



## Manual de Oportunidades:

### Cacao Amigable con la Biodiversidad en América Central

# Análisis de oportunidades para el cacao AB en América Central

## Descripción de las oportunidades



## Índice

### Introducción

**Oportunidad 1: Cacao comercio justo**

**Oportunidad 2: Cacao fino de aroma**

**Oportunidad 3: Cacao orgánico**

**Oportunidad 4: Programas de mejora continua**

**Oportunidad 5: Procesamiento en el país de origen**

## Introducción

En este fascículo se presentan cinco de las oportunidades más importantes para las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYME) de cacao AB en América Central. Estas oportunidades son las siguientes:

- Comercio justo ("fair trade")
- Cacao fino de aroma
- Cacao orgánico
- Programas de mejora continua: certificado Alianza para Bosques (Rainforest Alliance) y certificado UTZ
- Procesamiento en el país de origen

Para cada una de estas oportunidades se presenta información que ayudará a las MPYME a conocer las características de la oportunidad, analizar los requerimientos para su participación, diagnosticar sus capacidades para responder a los requerimientos de la oportunidad e iniciar un plan de acción para fortalecer su capacidad de respuesta en el caso necesario. Cada oportunidad incluye los siguientes puntos.

## Cuadro resumen

Se encuentran los principales mercados en donde se presenta la oportunidad, el tamaño estimado del mercado, sus características, tendencias y proyecciones. De igual manera, se muestran las facilidades o dificultades para acceder al mercado. Finalmente, se indica con cuáles otras oportunidades se puede trabajar, con el fin de facilitar o mejorar sus beneficios potenciales.

## Descripción de la oportunidad

Se darán más detalles sobre la oportunidad, su volumen potencial, los requisitos de acceso, los factores de éxito y los recursos disponibles para acceder a más información.

Esta matriz es una herramienta para que las MPYME puedan analizar sus capacidades actuales en relación con las exigencias de cada oportunidad. Puede encontrar la matriz en el Fascículo X-B.

## Oportunidad 1 Cacao comercio justo o "fair trade"

<b>Principales mercados:</b>	Europa, Estados Unido.
<b>Tamaño del mercado:</b>	13.000 toneladas métricos anuales
<b>Tendencia de crecimiento:</b>	Positiva
<b>Facilidad de acceso al mercado:</b>	Mediano
<b>Características principales:</b>	Certificación comercio justo Organización democrática Fincas de pequeña escala Potencial de desarrollo Precio base garantizado Premios fijos
<b>Complementariedad:</b>	Certificación orgánica

### Descripción

El sello de certificación, dirigido principalmente al aspecto social, es conocido como comercio justo o "fair trade". Esta certificación tiene por objetivo principal garantizar la mejora de las condiciones comerciales y asegurar los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados en una amplia variedad de productos que van desde el café hasta el cacao, el banano y las artesanías.

Las características principales de este mercado son las relaciones directas entre los compradores y proveedores, un precio base fijo que protege a los productores cuando caen los precios mundiales y el premio comercio justo, el cual apoya la inversión social en los procesos de desarrollo de las comunidades productoras.

Con los años, el comercio justo ha conseguido una imagen de confianza entre los consumidores, principalmente en la Unión

Europea, con una notable popularidad en el Reino Unido y Francia.

El precio mínimo de una tonelada de cacao convencional de comercio justo es de US\$1.600. Si se cuenta con certificación orgánica y comercio justo, el precio mínimo es de US\$1.800 por tonelada.

Si los precios alcanzados en las bolsas de Nueva York y Londres están por encima de estos precios mínimos, se da una prima por tonelada de US\$150 para el comercio justo y US\$200 para ambos sellos.

### Tamaño del mercado

En general, el mercado de comercio justo ha crecido de manera similar al mercado orgánico; sin embargo, en los Estados Unidos el crecimiento del sector de chocolate de comercio justo es significativamente más alto.

