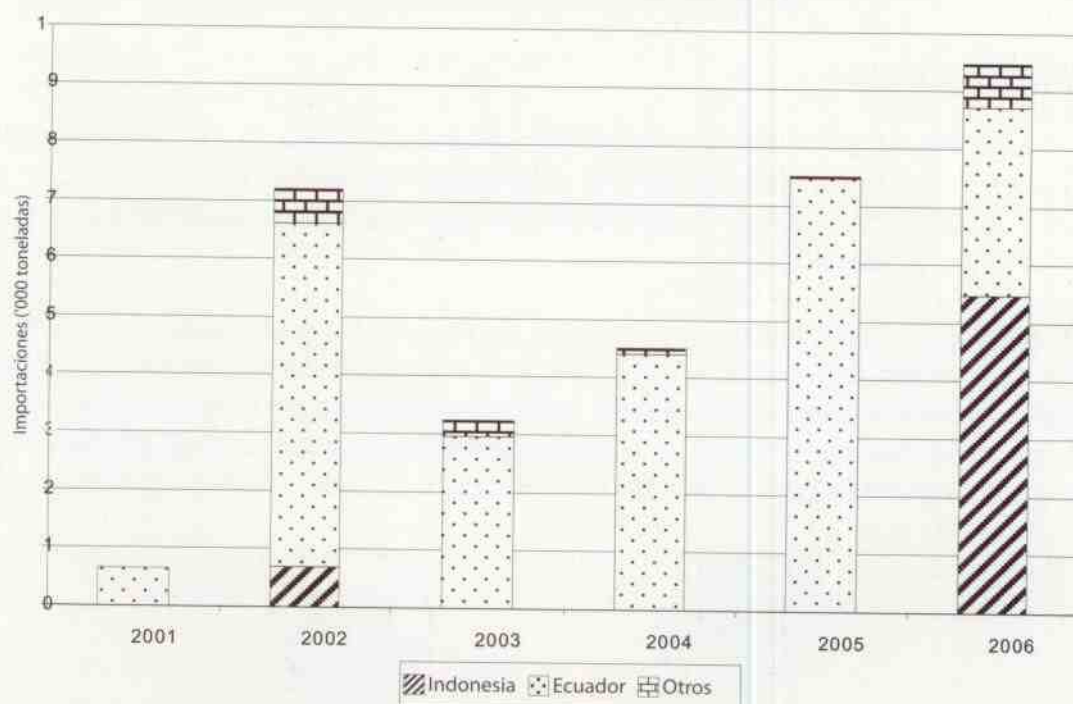
Figura 16. Brasil – Importaciones de cacao en grano, 2001-2007



Mientras que, en teoría, el mercado brasileño parece una propuesta atractiva para las exportaciones de CCN51, otras consultas con potenciales usuarios brasileños revelan que las importaciones de cacao provenientes de Ecuador están prohibidas actualmente, debido al riesgo de transmisión de moniliasis. Este es un tema que amerita ser investigado más profundamente.

Esto deja a Colombia como el mayor mercado potencial de la región sudamericana. Como se mencionó anteriormente, este país es un neto importador de cacao, y las importaciones tradicionalmente han provenído de Ecuador, aunque en el 2006 el precio muy alto del cacao ecuatoriano obligó a los procesadores colombianos a importar alrededor de 5.500 toneladas de Indonesia (Figura 17).

Figura 17. Colombia – Importaciones de cacao en grano, 2001–2006



6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS ESPECIALES Y CON CERTIFICACIÓN

El mercado de alimentos ecológicos certificados ha experimentado un desarrollo muy dinámico durante los últimos años. Según *Datamonitor*, el mercado de alimentos y bebidas ecológicos alcanzó en 2005 un valor estimado de US\$ 18 billones en Estados Unidos, de US\$ 5,4 billones en Alemania y de US\$ 4,1 billones en el Reino Unido, siendo estos últimos los dos mercados europeos más importantes de productos ecológicos (IICO, 2006).

El motor principal del fuerte crecimiento reciente ha sido la creciente preocupación de los consumidores por la seguridad alimentaria. Efectivamente en los últimos tiempos existe un cambio en el comportamiento de los consumidores, prefiriendo alimentos seguros, sanos, orgánicos, étnicos y productos de especialidad, esto anima a los fabricantes de alimentos a considerar más las implicaciones de sellos étnico-Eco-Fairtrade-Rainforest Alliance-etc. Una de las más exitosas es la certificación orgánica.

6.1. Producción orgánica

Según el reglamento CEE 2029/91 de la Comunidad Europea la producción orgánica es entendida como: "Sistema de manejo de explotaciones agrícolas que utilizan prácticas ambientalmente amigables para la cosecha de sus productos y que aplican restricciones en el uso de fertilizantes y pesticidas".

En estos mercados la Certificación Orgánica es un sello que garantiza la integridad ecológica de los productos desde el origen hasta que llegan a los consumidores de productos orgánicos. Los productos comercializados provienen de una agricultura en la que no se han utilizado productos químicos de origen sintético, y donde se realizan prácticas que ayudan a conservar los suelos y se favorece la producción de cultivos tradicionales y variedades locales.



La producción de la agricultura orgánica para el 2008 fue de 30.4 millones de ha. De todos los continentes, Australia es quien ocupa el liderazgo con 12.3 millones de ha., le sigue Europa con 7.4 millones de ha., y en tercera posición está América con 4.9 millones de ha. Los países con mayores áreas productivas para productos orgánicos son: Australia (12.3 millones de ha.), China (2.3 millones de ha.), Argentina (2.2 millones de ha.), EE.UU. (1.6 millones de ha.), Italia (1.1 millones de ha.), Uruguay, España y Brasil (0.9 millones de ha. respectivamente), Alemania (0.8 millones de ha.), Reino Unido (0.6 millones de ha.) (MINECO-UE, 2009).

Certificación

Desde el momento en que un productor agrícola decide transformar su finca o parte de ella, de convencional a ecológico u orgánico, lo primero que debe saber es que para comercializar sus productos como ecológicos, estos deben estar certificados por una empresa certificadora acreditada.

La certificación es renovable anualmente y puede hacerse por la totalidad de la finca o para una parte de esta. Internacionalmente, la IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica) ha establecido normas para la producción, el procesamiento y la comercialización de productos ecológicos u orgánicos.

En la actualidad la mayoría de empresas certificadoras, son empresas privadas que consideran las normas de IFOAM, pero que deben estar acreditadas o reconocidas por los gobiernos, para que su certificación sea reconocida y válida en Europa, Estados Unidos y Japón. El proceso de certificación comprende las siguientes etapas:

- El productor u organización interesada, contacta con la agencia de certificación, con la que desea trabajar.
- Debe llenar una solicitud con la información que la agencia solicite, para determinar si el sistema productivo es certificable o no.
- Si la solicitud es aprobada, la agencia envía a un inspector al predio.
- Inspección del predio u organización.
- El inspector verificará las instalaciones, así como los libros y registros que considere necesarios.
- El informe de inspección, es enviado por la agencia al Comité de Certificación.
- Este Comité recibe y examina toda la información: cuestionario, informe de inspección, fotografías etc. y resuelve sobre el estado del predio.
- La certificación podrá ser aceptada, aceptada con condiciones o rechazada.

Si la finca u organización cumple con las normas, la solicitud de certificación será aceptada y la organización puede empezar a comercializar sus productos con el sello de la agencia certificadora. Esto asegura a los consumidores que el producto ha seguido todos los requisitos, y además:

- Que no se usan fertilizantes, insecticidas o fungicidas químicos.
- Que se realizan prácticas específicas para conservar la tierra y sus nutrientes.

6.2. Cacao orgánico a nivel global

Se estima que el volumen actual de producción de cacao orgánico a nivel mundial puede sobrepasar las 20.000TM (0.6% de la producción global de cacao) la misma que se produce en 15 países entre los que se destacan: República Dominicana, Madagascar, Tanzania, Bolivia, Perú y Ecuador. Solamente la organización CONACADO de Republica Dominicana está produciendo más del 50% del volumen orgánico en el mundo.

