

# Cacao para la paz

---

Tamara Benjamin (Purdue), Mark Lundy (CIAT)

Michael Wilcox, Fernando Rodriguez-Camayo, Colleen Kelly, Philip Abbott, Gary Burniske, Marcia Croft, Marieke Fenton

# Nuestro equipo

- Tamara Benjamin – Sistemas de Agricultura Diversificada
- Mark Lundy – Conectando Productores a Mercados, Programa de Decisiones y Análisis de Políticas, CIAT
- Michael Wilcox – Desarrollo Comunitario y Economía Agrícola
- Fernando Rodríguez-Camayo - Investigador de Economía Agrícola, CIAT
- Colleen Kelly – Estudiante de Posgrado, Desarrollo de Jóvenes y Educación Agrícola
- Phil Abbott – Profesor de Economía Agrícola
- Gary Burniske – Director Gerencial del Centro de Seguridad Alimentaria Global, Especialista Agroforestería
- Marcia Croft – Estudiante de Posgrado, Horticultura
- Marieke Fenton – Estudiante de Posgrado, Economía Agrícola



# ¿Por qué?

---



- Saber cómo funciona la cadena de valor de cacao en Colombia.
- Reconocer el rol del cacao en las economías rurales sostenibles.
- Conocer los puntos claves para mejorar la competitividad.
- Determinar las fortalezas del sector agrícola de Colombia.
- Identificar los limitantes para el acceso y sostenibilidad en mercados de alto valor.
- Orientar futuras inversiones de la cooperación internacional en cacao.

# ¿Qué metodología usamos?



- Colectamos información secundaria de fuentes múltiples: 133 documentos originales.
- Realizamos 91 entrevistas con personas claves de la cadena de valor.
- Trabajo de campo.
- Seguimiento constante y debates sobre el tema.
- Enfocamos el estudio a regiones específicas del país.
- Orientamos la investigación a ciertas áreas para identificar inconvenientes o vacíos de información.

# ¿Qué sabemos del cacao en Colombia?

- Originario de la Región Amazónica.
- La oferta del cacao se focaliza en pocos departamentos en el país.
- La mayoría del cacao viene de fincas pequeñas.
- La compra del cacao común la hacen principalmente dos grandes compañías, otras compañías medianas se encargan en Santander y algunas pequeñas se dedican al “*Bean to bar*” (chocolate especializado, del grano a la barra.)
- Interés creciente para exportar cacao en grano, productos intermediarios y chocolate terminado.
- La oferta no cubre la demanda del cacao común, se importa.
- Se exportan cacao y algunos productos derivados.



# ¿Qué encontramos en la producción del cacao?

## *Cómo es la producción básica*

- Número de fincas: 35,000
- Área Total: 159,316 ha
- Área Promedio: 3.3 ha
- Rendimiento Promedio: 433 kilos/ha
- Producción Total: 46,379 kilos
- Conserva la tendencia de rendimiento desde 1961.
- La expansión del área de cacao ha causado un aumento en producción total.

## ***Producción:***

Santander (40%), Arauca (11%), Huila y Antioquía (7% cada uno), Nariño (6%), Tolima (5%)

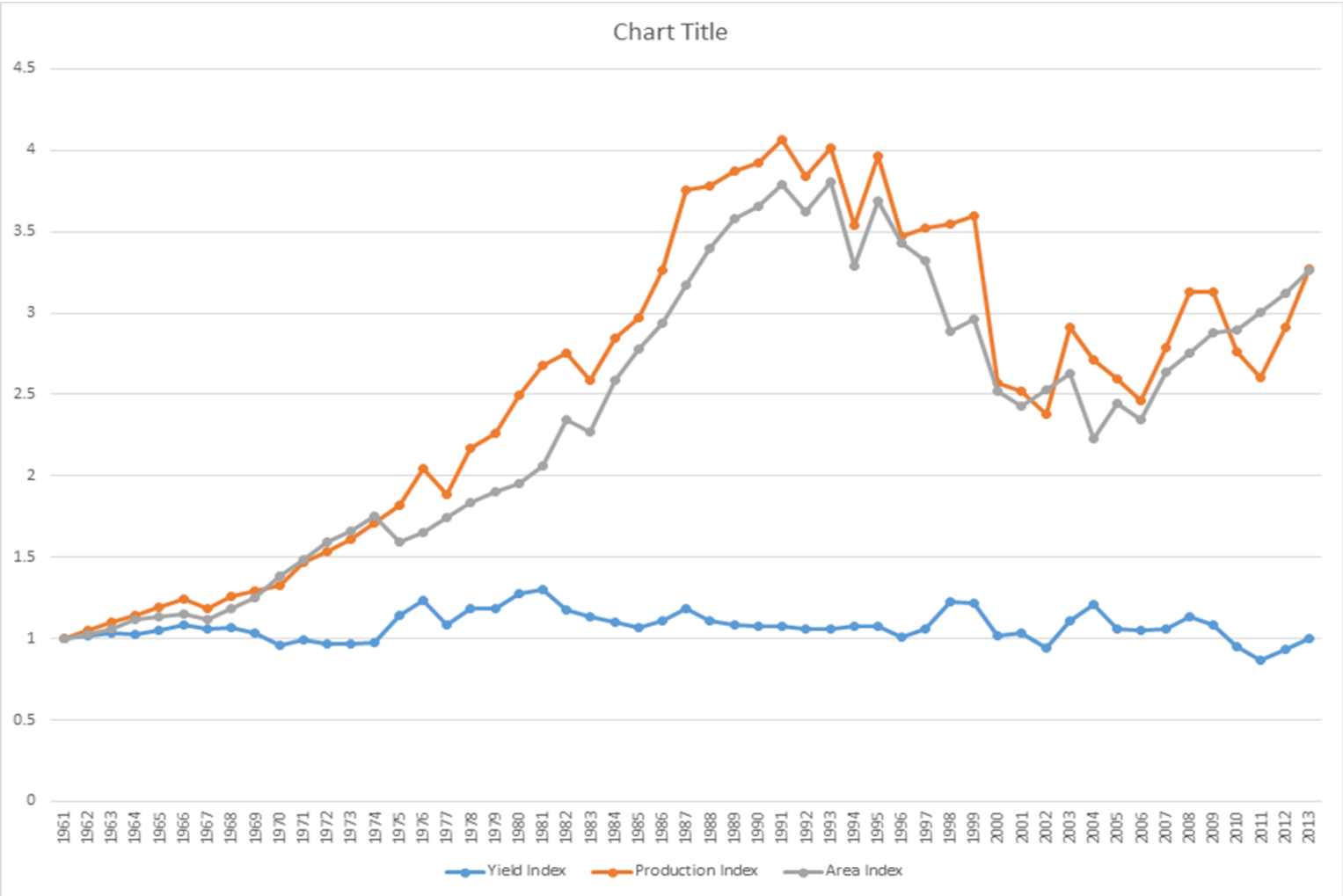
- Promedio de la edad de los productores 51-65 años



---

Fuente: Fedecacao, 2014; FAO, 2014

# Producción, área y rendimiento del cacao en Colombia 1961-2013



# ¿Qué pasa después de la cosecha?

---

- Fermentar, secar, almacenar y transportar son fundamentales para mantener calidad pero tiene costos adicionales.
- Para aumentar el valor agregado e incrementar ingresos ese deben mantener buenas practicas después de la cosecha, pero con pagos bajos (200 pesos mas, 2.5% aumento)
- Las buenas prácticas pueden ser muy costosos y no se compensa el trabajo con el precio.
- Manejo pos cosecha principalmente de manera individual en finca pero creciente interés en centrales de procesamiento para mejorar consistencia y calidad
- Las plantas de proceso de chocolate tienen equipos para limpiar y seleccionar granos y asegurar la calidad.
- La infraestructura de fermentación o secado requiere una inversión alta.
- Hay oportunidades de financiamiento (Finagro) pero los costos de transacción y tiempos son altos.
- El transporte del cacao desde zonas vulnerables hacia puntos de compra dificulta su comercialización.
- Comprar al productor y fermentar de forma estandarizada, mejora la calidad, pero afecta los ingresos.