Una de las razones de este crecimiento es el nacimiento en el año 2002 de Transfair USA, la cual es una de las compañías que certifican como comercio justo a los fabricantes de chocolate en los Estados Unidos. Antes, todo el chocolate de comercio justo era importado desde Europa.

El volumen total de ventas mundiales de cacao de comercio justo en el año 2008 fue de 10.300 toneladas, de las cuales casi la mitad (unas 4.945 toneladas) fueron de cacao con ambas certificaciones: orgánico y de comercio justo.



El 17% de ese tonelaje total (1.750 toneladas) se vendió en los Estados Unidos, mientras que los países europeos siguen comprando la mayor parte de cacao certificado de comercio justo en todo el mundo.

### Criterios de acceso

- ⇒ La organización debe ser democráticamente gobernada por pequeños productores (asociación).
- ⇒ Deben existir pruebas de que el comercio podrá traer beneficios de desarrollo a los miembros (productores).
- ⇒ El grupo de productores debe ser supervisado por la organización encargada de otorgar el sello de comercio justo (FLO—Fairtrade Labelling Organization).
- ⇒ Con frecuencia los compradores de comercio justo desean que el cacao tenga también la certificación orgánica.

### Factores de éxito

Es más fácil para una organización de productores estar en una zona o país en donde no haya otras organizaciones certificadas en comercio justo. FLO procura balancear la oferta y la demanda de productos de comercio justo para asegurar que las agrupaciones certificadas puedan percibir los beneficios de este nicho de mercado.

A continuación, podrá conocer a la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA), localizada en Costa Rica, la cual es un claro ejemplo de éxito en el mercado internacional de comercio justo.

## Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA), Costa Rica

**Certificaciones:** orgánico y comercio justo

**Año de fundación:** 1987

**Número de miembros:** 1.067

APPTA provee a los mercados orgánicos y de comercio justo del cacao, plátano y otras frutas tropicales en la Unión Europea, Estados Unidos y en Costa Rica, producidas por sus 1.067 miembros.

APPTA posee tanto la certificación de comercio justo como la orgánica, lo que la ha llevado a obtener precios de mercado estables y superiores.

Esta prima se invierte en proyectos sociales aprobados por los miembros. En APPTA, las primas de comercio justo han contribuido a proyectos de la comunidad (escuela, talleres de capacitación y la compra de un tractor para el transporte de los productos procedentes de zonas remotas).

Un beneficio no relacionado al precio obtenido en comercio justo es el fuerte sentimiento de propiedad de los miembros.

Desde su fundación en 1987, APPTA ha construido un centro de fermentación y secado para el cacao y una nueva planta de procesamiento de frutas y ha negociado varios acuerdos de cooperación para dar valor agregado a la pulpa de fruta y los productos procesados de cacao.

## Oportunidad 2 Cacao fino de aroma

<b>Principales mercados:</b>	Europa, Estados Unidos, Japón
<b>Tamaño del mercado:</b>	170,000 toneladas métricas anuales
<b>Tendencia de crecimiento:</b>	Positiva
<b>Facilidad de acceso al mercado:</b>	Bajo
<b>Características principales:</b>	Estándares estrictos de calidad Procesamiento centralizado Precios premium (sobrepuestos) Variedades de árboles con bajos rendimientos
<b>Complementariedad:</b>	Alianza para Bosques y UTZ

### Descripción

El llamado segmento gourmet del mercado mundial de chocolate lo considera el mayor valor agregado que pudiera tener el producto.

Por el lado de los productores, la posibilidad de entrar en este mercado representa una oportunidad única para el logro de primas significativas (precios elevados) sobre el precio base internacional del grano.

Los cacaos finos de aroma son típicamente percibidos como de sabor y aroma más intenso. Los finos se originan de árboles criollos o trinitarios y dependen del proceso de poscosecha para alcanzar los estándares de calidad.

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) ha designado a 17 países como productores de cacao fino de aroma. Costa Rica es el único país centroamericano en esta lista.