De acuerdo con el estudio de CBI,2007, las importaciones de cacao orgánico en Europa en el 2003 fueron estimadas en 14.000 toneladas equivalentes de grano de cacao, de las cuales un estimado de 2.000 toneladas fueron reexportadas a los Estados Unidos. Los importadores europeos se encargan de la mayor parte del procesamiento y comercialización de los granos de cacao. Alemania y Holanda son los importadores principales de cacao orgánico, de lo cual, la mayoría es reexportado por Holanda. Otros importadores importantes son Francia e Italia (importando parte desde Alemania). España, Bélgica y el Reino Unido son pequeños importadores.





Según Euromonitor International, las ventas de chocolate ecológico a nivel mundial, se elevaron a US\$ 304 millones en 2005, un aumento del 75% respecto a la cifra registrada tres años antes.

De acuerdo a la información de *FLO, ITC, FIBL, (2003)*, en el Cuadro siguiente se presentan algunas cifras sobre el mercado europeo de importaciones de cacao orgánico certificado por países.

Cuadro 34. Importaciones de cacao orgánico certificado por países

País	Importaciones (TM)	% Participación
Alemania	4.675,0	35,3%
Países Bajos	4.100,0	31,0%
Suiza	2.200,0	16,6%
Italia	870,0	6,6%
Francia	1.200,0	9,1%
España	200,0	1,5%
Total	13.245,0	100,0%

Fuente: *FLO, ITC, FIBL (2003)*

De acuerdo con estudio de CORPEI-Biocomercio (2005), los principales importadores del cacao orgánico son:

- Tradin – Holanda (www.tradinorganic.com)
- Rapunzel – Suiza (www.rapunzel.com)
- Claro – Suiza (www.claro.ch)
- Gepa – Alemania (www.gepa3.de)
- Barry Callebaut – Belgica (www.barry-callebaut.com)
- ICAM – Italia (www.icamcioccolato.it)

Todas estas empresas también realizan importaciones de cacao de Comercio Justo y muchas veces productos con las dos certificaciones.

En cuanto al desarrollo del mercado, un ejemplo es el siguiente: El 5,1% del mercado de tabletas de chocolate en Inglaterra está en manos de Green & Black's, que producen una combinación de Fair Trade con orgánico y en combinación con los chocolates oscuros con alto contenido de cacao. Su éxito se refleja con un aumento anual de 69% en el 2004. Estimaciones para el mercado de Europa hablan de un aumento anual de los alimentos orgánicos en 10,6%, que va a representar aproximadamente USD 16 billones en el 2007 (CORPEI-BIOCOMERCIO, 2005).

La empresa Cémoi es una de las más grandes y exitosas en la elaboración de chocolates orgánicos en Europa, con producto de origen Ecuador. Son muy conocidos como fabricantes de productos de "Privat label" y son también propietarios de la marca "KAOKA".

La industria procesadora juega un rol muy importante en el circuito orgánico del cacao pues el grueso de las importaciones de cacao en grano va desde las industrias procesadoras hacia el comercio de productos orgánicos.

Para mencionar algunos ejemplos, el "Proyecto de Productos Orgánicos" (OCP por sus siglas en inglés) fue el primer fabricante y proveedor más grande de chocolates orgánicos y de semi elaborados de EE.UU. Ellos utilizan cacao orgánico de Costa Rica, Panamá, Perú, Ecuador, Brasil, y también ha participado en el desarrollo del cultivo orgánico en Ghana, Venezuela y Trinidad.

Otros industriales importantes en el mercado internacional son: Green & Black's (fabricante de chocolates con cacao de Belice y Togo), Chocolat Bernrain (empresa suiza productora de chocolate con cacao de Bolivia), Newman's Own Organics, Kaoka con cacao de la UNOCACE Ecuador.



Otras Empresas de los más grandes fabricantes que utilizan cacao orgánico y en algunos casos en combinación con Comercio Justo, son:

- Dutch Cocoa – Holanda (www.dutchcocoa.com)
- Nederland SA – España
- ICAM – Italia (www.icamcioccolato.it)
- Barry Callebaut – Bélgica (www.barry-callebaut.com)

Requisitos de acceso: productos orgánicos para el mercado europeo.

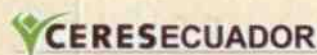
Cuando se exporte “*productos orgánicos*”, hay que tomar en consideración los siguientes requerimientos:

Reglamento 2092/91/EEC: Aplicado para los estándares de producción orgánica. Este reglamento se aplica entre otros a los productos agrícolas como el cacao.

Certificación Orgánica: Los sellos de calidad en alimentos responden a la distinción de características de calidad que están por sobre el requisito básico que debe cumplir un alimento, que es su calidad sanitaria o inocuidad. La forma visible como el producto muestra que ha sido verificado, es mediante la presencia en la etiqueta de un sello, símbolo o logotipo de calidad.

Aspectos fitosanitarios, sanitarios y otros requerimientos técnicos: Los productos deberán cumplir con la normativa sobre la inocuidad de los alimentos, requerimientos de etiquetado y calidad específicos, requisitos fitosanitarios y requisitos de sanidad animal entre otros.

Otros: Lista de empaque, factura comercial, carta de porte, certificado de origen Empresas encargadas de la certificación, reconocidas a nivel internacional: OCIA INTERNATIONAL, BCS OKO Garantie Internacional, Ecocert Internacional, Skal International.



En relación al **arancel** de acceso a Europa y Estados Unidos para el cacao, Ecuador goza del Sistema General de Preferencias el cual otorga beneficios de acceso a países en desarrollo.

El Ecuador dispone de un Decreto ejecutivo y un reglamento que norma la producción orgánica en el Ecuador. Por otro lado existe un sistema de acreditación de las certificadoras que es implementado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriana (OAE).



6.3. Demanda de cacao ecológico

De acuerdo con el estudio realizado por IICO, 2006, las estrategias de promoción y comercialización de las tiendas y los supermercados han fomentado la demanda de productos de chocolate ecológico. Las cadenas de venta de alimentos también promueven los productos

ecológicos con el fin de mejorar su imagen pública. Muchos consumidores consideran que los productos ecológicos son más seguros, y de mayor calidad, que los productos convencionales. **Europa** es por mucho el mayor mercado de importación de cacao en grano ecológico, además de liderar las actividades de elaboración y fabricación de productos de cacao y chocolate certificados.



La mayoría de los productos de chocolate ecológico vendidos actualmente en el mercado de **América del Norte** se importan de Europa, debido a la falta de elaboradores certificados de cacao ecológico tanto en Estados Unidos como en Canadá. Esta situación explica, con toda probabilidad, la cuota inferior del mercado con la que cuenta el chocolate ecológico en esta región. Se cree que una mayor demanda de este chocolate de primera categoría animaría a los elaboradores, que actualmente trabajan con cacao convencional, a solicitar la certificación necesaria. De hecho, la creciente importancia de tal mercado en Estados Unidos se ve reflejada en la creación de *Corigins* por *E D & F Man*, como división de productos especiales de azúcar y cacao ecológicos.

Hasta ahora, gran parte de las importaciones estadounidenses de productos ecológicos proceden de *Barry Callebaut*, cuya producción de productos orgánicos se ubica en su totalidad en Europa. *Dagoba Organic Chocolate*, creada en 2001, y *Endangered Species Chocolate Company*, creada en 1993, son las principales empresas de chocolate ecológico en Estados Unidos.

El mercado de chocolate ecológico en **Japón** aún no se ha desarrollado del todo, y al consumidor japonés le resulta muy difícil encontrar este producto en las tiendas de productos ecológicos. Según un estudio reciente realizado por IFOAM Japón, esto se debe a que la mayoría de los elaboradores y fabricantes japoneses de confitería no fabrican productos de chocolate ecológico. La razón, en parte, es que el sistema de certificación "JAS Organic" no incluye la leche, impidiendo así que los elaboradores fabriquen productos de chocolate ecológico que contengan leche. No obstante, algunos fabricantes nacionales producen chocolate amargo (por ejemplo, *Nisshin Kako*). Hasta ahora, Japón viene importando cacao ecológico no en forma de cacao en grano sino en forma de productos elaborados de cacao.



Organic" no incluye la leche, impidiendo así que los elaboradores fabriquen productos de chocolate ecológico que contengan leche. No obstante, algunos fabricantes nacionales producen chocolate amargo (por ejemplo, *Nisshin Kako*). Hasta ahora, Japón viene importando cacao ecológico no en forma de cacao en grano sino en forma de productos elaborados de cacao.