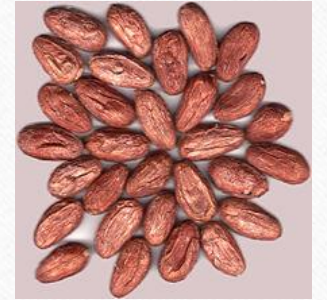


# ¿Qué podemos decir de los costos?

- Los costos para producir un cultivo son altos en los primeros años, los retornos netos se pueden ver después de cinco años.
- Los primeros años los costos se pueden compensar con otros cultivos como el plátano.
- Existen costos reales para practicas después de la cosecha.
- Los costos de transporte son reales, especialmente donde no hay inversión en infraestructura.
- Hay diferencias regionales en la rentabilidad neta.
- *Áreas con ingresos altos:* aumentar rendimientos en las regiones productivas.
- *Áreas con ingresos bajos:* aumentar infraestructura pública, para reducir costos de transacción.

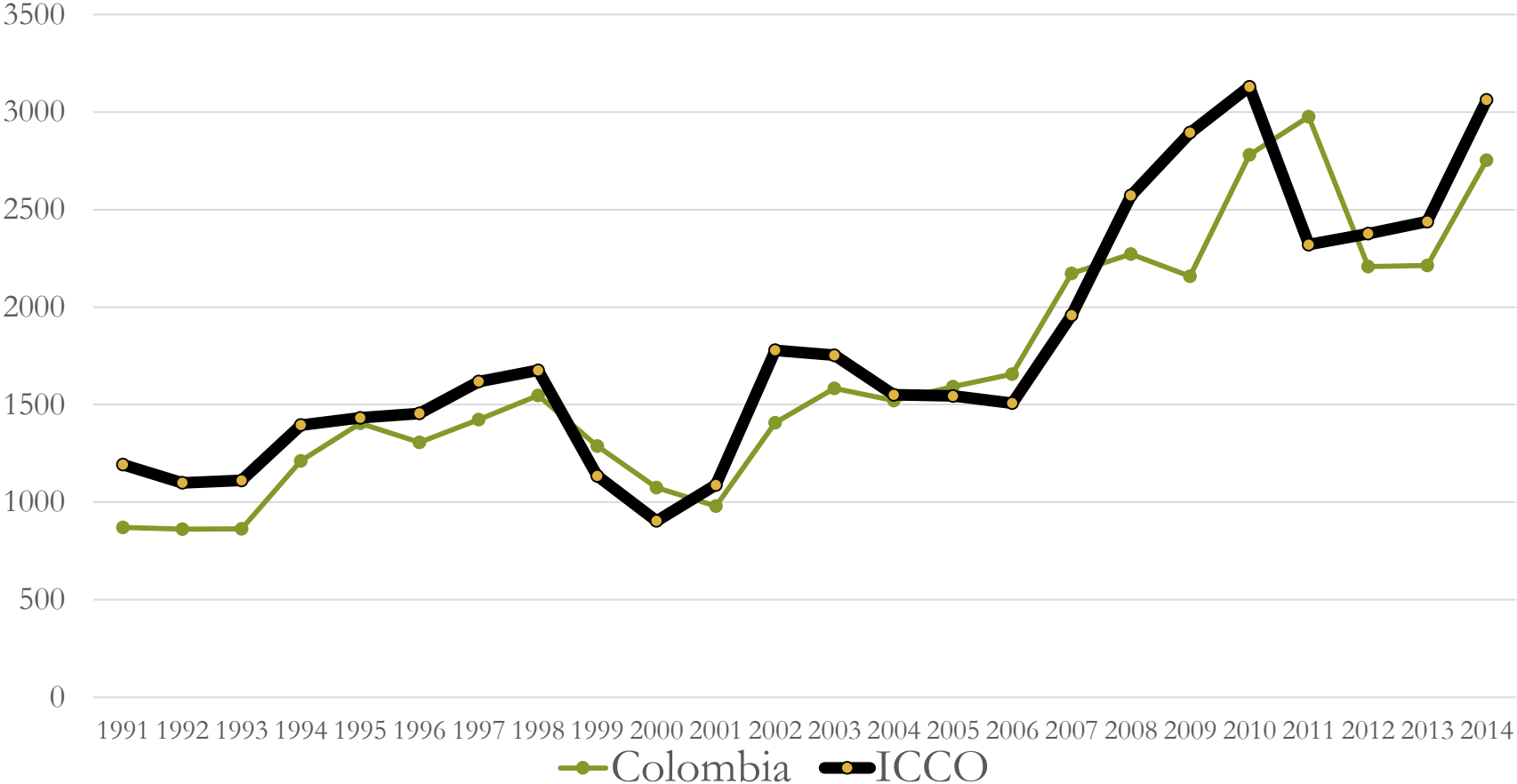


# ¿Cómo es la compra y la venta?



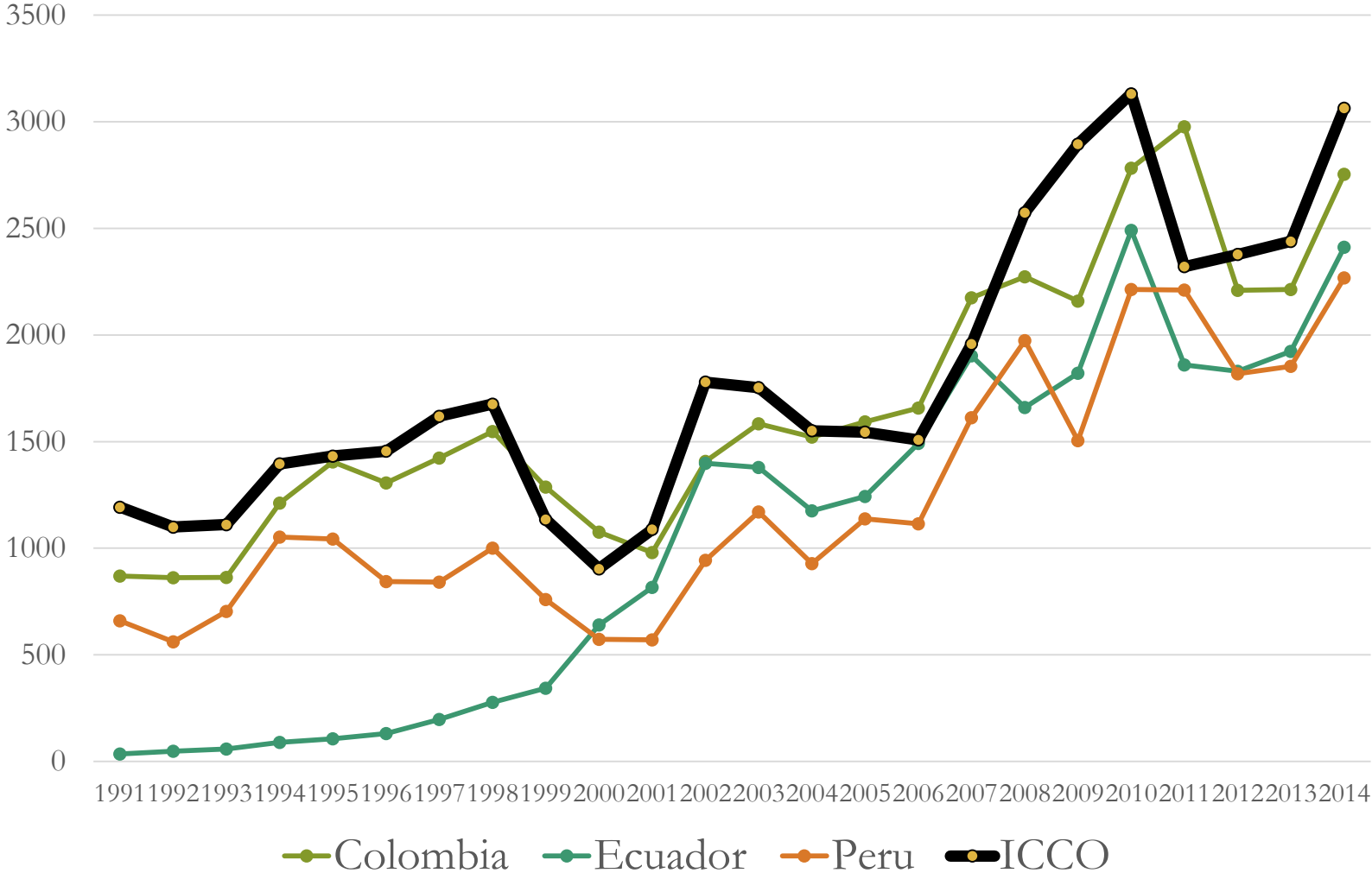
- El cacao se compra y se vende en todo el país, pero debido a la infraestructura, la cultura y los canales de comercialización, los precios pagados están usualmente mas altos en zonas cacaoteras.
- El cacao se comercializa incrementando los costos de transporte.
- En muchos casos el cacao es contabilizado donde se vende y no donde se produce.
- Los mejores precios base son pagados en las zonas en donde existe un mayor desarrollo cacaotero.
- Zonas aisladas en ocasiones deben vender su cacao en departamentos vecinos y por lo tanto su zona de producción no recibe apoyo por parte de la institucionalidad cacaotera.
- El rango de un precio pagado al productor en una zona a otra puede tener una diferencia mayor al 25%.
- El precio pagado en la finca es el 89.5% del precio internacional de ICCO (Organización Internacional del Cacao).