Cabe resaltar que no existe un criterio único para aceptar que el cacao de determinado origen se pueda clasificar como cacao fino de aroma. Los responsables de evaluar la calidad del cacao otorgan o retiran puntos según sus propios criterios. Sin embargo, los compradores basan sus decisiones considerando principalmente el grado de fermentación y el origen genético del grano. Esto presenta un reto a muchos grupos de productores centroamericanos cuyos miembros productores de pequeña escala tienen una diversidad de árboles híbridos en sus fincas.

Muchas empresas que compran cacao en grano diferenciado viajan directamente al origen para probar la calidad y desarrollar relaciones con los proveedores. Un grupo que desea entrar a este mercado debe estar preparado para recibir las visitas de compradores europeos o estadounidenses que podrán tener opiniones fuertes y variadas sobre el sabor deseado.

Los productores deben tener una estrategia apropiada de mercadeo para explicar los aspectos genéticos y de procesamiento de sus operaciones, al igual que las historias sociales y ambientales que se relacionan con sus cacaotales, resaltando la importancia para los compradores de desarrollar una historia para su marca y para sus ventas.

A pesar de que su importancia es aún muy limitada en términos de volumen en el mercado europeo, el cacao fino centroamericano está ganando cada vez mayor participación en el mercado.

### Tamaño del mercado

El volumen anual a nivel mundial de cacao fino es de aproximadamente 140.000 toneladas. Se estima que la demanda global para nuevas fuentes de cacao fino está entre 2.000 y 10.000 toneladas según las compañías consultadas.

Debemos tener en cuenta que éste es un mercado altamente competitivo y exigente basado plenamente en la calidad y en sus características organolépticas (sabor, textura, olor, color) del grano de cacao.

Los compradores de cacao fino de aroma requieren entre uno y tres contenedores de cacao en grano (20 a 60 toneladas) como mínimo para producir un nuevo producto con un sabor diferente.

Los productores deben de asegurar a las empresas chocolateras que podrán ofrecerles cacao de la calidad convenida año tras año.

Las compañías de chocolate gourmet, tales como Amedei en Italia o Amano en los Estados Unidos, están dispuestas a pagar precios tope para cacao de calidad fino excepcional y compran no más de tres toneladas a la vez, por ser productores de chocolate artesanal en pequeños volúmenes.

Las empresas que compran mayor volumen de cacao fino son las que fabrican coberturas para empresas de confites tales como la multinacional suiza Barry Callebaut y Guittard Chocolate en los Estados Unidos, ambas conocidas por sus productos exclusivos premium.

Para el cacao con altos estándares de calidad los precios por encima de US\$4.000 por tonelada no son poco frecuentes. Algunas variedades de cacao, especialmente algunas de Venezuela, tienen un precio superior a los US\$6.000.

Hay un creciente interés de los comerciantes e importadores de cacao en la construcción de historias alrededor de una variedad de cacao determinado o de origen. Este interés es, a su vez, influido por la creciente sensibilización de los consumidores hacia el origen de sus productos, ampliando así un nicho de mercado especial para los productos que ofrecen una historia completa.

Los oferentes más exitosos para entrar en el mercado de cacao fino de aroma en la última década han sido los productores privados de plantaciones grandes en República Dominicana, Hawái y Costa Rica.

Los grupos de productores con deseos de entrar al mercado de cacao fino de aroma deben considerar su capacidad para invertir en instalaciones de procesamiento modernos, mejorar el germoplasma cultivado por sus productores y estandarizar en forma efectiva la calidad del cacao acopiado de muchas fincas pequeñas.

### Criterios de acceso

Las barreras de acceso a este mercado son bastante altas, debido a que los productores de cacao fino deben primero producir un cacao de calidad superior, luego mantener relaciones cercanas de comunicación con los clientes y, por último, manejar una adecuada estrategia de ventas.