En conclusión, el crecimiento futuro del mercado de cacao ecológico dependerá más de las limitaciones que operan sobre la oferta que de la evolución de la demanda, al menos a mediano plazo. Muchos analistas del mercado opinan que hasta ahora el crecimiento de la demanda ha tendido a superar el crecimiento de la oferta.

6.4. Oferta de cacao orgánico de Ecuador

Desde el 2002 el Ecuador incursionó en la producción de cacao orgánico certificado a través de la UNOCACE, *Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador*. Actualmente esta organización es la líder en el Ecuador en la comercialización asociativa integrando a **2.020 familias** campesinas cacaoteras y un total de **13.580 ha. de cacao orgánico**. Otras organizaciones que poseen certificación orgánica son: Fortaleza del Valle, FEDECADE, APROCA, La Providencia, FONSOEAN, UNOCYP, Aroma Amazónico, San Carlos, Kallari, entre otras.



Se estima que el Ecuador posee una oferta comercializable de cacao orgánico para el año 2010 que supera las 5.000 TM, provenientes de más de 10.000 pequeños productores con 26.000 ha. certificadas orgánicas.



6.5. Cacao con certificación de Comercio Justo

Es una forma de comercio que se inició en los cincuenta, impulsada por varias Organizaciones No Gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales quienes promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

Las organizaciones de Comercio Justo se constituyen en un sistema comercial alternativo que ofrece a los productores acceso directo a los mercados del Norte y unas condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias, que les asegure un medio de vida sostenible. Los principios que defiende el Comercio Justo son:

- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente.
- Rechazo a la explotación infantil.
- Igualdad entre hombres y mujeres.
- Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos.
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
- Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.
- Se valora la calidad y la producción ecológica.
- Respeto al medio ambiente.
- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores.
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.
- El proceso debe ser voluntario, tanto la relación entre productores, distribuidores y consumidores.

Productores de comercio justo de cacao

Son más de 25 organizaciones de productores en todo el mundo. En el 2004 se estimaba en 4.200 toneladas de granos vendidos. En la siguiente gráfica se observa la tendencia del crecimiento de cacao de Comercio Justo. Reino Unido es el mayor comprador seguido de Alemania, Francia, Suiza e Italia (Max Havelaar-Francia, 2006).



Estándares de FLO- Comercio Justo

- Precio mínimo de 1,600 USD/tonelada FOB (cacao en grano).
- Un premio social/de desarrollo 150 USD/Tonelada sobre el precio convencional.
- Un premio adicional para el cacao orgánico de al menos 200 USD/Tonelada.
- Un premio adicional por calidad (con buen manejo poscosecha y origen fino y de aroma). Este aspecto está abierto a la negociación entre la organización de productores y la empresa importadora.
- Una posibilidad de prefinanciamiento de hasta el 60 por ciento del valor del contrato en facilidades de crédito a favor del vendedor.



Oportunidades para los pequeños productores de cacao

El mercado de Comercio Justo con sello FLO tiene un desarrollo rápido y es promovido entre los consumidores por parte de FLO, desde su sede en Bonn, Alemania y sus filiales en 20 países, 15 en Europa: Francia, España, Alemania, Finlandia, Suiza, Bélgica, Italia, Luxemburgo, Austria, Inglaterra, Irlanda, Suecia, Noruega, Dinamarca, Holanda. En Canadá, México, Japón, Australia y Nueva Zelanda.

Cuando se certifica la organización de productores, esta tiene posibilidades de vender a todos estos mercados en desarrollo, gracias a un sello internacional: FLO y tres distintivos Max Havelaar, Fairtrade, Transfair.

Comerciantes registrados por FLO para cacao

Son 57 importadores (procesadores o comerciantes de chocolate), registrados para cacao: 11 en Gran Bretaña, 5 en Alemania, 6 en Suiza, 6 en Italia, 3 en Holanda, 5 en Bélgica, 7 en Francia, 1 en Dinamarca, 1 en Japón, 2 en España, 5 Canadá y 5 en los EE.UU.

Volúmenes demandados de cacao de Ecuador

Según Max Havelaar-Francia, en el 2006 la demanda de cacao con certificación de comercio justo de origen Ecuador, fue de entre 400 a 500 TM, desde los siguientes países:

- **Suiza:** 200 toneladas (Comercio Justo y orgánico).
- **Francia:** 100 toneladas + otras 100 toneladas para destino Bélgica y España.
- **EE.UU.:** 25 toneladas (Comercio Justo y orgánico).
- **Alemania:** 50 toneladas (Comercio Justo y orgánico) + interés por manteca.
- **Holanda:** demanda por 1 a 2 contenedores de Comercio Justo.



En la actualidad, las organizaciones productoras de cacao con sello de Comercio Justo son UROCAL, El Guabo, FEDECADE, FONSOEAM y FORTALEZA DEL VALLE. La organización más sólida y que más destaca es Fortaleza del Valle que comercializa un promedio de 250TM/año.



6.6. El cacao con certificación Alianza con los Bosques

El sello Rainforest Alliance, representa otro tipo de certificación que tiene un enfoque en normas sociales y ambientales, con reglamentos para cada cultivo. La propietaria de la certificación es SAN (Sustainable Agriculture Network) con miembros en los países de Guatemala, Colombia, Brasil, Ecuador, Honduras, Dinamarca, México, El Salvador, Belize y EE.UU.

La ONG Rainforest Alliance de los EE.UU. es miembro de SAN y sede de la Secretaría internacional, pero no la única propietaria del sello (www.rainforest-alliance.org/programs/agriculture/san/members-s.html). En Ecuador la representante es la Corporación para la Conservación y Desarrollo CCD.

Este tipo de certificación tiene mayor éxito en los sectores bananero y cafetero. En el cacao Nacional de Ecuador se iniciaron procesos en el año 2005 logrando certificar más de 6.000 ha. y 1.500 productores, sin embargo los mercados no han reaccionado suficientemente a la oferta.

Actualmente la disponibilidad de volúmenes de exportación de cacao fino y de aroma con sello Rainforest podría alcanzar las 500 Toneladas. Las organizaciones de productores que poseen esta certificación son FEDECADE, Aroma Amazónico, San Carlos, APROCA, entre otras.

6.7. Cacao especial de un origen determinado

Cada vez es más importante la demanda de cacao de un sabor y origen determinado, es decir de un país y más aún de una zona u organización específica. Existen muchas características que a las Empresas de chocolate les interesa con fines de promoción de sus productos en el mercado, tales como Ecuador, Amazonía, un sabor especial, una historia, una organización social-indígena, etc.

Se reconoce la reputación de productos de calidad vinculada a su origen, lo que hace que los productos posean una característica propia o de calidad diferente a cualquier otro.

En países como Venezuela la denominación de Origen está relacionada con el medio geográfico, territorio donde se produce porque este le proporciona una calidad adicional que les dé mayor valor y la tradición que evoca una historia.

Con la denominación de Origen se busca defender los derechos de origen y exigir reconocimientos. La producción involucra la protección al medio ambiente, la cultura y la técnica desarrollada a través de la tradición. Revela una particular idiosincrasia de las poblaciones que habitan el espacio de donde proviene el producto.

El "Cacao Chuao" en Venezuela es la denominación de origen hasta la fecha más real y popular en el mundo.

En el Ecuador existen dos casos de comercialización directa de cacao de origen mediante acuerdos entre organizaciones de productores y la Empresa de chocolate Suiza FELCHLIN. APROCANE en la provincia de Esmeraldas y Kallari en la provincia de Napo. En el caso de APROCANE la empresa se interesó del cacao del río Santiago y de su origen e historia de los productores esmeraldeños. En el otro caso de la Asociación Kallari, el origen Amazonía, río Napo, indígenas y su historia son las principales características que la Empresa Suiza considera en la fabricación y comercialización de productos del chocolate.



En Ecuador los precios pagados por este cacao especial tienen un premio muy significativo que varía entre 25 a 40% adicional sobre el mercado normal.

6.8. Movimiento Slow Food



Corresponde a la Fundación de *Slow Food*, la cual tiene como misión "organizar y financiar proyectos que defienden el legado del mundo, las tradiciones gastronómicas y la biodiversidad agrícola". Es una asociación ecogastronómica sin ánimo de lucro financiada por sus miembros.