# Precios de Colombia y de la Organización Internacional del Cacao



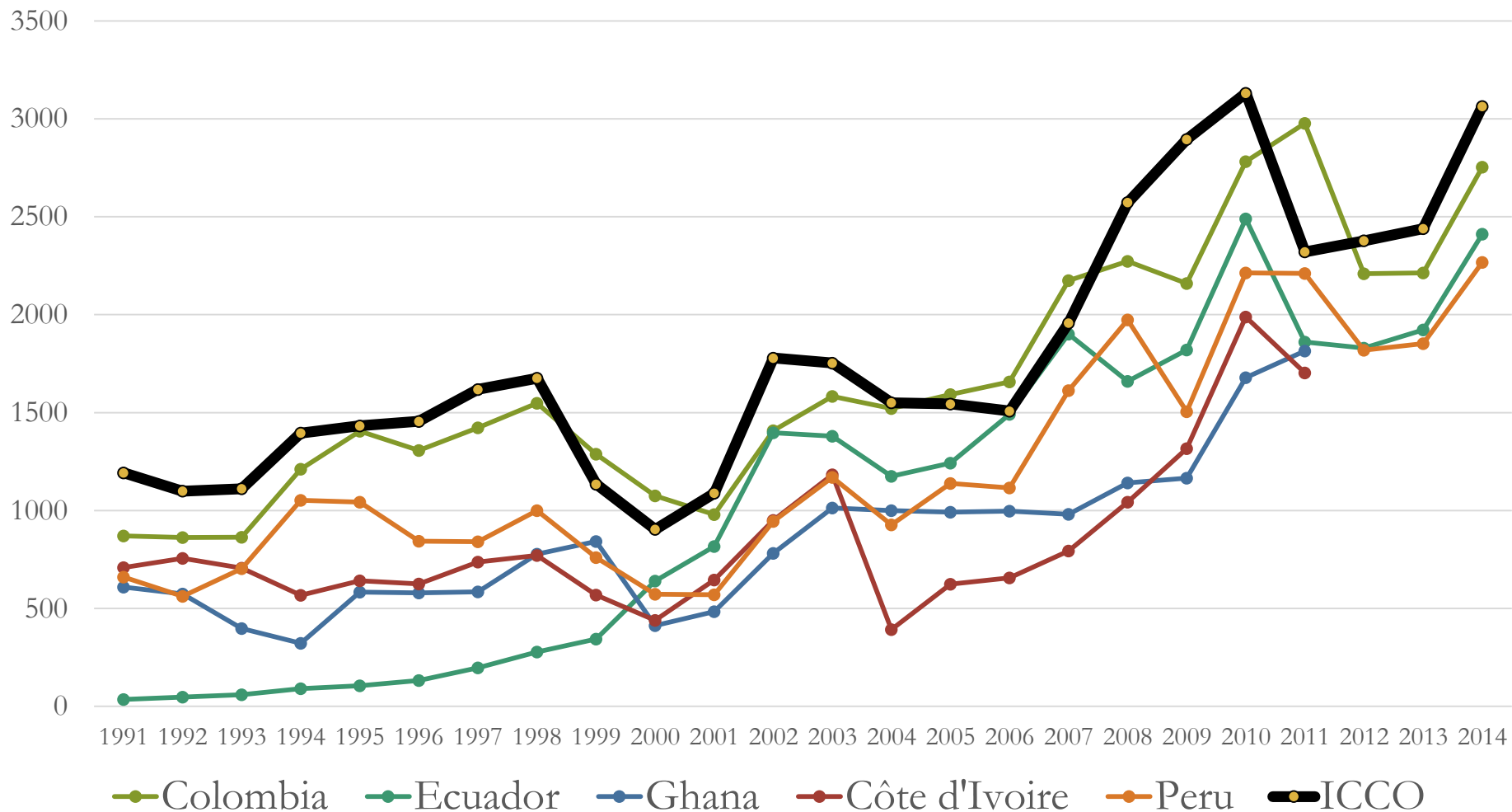
Fuente: FAO 2016

# Precios de Sur América y de la Organización Internacional del Cacao



Fuente: FAO 2016

# ***Precios de África occidental, sur América y de la Organización Internacional del Cacao***

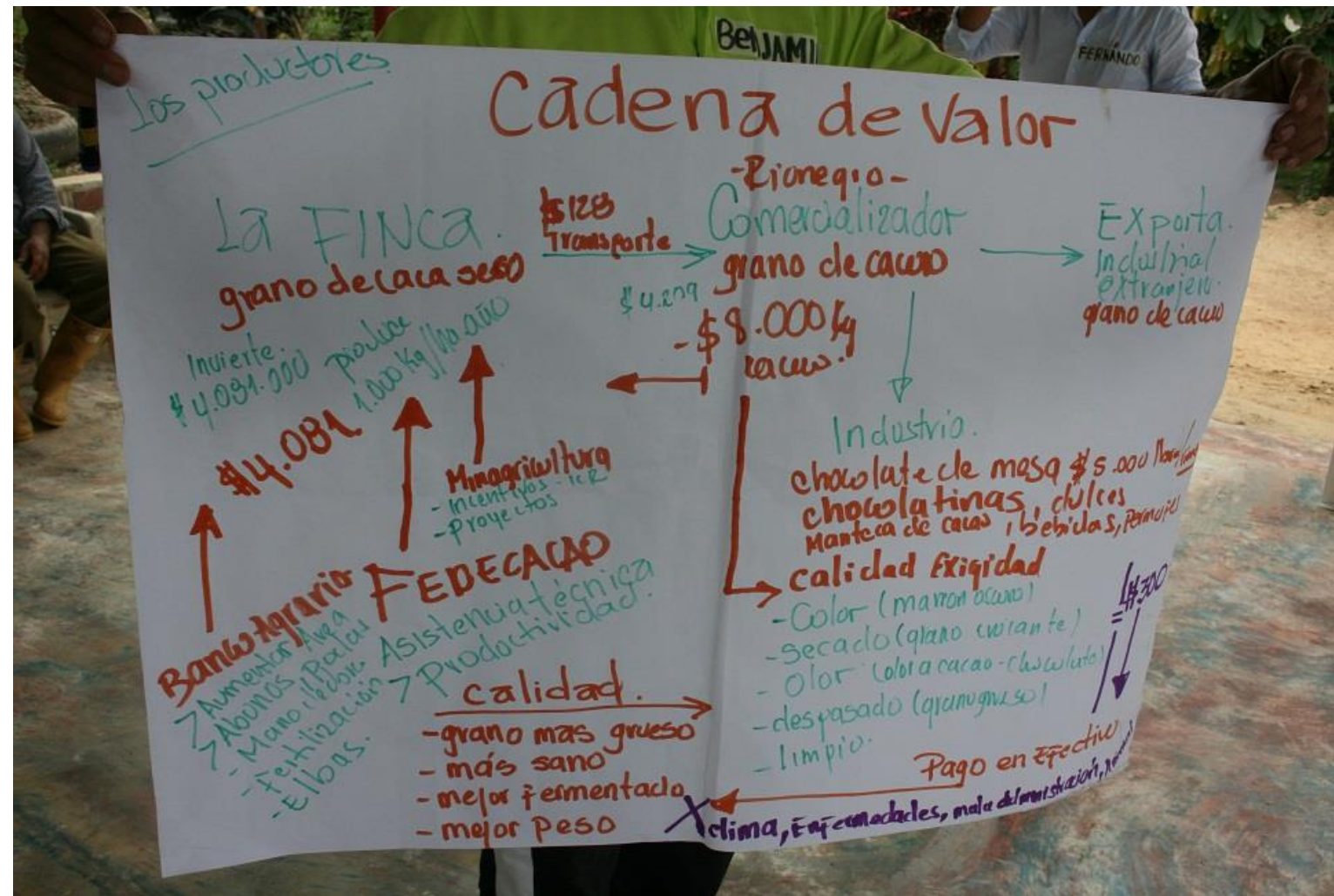


# ¿Cómo es la oferta y la demanda?

---

- Las exportaciones netas de cacao en grano ya son mas que las importaciones.
- Si no se exportara cacao en grano, el país podría cubrir la demanda del cacao común. Los precios son altos en la venta del cacao al mercado global.
- La cantidad de productos intermediarios (cobertura/mantequilla, polvo, pasta) son casi idénticas, los valores de exportación son un poco más altos.

*Entrevista a productores de cacao*  
 Capacitación  
 Fedecacao Rio Negro,  
 Santander  
 Grupo de aproximadamente 30  
 productores de Rio  
 Negro



## Productores de Cacao

## Comercialización

## Proceso de cacao y fábricas de chocolate

## Mercados

Productor Pequeño/Mediano

Finca Industrial

- Preparación de tierra
- Siembra, poda, renovación, mantenimiento
- Cosecha/Pos Cosecha