Fundada en 1989 para contrarrestar el auge de *fast food* y *fast life*, impedir la desaparición de las tradiciones gastronómicas locales y combatir la falta de interés general por la nutrición, por los orígenes, por los sabores y por las consecuencias de las opciones alimentarias.

Sus principios y orientaciones se basan en la oposición a la tendencia de estandarizar el gusto y la protección a los alimentos, a las zonas donde se cultivan, a las formas que se aplican en su elaboración, a los cultivos, a los lugares donde se degustan y a la relación histórico-cultural de la zona.

Cuenta con más de 80.000 miembros en todo el mundo, quienes fomentan una nueva lógica de producción alimentaria, desarrolla programas de educación alimentaria y a favor de la biodiversidad.

En Ecuador la Asociación Kallari es miembro activo de la red de Slow Food y ha sido nombrada como Protectora del cacao Fino y de Aroma del Ecuador y del mundo, a través de su denominación de "Valuarte". La experiencia de Kallari en este segmento de mercado alternativo es un buen ejemplo para otras organizaciones del país que viven y disfrutan de costumbres y tradiciones únicas en la producción y desarrollo de formas alternativas de alimentación.



6.9. Lista de posibles clientes

La lista de Empresas que a continuación se presentan son de referencia, y las perspectivas de la demanda igualmente una aproximación. Las organizaciones interesadas en tomar contacto deben hacerlo de manera formal y con el apoyo de entidades o personas con experiencia en contacto a Empresas.

Cuadro. Lista de potenciales empresas demandantes de productos de cacao.

Empresa	Actividad/producto	Comentario
<u>Farüchoc Schokoladenfabrik GmbH&Co. KG</u> Carl-Dütting Strasse 1 DE – 49090 Osnabrück www.faruechoc.de info@faruechoc.de	Semi-elaborados, producto final	Convencional y orgánico(Comercio Justo)
<u>Bremer Chocolate Fabrik HACHEZ GmbH&CoKG</u> Westerstrasse 32 DE- 28199 Bremen www.hachez.de WKropp-Buettner@chocoladen.de	Producto final, chocolate	Convencional, alta calidad, origen
<u>Ferrero oHGmbH</u> Hainer Weg 120 DE – 60599 Frankfurt/Main www.ferrero.de	Chocolate	Convencional, convenios con productores de la Amazonia sur
<u>Chocoladenfabriken Lindt&Sprüngli GmbH</u> Süsterfeldstr. 130 DE – 52072 Aachen www.lindt.com	Chocolate	Origen
<u>Rausch Schokoladen GmbH</u> Charlottenstrasse 60 DE – 10117 Berlin www.rausch-schokolade.de verkauf@rausch-schokolade.de	Chocolate	Interesado en cacao de alta calidad, origen y certificado.
<u>Alfred Ritter GmbH&Co.KG</u> Alfred Ritter Strasse 25 DE – 71111 Waldenbuch www.ritter-sport.de info@ritter-sport.de	Chocolate	Cacao de alta calidad, orgánico
<u>Schokinag-Schokolade-Industrie Hermann GmbH&Co.KG</u> Neckarvorlandstrasse 21-25 DE – 68159 Mannheim www.schokinag.de info@schokinag.de	Semi-elaborados, chocolate	Orgánico, Comercio Justo
<u>Ludwig Weinrich GmbH&Co KG</u> Zimmerstrasse 1 De – 32051 Herford www.weinrich-schokolade.de budde@weinrich-schokolade.de potts@weinrich-schokolade.de	Chocolate	Orgánico, Comercio Justo; marca privada(GEPA)
<u>Baronnie Chocolates Belgium NV/SA</u> Ondernemingenstraat BE – 8630 Veurne www.baronie.com export@baronie.be	Chocolate, semi-elaborados, marca privada	Convencional y orgánico
<u>Barry Callebaut</u> Aalsterstraat 122 BE – 9280 Lebeke-Wieze www.barry-callebaut.com karel_peleman@barry-callebaut.com jurgen_dendooven@barry-callebaut.com	Chocolate, semi-elaborados, marca privada	Convencional, origen, todos los tipos de certificaciones

<u>Galler Chocolatiers S.A.</u> Rue de la Station 39 BE – 4051 Chaudfontaine www.galler.com info@galler.com	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<u>Godiva Chocolatiers</u> Wapenstilstandstaat 5 BE – Brussels www.godiva.com	Chocolates de alta calidad	
<u>sa Neuhaus nv</u> Postweg 2 BE – 1602 Vlezenbeek www.neuhaus.be info@neuhaus.be	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<u>Guittard Chocolate Company</u> 10 Guittard Rd. Burlingame CA 94010 www.guittard.com sequine@guittard.com	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<u>ScharffenBerger Chocolate Maker Inc.</u> 914 Heinz Ave. Berkely CA 94710 doctorchef@aol.com	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen, ahora bajo Hersheys
<u>Dagoba organic chocolates</u> 1105 Benson Way Ashland Oregon 97520 www.dagobachocolates.com	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen y orgánico, ahora bajo Hersheys
<u>Newman's Own</u> www.newmansownorganics.com	Chocolates con certificación orgánica	Marca privada
<u>Chocovic SA</u> Ctra N 152a, km 71,3 08503 Gurb ES – Barcelona www.chocovic.es export@chocovic.es	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<u>Natra Cocoa SL</u> Autovia A-3, salida 343 Cami de Torrent, S/N, 46930 Quart de Poblet www.natra.es cacao@natra.es	Semi-elaborados para la industria chocolatera y farmacéutica	Cacaos con alto contenido de polyphenoles



<p><u>Bonnat Chocolatiers</u> 8 cours Senozan FR – 38500 Voiron www.bonnat-chocolatier.com stephane.bonnat@bonnat-chocolatier.com</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<p><u>Cemoi</u> 2980 Avenue Julien Panchot BP 2006 FR – 66011 Perpignan Cedex www.cemoi.fr b.chauveau@cemoi.fr m.poirrier@cemoi.fr</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen, con todos los tipos de certificaciones.
<p><u>Chocolats Cluizel</u> Avenue de Conches – Le Roncenay FR – 27240 Damville www.cluizel.com cluizel@aol.com</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<p><u>Chocolaterie Pralus</u> 8 Rue de Charles De Gaulle FR – 42300 Roan www.chocolats-pralus.com praluschoc@aol.com</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<p><u>Valhrona</u> 14 Avenue Du President Roosevelt FR – 26601 Tain L'Hermitage Cedex www.valhrona.fr info@valhorna.fr</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<p><u>Dutch Cocoa B.V.</u> Harmenjansweg 129 NL – 2031 WN Haarlem www.dutchcocoa.com info@dutchcocoa.com</p>	Semi-elaborados	Cacaos de origen, con certificaciones
<p><u>Tradin Organic Agriculture B.I.</u> Prins Hendrikkade 14 1012 TL Amsterdam www.tradinorganic.com aart-jan@tradinorganic.com</p>	Semi-elaborados	Cacaos de origen, con certificaciones
<p><u>ADM Cocoa International BV</u> Stationsstraat 76 Postbus 2 NL 1540 AA Koog aan de Zaan www.admworld.com</p>	Semi-elaborados	Cacaos de origen, con certificaciones
<p><u>Daarnhouwer & Co BV</u> Ebbehout 2 1507 EA Zaandam www.daarnhouwer.nl</p>	Importador-Traider	Cacaos de origen, con certificaciones

<p><u>Cadbury Schweppes Plc.</u> 25 Berkeley Square GB – W1X 6HAT London www.cadburyschweppes.com</p>	Chocolate	Dueños de Green & Black's, cacao orgánico y de Comercio Justo
<p><u>Mitsui & Co UK Plc</u> 20 Old Bailey London EC4M 7QQ ldnpp@ldn.xm.mitsui.co.jp www.mitsui.co.jp</p>	Importadora	
<p><u>ED&F Man Coca Ltd</u> Cottons Centre Hays Lane London SE1 2QE www.edfman.com coctradldn@mancocoa.co.uk</p>	Semi-elaborados, Cacao en grano	Todos los tipos de certificaciones
<p><u>Amedei SRL</u> Via San Gervasio 29 IT – 56020 La Lotta, Pontedera, Pi www.amedei.it amedei@amedei.it</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<p><u>Domori SRL</u> Piazza Borgo Pila 39 (Torre B) IT – 16129 Genova www.domori.com info@domori.com</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen & orgánico
<p><u>ICAM SPA</u> Via Pescatori 53 IT – 23900 Lecco www.icamcioccolato.it baroni@icamcioccolato.it anagostoni@icamcioccolato.it</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen; todos los tipos de certificaciones
<p><u>Venchi SPA</u> S.S. 20, No.30 IT – 12017 Robilante (CN) www.venchi.com</p>	Chocolates de alta calidad	Cacaos de origen
<p><u>Aroma Tradin Co. Ltd.</u> #202 hill Court Minami-Azabu 2-1-26, Minami-Azabu, Minato-Ku, Tokyo toshiechabrol@nazariorizek.name</p>	Importador	Cacaos de origen
<p><u>Max Felchlin AG</u> Bahnhofstrasse 63 6431 Schwyz www.felchlin.com Felix.Inderbitzin@felchlin.com</p>	Chocolate, semi-elaborados	Cacaos de origen



Barry Callebaut Sourcing AG Sumpfstrasse 3 CH 6304 Zug www.barry-callebaut.com Steve_graham@barry-callebaut.com	Chocolate, semi-elaborados, marca privada	Convencional, origen, todo los tipos de certificaciones
Walter Matter SA 57 Avenue de Champel CH 1211 Geneve 25 www.wama.ch	Cacao en grano	Cacao de origen y alta calidad
Pronatec AG Stegackerstr. 6 8409 Winterthur Suisse	Intermediario para cacao en grano y semi-elaborados	Convencional, origen, todo los tipos de certificaciones
Confiteca Panamericana Sur Km 9. 5 Sector Guajaló Quito Ecuador	Chocolates, bombones y caramelos	Convencional, origen.
La Universal Eloy Alfaro 1101-1109 Guayaquil Ecuador www.launiversal.com.ec	Chocolates, bombones y caramelos	Convencional, origen.
SKS Farms Julio Zaldumbide 225 y Av. La Coruña Quito Ecuador www.ecuadorianorganics.com	Elaborados de cacao, chocolate, diversos otros productos	Convencional, origen y todo los tipos de certificaciones

Fuente: Radi, 2007.

7. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL ACCESO A MERCADOS

7.1. Factores de éxito y aprendizajes

7.1.1 Contar con mercados para el cacao de calidad a precios diferenciados

La participación de organizaciones como Kallari, San Carlos y Aroma Amazónico en ferias internacionales como la Biofach 2005, 2006, 2007 y 2008 en Alemania ha sido generadora de aprendizaje de cómo se mueve el mercado internacional de productos especiales y orgánicos, entre ellos el cacao. Para los participantes también ha sido una oportunidad para concretizar y acceder a mercados.



A partir de los primeros contactos, en el 2004, la asociación Kallari suscribió un acuerdo comercial a largo plazo con la Empresa MAX FELCHLIN de Suiza para la comercialización de cacao especial de origen de las comunidades Kichwas de la Amazonía Norte. Dado el éxito en el mercado europeo de los productos de chocolate producidos con cacao de Kallari, en el 2009, la Empresa Suiza ha renovado el contrato y existen posibilidades ciertas de incrementar sustancialmente la compra de cacao en los próximos años. Kallari ha aprovechado eficientemente la demanda de este mercado, así como la inversión de las entidades cooperantes como AMAZNOR, CRS-USDA y GTZ en el mejoramiento de la infraestructura de poscosecha y estrategias para aumentar la productividad.

Aprendizaje: Contar con acuerdos comerciales de largo plazo brinda seguridad al sistema comercial para programar su desarrollo y para sostener todo el año un nivel de buenos precios sin preocuparse demasiado de lo que pase en la Bolsa de New York o de Londres.



7.1.2. Calidad del producto conforme a las exigencias del mercado

La calidad y la inocuidad de los productos son ahora condiciones primordiales para el acceso sostenible a los mercados. Desde el 2004, la Amazonía Norte comenzó con un proceso de manejo mejorado de la calidad a través de las organizaciones que se han ido estableciendo. Una práctica importante relacionada con la calidad de la almendra es la cosecha de mazorcas en condiciones de madurez adecuada, realizada por los productores organizados.

El proceso continúa con el acopio de cacao fresco y limpio que es transportado (con mucho cuidado de no contaminar) a los distintos centros de acopio. El cacao en baba tiene que ser previamente seleccionado e identificado por el acopiador, debe estar libre de: impurezas, no mezclado con agua y sin maguey.



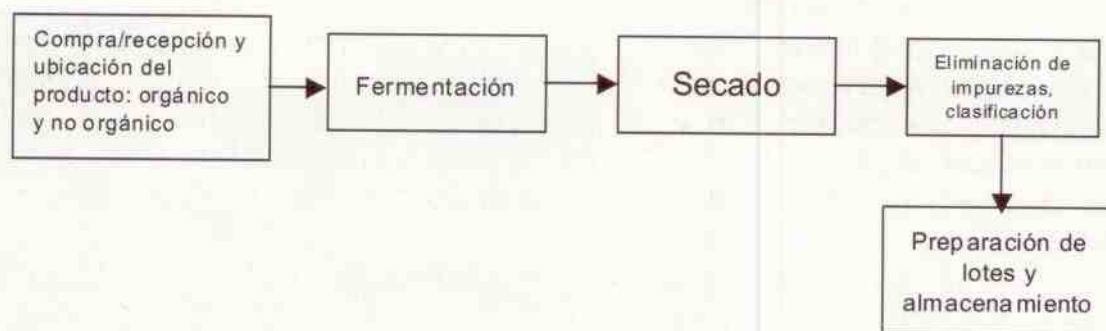
En los centros de acopio se realiza el trabajo poscosecha, que inicia con la fermentación y el proceso de secado, hasta que las almendras estén en un 7% de humedad, luego se colocan en sacos limpios y de uso exclusivo para este producto, y luego ubican sobre pallets separados de las paredes. Actividades posteriores son la limpieza de impurezas, clasificación por tamaño y preparación del lote. (Ver figura 18 en la siguiente página).

Este proceso cuidadoso que realizan las asociaciones de productores del norte de la Amazonía, les ha permitido garantizar a sus clientes un producto de la más alta calidad e inocuidad conforme a normas internacionales.

7.1.3. Cacao tipo Nacional Fino y de Aroma con identidad amazónica y aspectos culturales

La promoción del cultivo que se ha dado los últimos 6 años por parte de entidades y programas especiales del Estado como INIAP, AMAZNOR, MAGAP-PROERA y Gobiernos provinciales y municipales ha estado direccionada siempre al cacao Tipo Nacional, donde el Ecuador tiene

Figura 18. Proceso de poscosecha en un centro de acopio:



las mejores oportunidades de comercialización.

Las organizaciones de productores conocen de esta realidad del mercado, y por lo tanto apuestan al desarrollo del cacao Fino y de Aroma. Este tipo de cacao cultivado en el centro de origen como es la Amazonía, genera además un potencial enorme para desarrollar productos únicos orientados a mercados especiales de nicho.

promover el cultivo del cacao en sus comunidades e incorporan estos aspectos como parte de la estrategia de promoción y acceso a los mercados.

Además, organizaciones como Kallari mantienen sus valores culturales al

7.1.4. La organización y el trabajo asociativo

Sin duda, el crecimiento del nivel de asociatividad, con más de 5.000 productores integrados en sistemas comerciales de Kallari, Aroma Amazónico y San Carlos, es resaltante en la Amazonía Norte, lo cual conlleva mayor compromiso de las comunidades y una participación e incidencia en la gestión de su propio desarrollo. No obstante, las organizaciones son todavía jóvenes, sus resultados comerciales son todavía parciales, pero poseen un enorme potencial de crecimiento.

Existen impactos demostrables en el trabajo asociativo con la participación de sus bases. Los resultados crecientes en la exportación de cacao de alta calidad es un ejemplo de lo que una organización de pequeños productores puede hacer asociativamente. En los últimos tres años las asociaciones han comercializado más de 12.143 qq por un valor de US\$ 2'301.000 en cacao; y adicionalmente Kallari ha vendido chocolates en más de 700.000 al mercado internacional y local.