Acumulador, comprador, asociación de productores

Acumulador Agencial o Regional

Bodega

Bodega

Fábrica de Chocolate

Fábrica de Chocolate

Otros procesadores Fabricas

Mercados internacionales

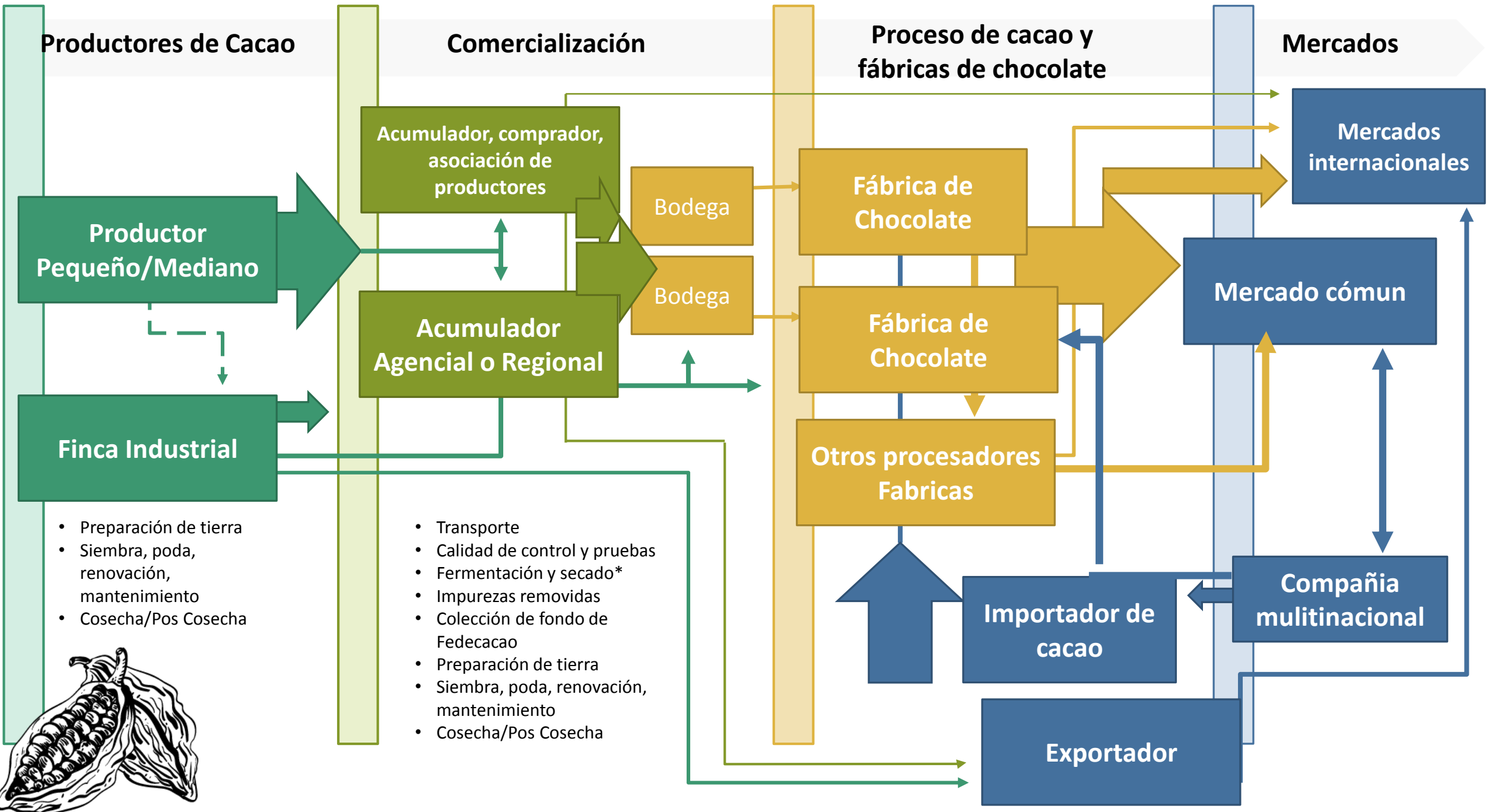
Mercado común

Importador de cacao

Compañía multinacional

Exportador

- Transporte
- Calidad de control y pruebas
- Fermentación y secado\*
- Impurezas removidas
- Colección de fondo de Fedecacao
- Preparación de tierra
- Siembra, poda, renovación, mantenimiento
- Cosecha/Pos Cosecha





# El mercado del cacao



- **Tres mercados de cacao:**

1. En Bulto
2. Fin de Aroma (FA) (*trinitario* o *criollo*)
3. Bean to bar

- La mayoría de las grandes compañías compran chocolate para exportar o procesar.
- La industria tiene la capacidad de procesar cacao de diferentes calidades por lo tanto pueden comprar un rango amplio en calidad de cacao.
- 4,300,000 MT producción total en el mundo de cacao.
- 265,000 MT Fin de Aroma: 5-6% del mercado global.
- Bean to bar : 300 empresas en el mundo procesan entre 30-150 toneladas de granos por año.
- 9,000 – 45,000 MT < 1% Craft BtB de la producción total mundial de cacao.
- La mayoría de la FA desaparece cuando las compañías grandes lo mezclan con cacao de calidad menor.

# El mercado del cacao

---

- Expandiendo el mercado de Fin de Aroma (FA)
  - Todas las empresas que compran FA ya tienen sus proveedores
  - Muchas empresas ya se están comprando cacao en África Oeste porque tienen la capacidad para conseguir los mejores resultados (volumen y consistencia).
  - Estudio de FA de ICCO – en los 1900's era 40-50% del mercado global, ahora es entre 5-6% del total y los premios se están bajando (debido que los precios de cacao están “altos”)
  - La ICCO ha tratado de capitalizar este mercado a otros países rápidamente, pero se esperan cambios exponenciales para crecer la demanda.
  - La escasez de cacao no es por calidad sino cantidad.
  - Hay que buscar los clientes, ¿Quiénes son? Cuánto volumen han vendido?

# ¿Y por que Cacao Fino y de Aroma?

oportunidad

Cacao fino  
exclusivo 12.000 ton