La asociatividad: Se concibe como una unión voluntaria de personas que se articulan para



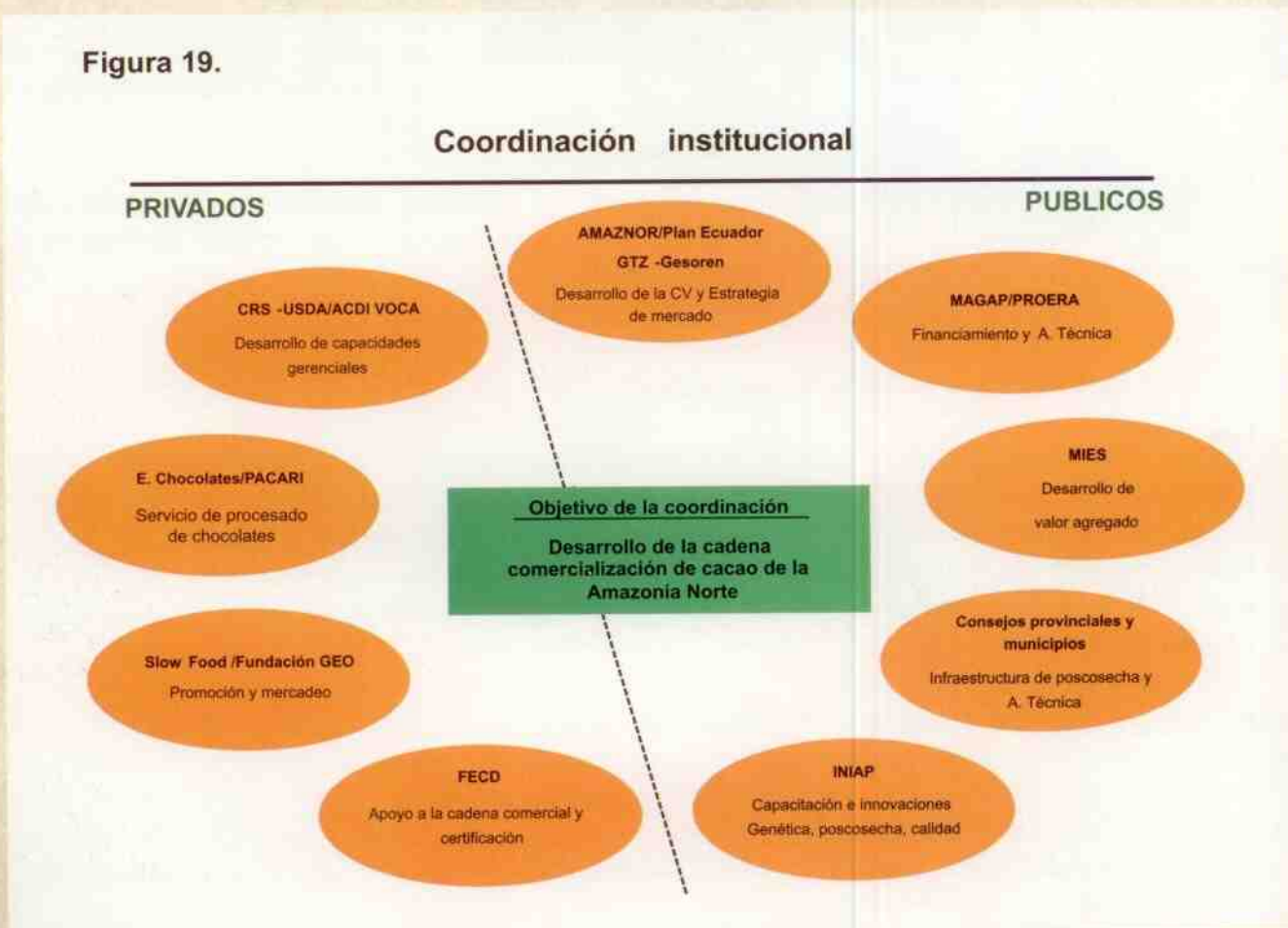
realizar acciones conjuntas y alcanzar objetivos comunes que no podrían lograr individualmente. La asociatividad es necesaria para que los pequeños productores puedan mejorar su eficiencia productiva, incrementar su poder de negociación y lograr una mayor y mejor articulación con el mercado.

7.1.5. Apoyo institucional complementario

En la Amazonía Norte se ha logrado coordinar las acciones de organismos y proyectos de manera complementaria para el desarrollo de la cadena de producción y comercialización de cacao, con base a una visión y principios entre los que se destacan el fomento del cacao Fino y de Aroma, la calidad del producto, el enfoque orgánico y el desarrollo de prácticas amigables con el ambiente.



Figura 19.



7.2. Análisis FODA de la comercialización

7.2.1. Fortalezas y Oportunidades

- Existen en la región asociaciones de productores que se están agrupando y brindando mejores condiciones de comercialización, así como asistencia técnica y capacitación a los productores de la zona. Las comunidades y en general la gente vinculada a la cadena de cacao de la Amazonía Norte se encuentra motivada y con deseos de progresar y cambiar.
- En los últimos 5 años, se han mejorado sustancialmente la logística de acopio y poscosecha de cacao, así también las carreteras principales se encuentran en óptimo estado lo que facilita y abarata el transporte. Por otro lado, los precios internacionales se encuentran en su mejor nivel histórico y se mantienen en esta tendencia.
- Existen mercados especiales en la Unión Europea y en EE.UU. que demandan productos de mejor calidad con certificación o de origen único. Las zonas productoras de cacao del norte de la Amazonía están asociadas a una historia, cultura y biodiversidad lo cual es muy atractivo para los mercados especiales (ORIGEN TERRITORIOS). Esta es una oportunidad para los productores organizados de la Amazonía Norte. La ventaja principal de estos mercados son los precios más altos y estables. Sin embargo estos mercados solo pueden ser aprovechados por una parte de los productores organizados que cumplen normas y estándares de calidad internacionales.
- La clave para mantenerse y superar las expectativas de los mercados está en producir cacao Fino y de Aroma con todo el proceso de poscosecha y cuidando la calidad e inocuidad, y de no mezclar con el CCN51.
- En la última década, el mercado del cacao se enfrenta a cambios debido a las nuevas tendencias de consumo de chocolates oscuros con alto contenido de cacao por atribuir beneficios a la salud humana. Así por ejemplo, en Europa se han lanzado más de **1.000 productos de chocolate premium** desde el 2002 en respuesta al cambio de los gustos, en donde el cacao ecuatoriano se encuentra en una gran parte de las recetas.
- El consumo nacional posee un potencial amplio: los niveles de consumo per cápita a nivel nacional son de apenas 0,25 kilos por habitante al año. Con una adecuada promoción de los atributos del chocolate y desarrollo de alianzas con los programas sociales del Gobierno Nacional como "Aliméntate Ecuador", el consumo interno puede incrementarse.
- En el marco de la tendencia mundial de fabricación y mayor consumo de chocolates oscuros, el Ecuador y la Amazonía Norte tienen todas las posibilidades de fortalecer su integración en los mercados por ser el mayor suministrador de cacao fino y de aroma a la industria mundial.



7.2.2. Debilidades/Amenazas

La importancia del cacao como uno de los productos de gran potencial en la generación de empleo y mejoramiento de ingresos para los pequeños productores de la Amazonía Norte, es hoy en día una realidad; sin embargo existe un conjunto de preocupaciones de los actores, que se describen en las siguientes **limitaciones** y sus causas:

- **Baja productividad** de las plantaciones de cacao Fino y de Aroma como una de las debilidades más fuertes de la cadena y que le quita competitividad al cacao amazónico. Esta situación se debe a que las plantaciones tradicionales de cacao Nacional a más de estar viejas y poco manejadas, han sido establecidas por semilla y con material genético inapropiado. Esta condición ha traído como consecuencia la siembra de CCN51, clon que tiene una mayor productividad, pero que por falta de información y control, este tipo de cacao se mezcla con el Nacional, dañando la calidad e imagen de este último en el mercado internacional.
- La **disminución de la calidad** ofertada (poscosecha defectuosa, y prácticas de inocuidad deficientes de parte de agricultores y comerciantes). Estos aspectos negativos más la mezcla de variedades pueden causar penalizaciones al país de parte de la Organización Internacional del Cacao ICCO y a la vez restricciones de la demanda y disminución de los precios.
- El **nivel de asociatividad**, solo el 28% de productores de la Amazonía Norte están integrados a asociaciones como Aroma Amazónico, San Carlos y Kallari, pero todavía de una manera poco sólida.
- Estos sistemas comerciales asociativos por su joven creación, no llegan al punto de equilibrio: necesitan aumentar los volúmenes de acopio pero también hacer más eficiente la logística y los procesos de acopio y preparación de lotes de venta.
- El acceso directo de las asociaciones a mercados especiales internacionales requiere reforzarse. Hay que emprender una estrategia para concretizar nuevos mercados nicho para asegurar la colocación del producto, en vista de que los niveles de oferta aumentarán considerablemente en el corto y mediano plazo.
- En cuanto a valor agregado, la Amazonía Norte es un reflejo del resto de país, con excepción de la Asociación Kallari (que produce chocolates para el mercado interno y externo), faltan iniciativas locales desde los productores en el desarrollo de productos finales para el fomento del consumo interno.