## Precios CIF estimados

Se debería tomar precauciones al usar estas estimaciones como referencia para propósitos comerciales.

Fuente: estimaci

US\$5,000 – 10,000+ /ton

US\$3,700 – 5,000 / ton

US\$3,100 – 3,700 / ton

US\$3,000 – 3,500 / ton

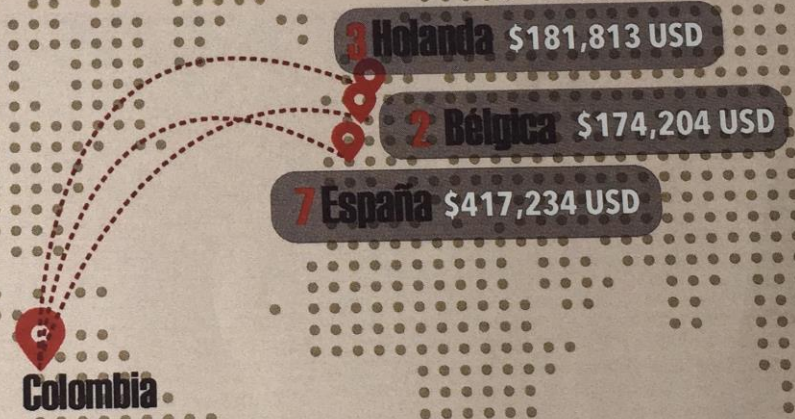
## Precios CIF estimados

Se debería tomar precauciones al usar estas estimaciones como referencia para propósitos comerciales.

Cacao convencional 3.200.000 ton

Fuente: estimaciones ICCO (entrevistas), Xoco

**12 PROCESOS DE Exportación**  
 por un valor de  
**\$773,254 USD**



**249,5**

**Toneladas de cacao exportadas**



$\$773,254 / 249,5 \text{ Toneladas} = \$3099$   
 Precio Mundial ICCO (2015/2016) =  $\$3125$



- PROCESOS DE EXPORTACIÓN**
- CHOCOLATE TUMACO - Tumaco
  - COMCACAOT - Tumaco
  - ACTIVA G-10 - Tierralta y Valencia Córdoba
  - CHOCOLATE COLOMBIA - Caucaasia Antioquia
  - INTEGRASINÚ - Tierralta Córdoba
  - ACATA - Tarazá Antioquia
  - ASOCAVAL - Valdivia Antioquia
  - APROACA - Cáceres Antioquia
  - ASOBOSQUES - El Bagre Antioquia
  - AFAPUL - Puerto Libertador Córdoba
  - ASCAP - Puerto Libertador Córdoba
  - ASPROPISAT - Montelibano Córdoba
  - ASPROAGES - Nechí Antioquia
  - ASOPRODEMA - Valencia Córdoba
  - ASOCAI - Itango Antioquia
  - ASAPA - Zaragoza Antioquia

**4859 EMPLEOS GENERADOS**

**Hectáreas apoyadas**  
**5390**

**Inversión \$8,707,413 USD**  
 Colombia Responde NUS

SIEMBRA USD \$3,702,062 ANTIOQUIA  
 SOSTENIMIENTO \$2,066,099 CÓRDOBA  
 CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA \$2,939,252 TUMACO  
 PROCESAMIENTO (TRANSFORMACIÓN)   
 COMERCIALIZACIÓN

**4988 TONELADAS Vendidas**

**\$ Ventas Acumuladas \$18,093,464 USD**

ANTIOQUIA 2,852,108 USD  
 CÓRDOBA 2,042,031 USD  
 TUMACO 13,199,325 USD

**12 PROCESOS DE Exportación**  
 por un valor de  
**\$773,254 USD**



**249,5**

**Toneladas de cacao exportadas**

DATOS OBTENIDOS A PARTIR DE NOVIEMBRE DE 2011 A SEPTIEMBRE 2016

## 1. REAL RELATIONSHIPS

We visit the cacao producers that we work with at least once per year. We only buy cacao from growers who ensure fair and humane work practices.