Estas deficiencias son también producto de la **falta de políticas de fomento orientadas al sector cacao**, así como de una estrategia regional acordada con los actores, en donde se incluyan los mecanismos institucionales y financieros para lograr su implementación. Existen por lo tanto en la Amazonía Norte visiones encontradas y cierto desorden de las pocas intervenciones; deterioro de la calidad del cacao por falta de control de los organismos competentes; así como ausencia de apoyo de una agencia o Cartera de Estado con información, promoción y acceso a mercados.

Visión y estrategia de la cadena comercial de cacao, al 2015

La visión que a continuación se describe define el futuro deseado de la cadena comercial de cacao de la Amazonía Norte, involucra elementos claves acordados con los actores principales en talleres promovidos por Plan Ecuador, INIAP, GTZ - Programa Gesoren, en los últimos años:

“Pequeños productores de cacao de la Amazonía Norte mejoran sus ingresos provenientes de la comercialización de cacao”, a través de:

- Incremento de la oferta exportable de cacao Fino y de Aroma, la siembra y renovación con material genético de alta productividad.
- Mejoramiento de los procesos de manejo y control de calidad y la no mezcla de variedades.
- La capacitación de los intermediarios y certificación de buenas prácticas de calidad en los centros de acopio.
- Fortalecimiento de las organizaciones de productores para una comercialización asociativa eficiente y sostenible.
- Mejoramiento del acceso directo a los mercados especiales y con certificación ecológica y social.
- Generación de valor agregado (subproductos y productos finales del chocolate) con identidad amazónica; y fomento del consumo interno.
- Mejoramiento de la cobertura e institucionalización de los servicios claves de parte del Estado central y local, como: asistencia técnica, crédito para comercialización, información y comercio exterior, y aplicación de regulaciones para el manejo de la calidad.

7.3. Estrategias.-

Los actores apuestan a las siguientes **estrategias** para mejorar la competitividad de su cadena de valor, y al mismo tiempo constituyen desafíos que apoyan el cumplimiento de la visión antes descrita.

Estrategia No.1. Potenciar el cacao Fino y de Aroma

La genética y las características físicas y organolépticas del cacao Nacional son muy particulares, y constituye el recurso primordial para desarrollar ofertas específicas para mercados especiales. Los productores asociados son “fiel creyentes” en este tipo de cacao y con el apoyo de INIAP, AMAZNOR y CRS-USDA han iniciado procesos de mejoramiento de la productividad a través de la renovación y siembra de cacao utilizando material genético recomendado por el INIAP como el EET 95, 96, 103 y 575.

Esta estrategia debe ser fortalecida con iniciativas de mayor alcance de parte del Estado a fin de garantizar la existencia de cacao Fino en el mercado y desestimular la siembra de CCN51. La implementación de esta medida permitirá aumentar la oferta exportable condición necesaria para la sostenibilidad de los sistemas comerciales de la Amazonía Norte.

La mayoría de las familias están ya capacitadas en prácticas esenciales de manejo y su aplicación en plantaciones nuevas permitirá también mejorar la productividad de la mano de obra.

Estrategia No. 2. Desarrollo de productos bajo el concepto de orígenes especiales y marcas.

La zona Amazonía Norte además de producir tipos de cacao con sabores especiales (perfil de nuez, floral, frutal etc.) posee una historia y riqueza ecológica y étnica que pueden ser incorporados en la generación de ofertas específicas para mercados nicho. La tendencia mundial de los mercados de chocolates se orienta al desarrollo de marcas y orígenes específicos y las asociaciones deben sintonizarse con esta realidad.



Estrategia No. 3. Consolidar la certificación orgánica e implementar la certificación de Comercio Justo.

La implementación de la certificación ecológica y social es una demanda de los mercados. Para las diferentes asociaciones debe ser una estrategia para mejorar sus status frente al entorno. Los beneficios de la certificación son muchos, como por ejemplo:

- Se mejora el precio en el mercado. Los diferenciales en precio van desde un 10 hasta 40% adicional al precio estándar del mercado.
- La implementación de las normas de la certificación y el sistema interno de control fomenta una integración y unión de la organización.
- Se mejora el nivel de autoestima de los socios ("Son exportadores de cacao orgánico y de Comercio Justo").
- Aporte a la seguridad alimentaria por que otros productos de las fincas son también "orgánicos".
- Beneficios a la salud por no uso de pesticidas.
- Aporte a la conservación de los RRNN a través de la aplicación de normas exigidas por la certificación como no cazar, no deforestar, no quemar, no contaminar las fuentes de agua, manejar la basura de la casa, etc.

Las asociaciones ya tienen experiencia en la obtención de certificados orgánicos y Rainforest, pero no en el sello FLO (Comercio Justo). Es por lo tanto aconsejable conseguir esta certificación por las diversas ventajas como: Facilita su acceso a los mercados. Se garantiza un precio justo a los productores, que deciden cómo repartir la prima pagada por el Comercio Justo en función de los intereses de la comunidad. Muchos invierten para mejorar el producto, mejorar la capacidad financiera, técnica o administrativa de su organización, para mejorar infraestructura de acopio. Otros dedican la prima a la educación, salud, vivienda, asuntos sociales, etc. A veces, cuando los precios del cacao son muy bajos, la prima es el elemento que permite a la familia del productor evitar el hambre o la migración.

Estrategia No. 4. Fortalecer la generación de valor agregado y promoción del consumo local.

Esta estrategia busca promover la producción del "chocolate propio" de las asociaciones destinado al mercado local, nacional e internacional. En una primera fase como lo hace la Asociación Kallari, se puede producir a través del servicio de maquila, y conforme se desarrolle el mercado nacional se buscará establecer una planta de chocolate. Se plantea producir dos tipos de chocolate: barras tipo gourmet para mercados selectivos y barras de corte popular para fomentar el consumo interno.

La producción de chocolates con marcas relacionadas con la cultura, ríos o la gente misma, permitirá fortalecer la autoestima y el sentido de pertenencia de las organizaciones.

Estrategia No. 5. Desarrollar servicios propios de exportación.

A fin de garantizar la trazabilidad y origen del producto, así como disminuir costos, las asociaciones deben desarrollar las competencias para preparar los lotes de exportación de manera directa, aprovechando la existencia de buena infraestructura de vías hacia los puertos de Esmeraldas y Guayaquil. A través del Puerto de Esmeraldas se podría exportar en acuerdo con la Asociación APROCANE que actualmente dispone del equipamiento básico para preparar lotes de cacao de exportación conforme a las normas de calidad más exigentes.

Para avanzar en esta estrategia, se necesita clarificar los costos de los servicios y promocionar con mayor intensidad las ventajas y desventajas de la Exportación por el Puerto de Esmeraldas o de Guayaquil.

Estrategia No. 6. Aumentar la capacidad de gestión comercial de las asociaciones.

Los retos de las asociaciones son crecientes y la gestión puede llegar a dificultarse si no se revisa la administración de los procesos y se fortalece la gerencia comercial. Los procesos y servicios claves son: la comunicación con los socios y clientes, el proceso de acopio, manejo de la calidad e inocuidad, procedimientos de venta y exportación, coordinación de la certificación, valor agregado y la integración de nuevos socios comerciales, etc.

Las asociaciones son todavía de reciente creación y requieren un periodo de al menos 3 a 4 años adicionales de acompañamiento y apoyo de entidades de cofinanciamiento y cooperación.

Estrategia No. 7. Fortalecer el apoyo desde el Estado central y local.