## 2. THE BEST CACAO

We only purchase Certified USDA Organic, non-GMO cacao that meets our high quality standards and is approved by the Taza Tasting Panel for its seriously good flavor.

## 3. MORE MONEY FOR PARTNERS

We pay at least \$500 above the market price—a 15-20% premium—and never less than \$2,800 per metric ton for cacao.

## OUR 2016 KEY INDICATORS



**2041**

Farmers  
Benefited

**538**

Female  
Farmers  
Benefited



**3362**

Hectares  
Certified Organic

**100%**

Cacao Grown  
in Agroforestry  
Systems

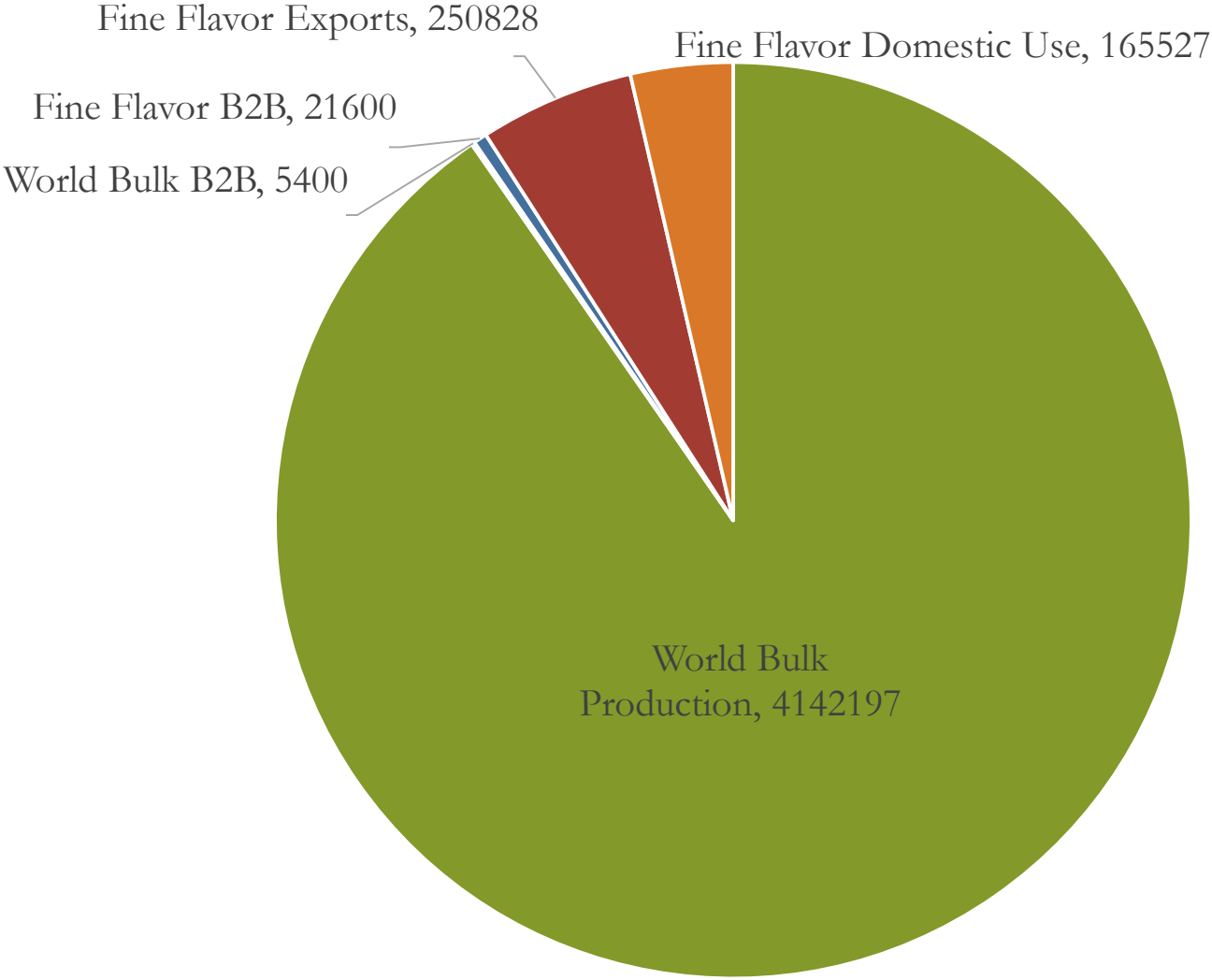
**\$889,772**

Paid For Cacao

**233**

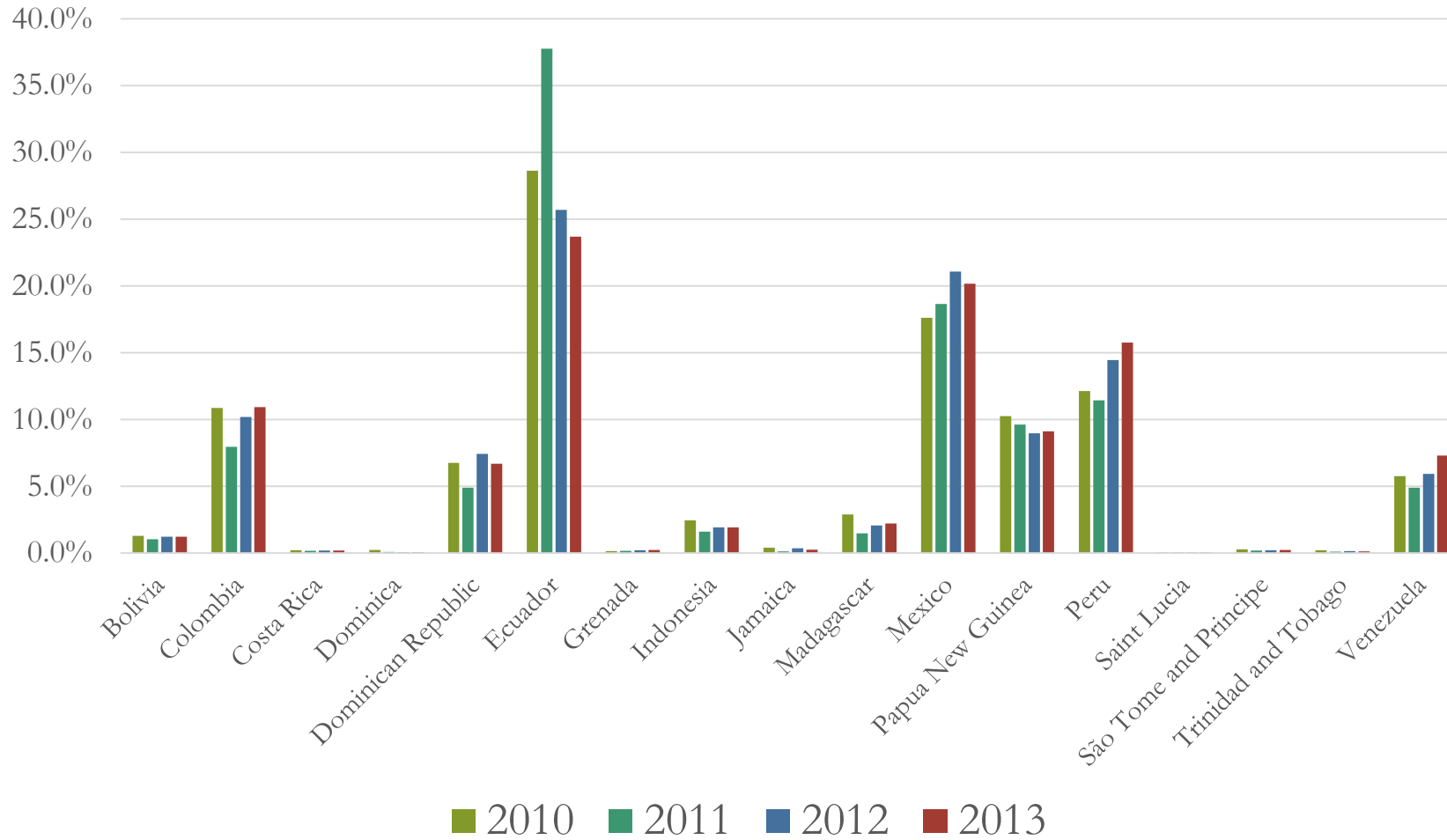
Metric  
Tons Of  
Beans  
Purchased



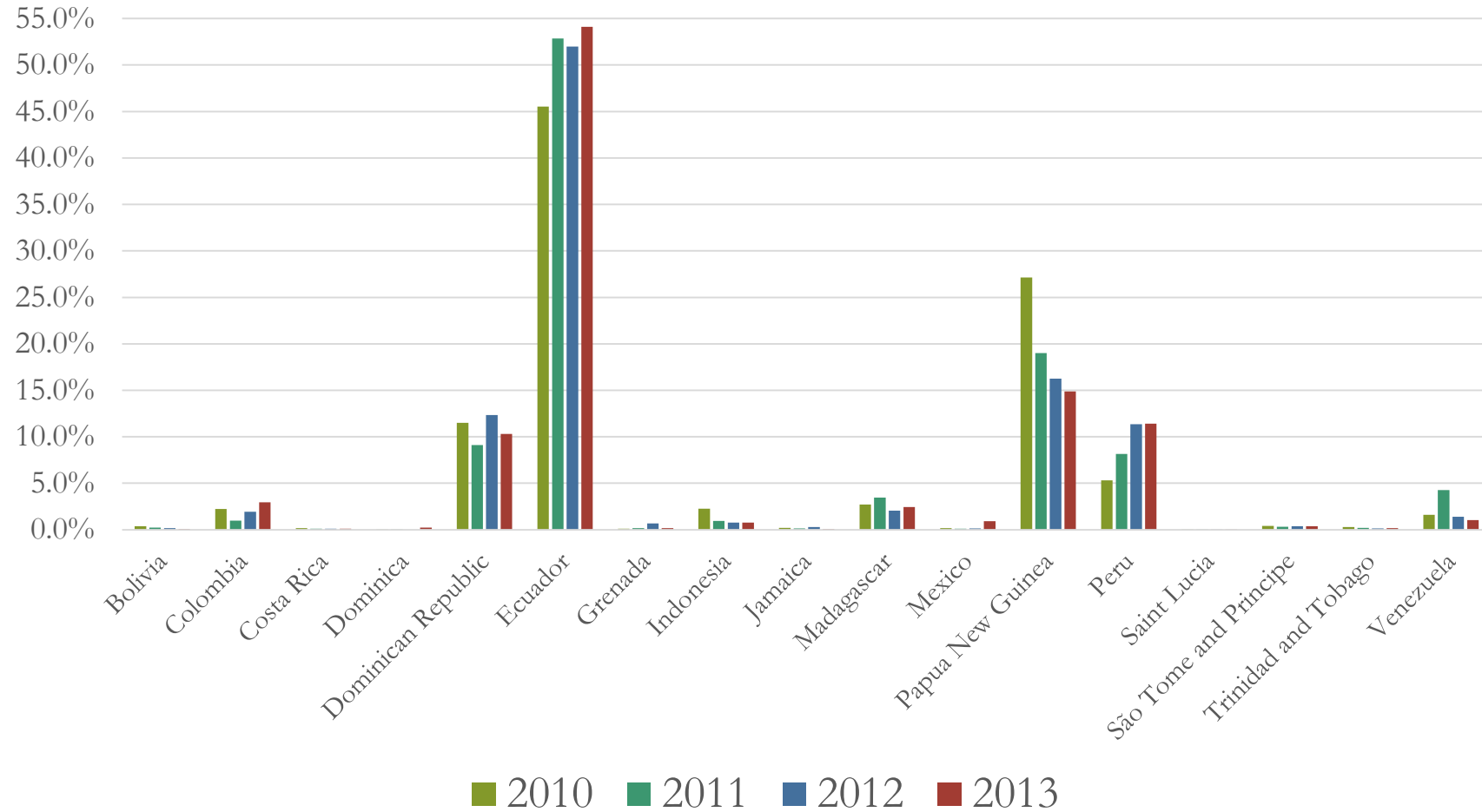


- World Bulk Production
- World Bulk B2B
- Fine Flavor B2B
- Fine Flavor Exports
- Fine Flavor Domestic Use

# *Producción global de fin de aroma*

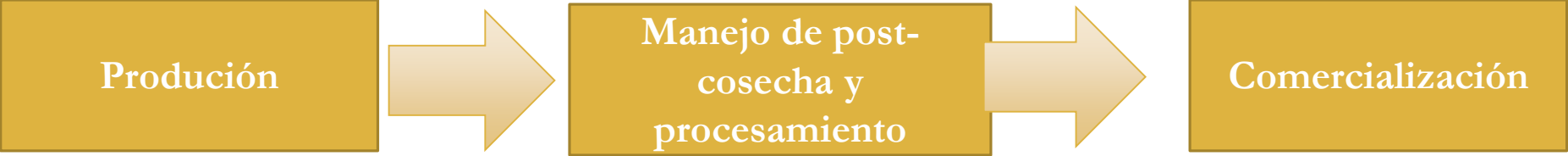


# Exportación global de fin de aroma 2010 – 2013





TEMAS CONTEXTUALES



Tecnología

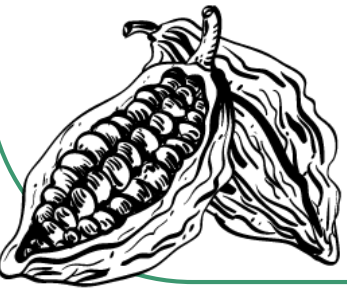
Ambiental

Económicas

Legal

Política

Social



# Estructura organizacional

---

- **Asociaciones de Productores** – Diferentes niveles de desarrollo entre las asociaciones, algunas tienen un nivel de coordinación con mejores resultados, mientras otras no están ofreciendo los servicios necesarios a los productores, falta información/un estudio para entender mejor sus roles en la cadena de valor de cacao. , falta información y un estudio para poder entender mejor sus roles en la cadena de valor de cacao.
- **Compañías/Industria Nacional/Nutresa, Casa Luker, Girones, Cacao Hunters** – Hay diferentes tamaños de compañías de chocolate, hacen inversiones basadas en sus necesidades (baba – fermentación, secado), precios altos han causado el cierre de compañías medianas que producen chocolate de mesa.
- **Exportadores** – Hay algunas empresas y asociaciones que exportan cacao en grano pero en cantidades bajas. Los problemas son cantidad, consistencia y, en algunos casos, presencia de metales pesadas.
- **Proveedores de insumos** – materiales de siembra, fertilizantes, plaguicidas. Hemos recibida poca información sobre esto actores principalmente porque el uso de insumos en el sector cacaotero Colombiano está todavía limitado.