El fortalecimiento de la cadena comercial de cacao requiere de un rol más gravitante del Estado central para resolver grandes problemas de falta de servicios de asistencia técnica, crédito y acción de control de la calidad. Existe plena seguridad de que una mayor inversión del Estado en el sector cacaotero -catalogado como uno de los más competitivos- se reflejará en el corto y mediano plazo en el fortalecimiento del posicionamiento del país como exportador de cacao fino, en el aumento de las exportaciones y generación de divisas, pero sobre todo en el impacto económico y social positivo en la gente que produce.

En cuanto al accionar del Estado local representado en los Consejos provinciales y municipios, este ha sido muy importante; sobre todo el apoyo con asistencia técnica e implementación de infraestructura de poscosecha a productores y asociaciones. Sin embargo en los dos niveles se requiere clarificar sus roles conforme a la nueva Carta política del Estado.

Estrategia No. 8. Mejoramiento de la calidad e inocuidad en los intermediarios.

Esta estrategia busca atender a uno de los eslabones más críticos de la cadena de valor interna del cacao y a su vez comúnmente olvidado, el de los intermediarios o comerciantes. Se hace imprescindible mejorar y tecnificar las prácticas de poscosecha, manipulación y almacenaje del cacao en sus centros de acopio, así como evitar la mezcla de variedades y la contaminación cruzada o accidental por pesticidas o metales pesados. Medidas de concientización y capacitación intensiva disminuirán estos problemas.

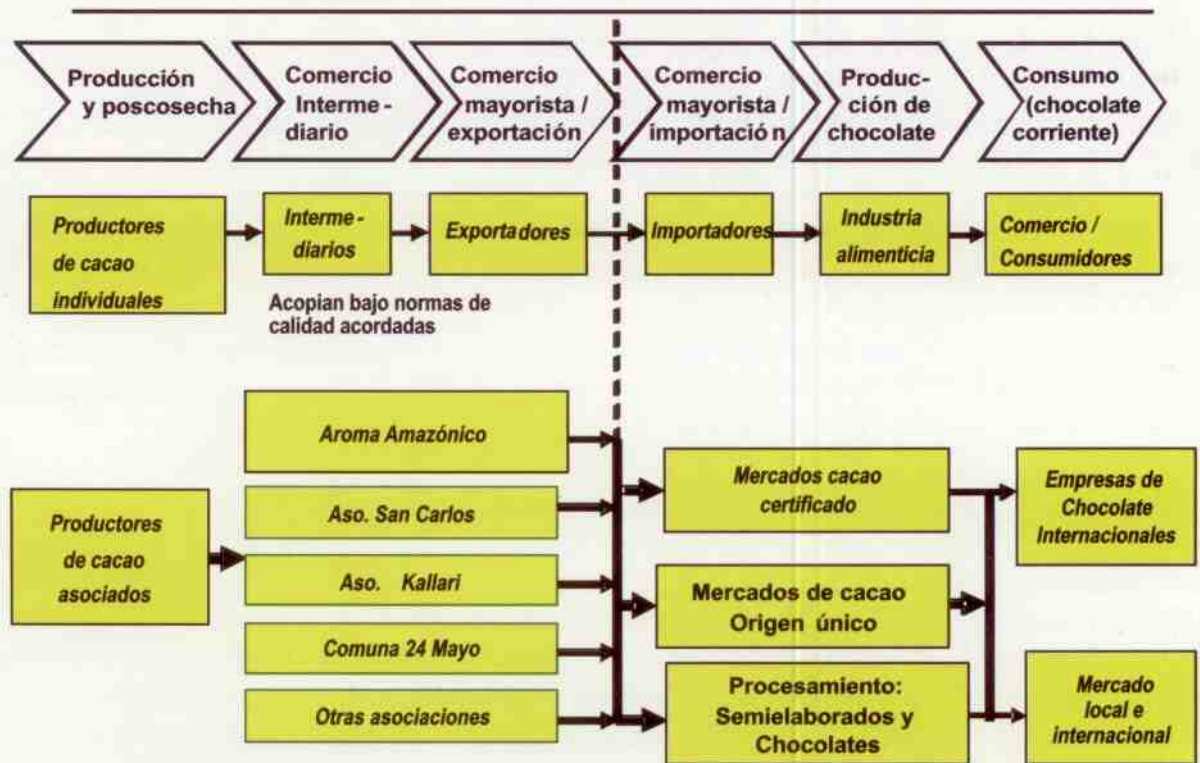
Como se ha indicado anteriormente casi el 100% de la producción total de la Amazonía Norte la realizan pequeñas familias que poseen alrededor de 2 ha. de cultivo, y el intermediario o comerciante se convierte en un actor clave en el acopio y comercialización interna.

Por lo tanto regular las prácticas de calidad y sanidad del cacao en los comerciantes a través de la certificación de sus bodegas es altamente prioritaria.

En conclusión se busca trabajar paralelamente en las dos cadenas: en la cadena de suministro general donde el producto pasa por los intermediarios, y la cadena especial donde se involucran productores organizados en el acopio y comercialización.



Figura 20.- Cadenas de valor del cacao a desarrollar en la Amazonía Norte



FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aroma Amazónico, 2009. Bases de datos de productores certificados y no certificados. Lago Agrio, Ecuador.
- Asociación San Carlos, 2009. Base de datos de productores certificados y no certificados. Joya de los Sachas, Ecuador.
- Benítez C., 2008. Diferenciación y potencialidades de desarrollo del cacao Nacional y CCN51 desde la perspectiva del mercado. GTZ-GESOREN, Quito, Ecuador.
- Bone, L., 2008. Línea base agro-socioeconómica del proyecto Kallari. CRS-USDA. Quito, Ecuador.
- CBI, 2007. Estudio de mercado de café, té y cacao orgánicos en la Unión Europea.
- Conservación & Desarrollo-GTZ. 2004. Diagnóstico de la situación actual y potencial de la producción de cacao en la Amazonía ecuatoriana. Quito, Ecuador.
- CORPEI-Biocomercio/GTZ, 2005. Estudio sobre los mercados de valor para el cacao Nacional de origen y con certificaciones. Quito, Ecuador.
- FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL, FLO. 2005. Criterios de Comercio Justo para cacao para organizaciones de pequeños agricultores.
- INEC, 2009. Proyecciones de población al año 2010. Quito, Ecuador.
- INEC, 2001. Censo Agropecuario del Ecuador, Quito, Ecuador.
- INIAP-AMAZNOR, 2007. Línea base del proyecto cacao. Francisco de Orellana, Orellana.
- IICO, 2006. Estudio del mercado de cacao ecológico. Londres, Inglaterra.
- LCM, 2008. Estudio sobre los potenciales de desarrollo del cacao CCN51 y del tipo Nacional, desde la perspectiva de los mercados.
- López, F., 2009. El cacao, un activo alcanzando máximos en plena crisis financiera.
- Max Havelaar-Francia, 2006. Perspectivas del Comercio Justo en cacao. Presentación de Power point.
- MINECO-UE, 2009. Productos orgánicos café, miel, cacao. Guatemala.
- Programa AMAZNOR/Plan Ecuador, 2009. Caracterización de la cadena de cacao de la Amazonía Norte. Quito, Ecuador.



Radi C., 2007. Análisis de la capacidad de oferta y definición de una estrategia operativa de acceso a mercados especiales y con certificación para café, cacao y frutas amazónicas. Quito, Ecuador.

Ramírez, P., 2007. ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA CADENA DE CACAO EN EL ECUADOR: Sistematización de información y procesos en marcha. GTZ. Quito, Ecuador.

SIISE, 2005. CD versión 3.5

www.anecacao.com (consultado octubre 2009)

www.caobisco.com/caobisco (consultado agosto 2009)

www.euromonitor.com (consultado noviembre 2009)

www.icco.org (consultado julio 2009)



INSTITUTO NACIONAL AUTÓNOMO DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS
INIAP

Dirección: Av. Amazonas y Eloy Alfaro

Edif. MAGAP, 4to piso MAGAP

Teléfonos: 2504996 / 2505240

www.iniap-ecuador.gov.ec

Quito-Ecuador

Estación Experimental Central de la Amazonía

Dirección: San Carlos a 3 Km de la Parquer

Teléfonos: 093 343628

Email: eenapo@yahoo.es

Orellana-Ecuador