# Estructura organizacional

---

- **Fedecacao** - Fondo Nacional del Cacao es una cuenta especial creada por ley para el recaudo y manejo de los recursos provenientes de la Cuota de Fomento Cacaotero, y cuyo propósito es la financiación de programas y proyectos de beneficio para la actividad cacaocultora nacional. Tiene servicios de extensión pero falta coordinación y colaboración con otras entidades que también están en extensión, sus fondos son limitados para brindar servicios de extensión en otros lugares del país, existen necesidades en investigación y desarrollo que no están siendo cubiertas para nuevos retos ambientales y de mercado.
- **Consejo Nacional de Cacaoteros** – Tiene como responsabilidad coordinar actividades del acuerdo de competitividad y tener una retroalimentación muy estrecha entre el MADR para la incidencia en política pública para generar condiciones favorables para el sector cacaotero. No es claro el mecanismo para aumentar la participación de nuevos miembros en el consejo y espacios de reflexión y análisis para composición del consejo.
- **Publico - Ministerio de Agricultura, Corpoica, UMATA, Secretarios de Agricultura** – Todos proveen diferentes servicios al sector, falta la coordinación entre las entidades para poder entender que efectivo e ineficiente el apoyo que se están dando al sector. No siguen una agenda de país sino de proyectos y programas.

# Estructura organizacional

---

- **Apoyo Internacional – USAID, Swiss Contact, UNODC** – No se está tomando en cuenta que el dinero no es para siempre, los fondos no son permanentes, no hay habilidad para crear estos mercados sin apoyo, las inversiones no son precompetitivo, falta del reconocimiento de estos apoyos por medio de las organizaciones. No están uniendo sus agendas de inversión a la agenda nacional del cacao (entran y salen).
- **Universidades – UNAL, UIS, Caldas, Antioquia** – En muchos casos no se están vinculando las necesidades de la cadena con la investigación de las universidades, falta coordinación entre FEDECACAO, Corpoica y las universidades, falta de investigación interdisciplinaria, 2.5% de estudiantes entrando a las universidades están en las áreas agrarias.

# Extensión y asistencia técnica

---

- Asistencia Técnica vs Extensión
- Calidad del servicio, coordinación, información consistente y programas de extensión profesionalizados (EPSAGRO, UMATA, FEDECACAO, Industria, ONG's, Asociaciones de Productores)
- Vínculo débil entre la agenda de investigación y procesos de 'traducción' y extensión (Corpoica Linkata)
- Presencia de extensionistas en áreas donde se vende el cacao, no donde se produce
- Fondos insuficientes e inconsistentes generan programas de extensión de corto plazo y vinculado con demandas de financiadores más no las necesidades de los productores.
- La tecnología existe y prácticas tradicionales también pero no se están complementando en las comunidades
- Incentivos limitados para la adopción de mejores prácticas

# Expansion del cacao

---

## Tierra

- La tierra es un asunto complejo – región y historia
- Hay que tener la tenencia segura para poder invertir o buscar financiamiento.
- Áreas de violencia puede tener muchos reclamos por los dueños legítimos
- Precios de tierra en muchas regiones son altos y podrían cohibir a nuevos productores.

## Mano de obra

- Requiere mano de obra para poder aumentar productividad y rendimientos.
- Baja oferta de mano de obra en muchas zonas rurales.
- Poco conocimiento por parte del productor de cacao y no hay servicios de extensión.
- Los jóvenes no se están quedando en las zonas rurales, los productores envejecen.

# Expansion del cacao

---

- **Plantaciones Industriales**

Promoción por medio de Ecuador e inversionistas para sembrar áreas grandes, mecanizadas y toda la cadena incorporada en el negocio. Problemas con las tierras (sequía, suelos, fertilidad) y la mano de obra permite el desarrollo de mercados, alta inversión, productividad (CCN-51 o otras variedades que tienen altos rendimientos)

- **Financiamiento (Acceso)**

Restricción para la producción, pos cosecha y mercadeo. Hay que tener dinero para poder invertir en la finca para aumentar producción y mejorar calidad. A los productores le falta capital para intensificar, renovar o expandir. Sin títulos no hay prestamos para poder invertir en su plantación.

# Nuevos productores

---

## ¿Qué se debe hacer para ser productor?

- Acceso a tierras con precios razonables.
- Acceso a capital para poder comprar tierra, establecer plantaciones, productores y riesgos.
- Comparar la rentabilidad y otros usos de las tierras, la importancia de los costos de producción y el potencial de mercado.
- Migración a la zona urbana, ofertas de trabajo, otras alternativas diferentes al cacao.



# Nuevos productores

---

- Enfocar la investigación y la extensión sobre el aumento en la productividad de plantaciones existentes o la rehabilitación de plantaciones antiguas con paquetes tecnológicos , adaptándolos al clima y a los medios de vida locales.
- Mayor enfoque para productores nuevos, para que crezcan en cultura, experiencia y conocimiento en plantaciones como:
  - Extender producción de cacao a regiones no tradicionales ( Fuera de Santander)
  - La antigüedad de los productores y el mantenimiento de la mano de obra en las zonas agrícolas
  - Programas de extensión especialmente para productores jóvenes y nuevos, enfocando en sus necesidades

# Focos de trabajo

---

- Desarrollo de un sistema información de mercados (necesidades y oportunidades de la infraestructura de mercados).
- Promoción de participación de productores nuevos en la cadena de valor.
- Aumento de productividad de fincas sobre el manejo de buenas practicas.
- Intensificación de monitoreo y manejo de enfermedades y plagas.
- Coordinación y colaboración entre las unidades dando programas de extensión y el nexo con las unidades de investigación.
- Evaluación de apoyo sectorial de las organizaciones funcionando en la cadena de valor.
- Opciones financieros para todos los actores en la cadena de valor.
- Identificación de las oportunidades y los retos para la expansión de la área de cacao.
- Construcción de capacidades entre las asociaciones y grupos de productores y sus miembros.

# Bibliografía

---

- Análisis de cadena de valor de cacao en Camerún, Nigeria, Ghana y Costa Marfil (Abbot/Wilcox - Purdue)
- Cacao como una herramienta económica en áreas posconflicto en Liberia (Wilcox/Abbott - Purdue)
- Análisis de cadena de valor para sistemas de cultivos tropicales (Lundy/Rodriguez-Camayo - CIAT)
- Curso de Planeación Agroforestal enseñado por 8 años (Benjamin - Purdue/CATIE)
- Planeación de sistemas agroforestales de cacao en fincas en América Latina (Burniske/Benjamin – Purdue)