Las organizaciones que están considerando este mercado deben primero analizar lo siguiente:

- ⇒ **Manejo poscosecha y selección de calidades.** ¿Tiene la capacidad de identificar y clasificar diferentes variedades de cacao y seguir diferentes protocolos de fermentación si el comprador así lo requiere? Esto es considerablemente más difícil de cumplir cuando los productores fermentan y secan su cacao en la finca y su producto se acopia en conjunto con los productos de otros.
- ⇒ **Capacitación de productores.** ¿Hay personal a lo interno de la organización, o a través de alianzas externas, capacitados en buenas prácticas agrícolas para apoyar a los productores en el cultivo y cosecha del cacao?
- ⇒ **Material genético.** ¿Hay un vivero central en su zona para brindarle a los productores germoplasma mejorado (variedades resistentes a plagas y enfermedades y con mayor productividad)?

⇒ **Mercadeo.** ¿Tiene un vendedor en su organización que pueda contar una historia única de su cacao y de los productores miembros? Esto puede ayudarle a identificar a una compañía de chocolate (o varias) que esté dispuesta a recibir muestras de sus granos de cacao, para probarlos y evaluarlos, con el fin de que pueda guiar su procesamiento poscosecha y selección de calidades a las demandas del mercado de chocolate gourmet.

Es importante contar con varios contactos de potenciales compradores, ya que cada uno tiene diferentes preferencias y prioridades en cuanto a la calidad del cacao.

### Factores de éxito

- Germoplasma de excelente calidad con sabor fino de aroma comprobado
- Infraestructura poscosecha (por ejemplo. cajas de fermentación y facilidades de secado centralizadas)
- Capacitación continua de productores
- Capacidad de mercadeo

Un ejemplo del éxito en el mercado internacional de cacao fino y de aroma es el caso Technoserve y los agricultores de cacao en Honduras:

### Cacao fino en Honduras

Desde el año 2007, la organización no gubernamental Technoserve se ha asociado con los agricultores de cacao de Honduras para facilitarles el acceso al mercado europeo de especialidad de cacao fino.

El proyecto tiene como objetivo aumentar significativamente el porcentaje de producción de cacao fino en Honduras. Se estima que la producción actual de las variedades criollo y trinitario son menos del 1% de la producción total.

Material genético superior fue seleccionado y propagado en los viveros y 600.000 plántulas de cacao fino se vendieron a los agricultores en el primer año. Por lo tanto, 300 hectáreas se han convertido al cultivo de cacao fino.

El programa ejecutado por TechnoServe incluye desde la reproducción de material genético hasta el apoyo para el acceso a los mercados, así como la formación en injertación, manejo de viveros, técnicas de gestión agrícola para aumentar la productividad y métodos de fertilización orgánica. Los agricultores también están trabajando en mejorar el tratamiento poscosecha, el cual es un punto crítico en el manejo de las variedades de cacao fino.

La meta de Technoserve es plantar 1.250 hectáreas para el año 2011 en todo el país. El proyecto ha identificado las zonas que tiene las condiciones agroclimáticas más favorables para el cacao fino (Santa Bárbara, Copán, Cortés y Atlántida).

### Oportunidad 3 Cacao orgánico

<b>Principales mercados:</b>	Europa, Estados Unidos, Japón
<b>Tamaño del mercado:</b>	En crecimiento
<b>Tendencia de crecimiento:</b>	Positiva
<b>Facilidad de acceso al mercado:</b>	Medio
<b>Características principales:</b>	Uso de insumos sintéticos prohibidos Certificación externa anual Sistema de control interno Segregación/trazabilidad
<b>Complementariedad:</b>	Comercio justo

#### Descripción

La agricultura orgánica es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas.

Se basa fundamentalmente en procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos negativos.

La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para favorecer el medio ambiente que compartimos y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ella (IFOAM, 2008).

Los productos agrícolas orgánicos, en el caso de los cultivos perennes, son aquellos producidos en parcelas donde

básicamente se evita el uso de fertilizantes y agroquímicos sintéticos y se prepara la tierra con abonos durante un período de más de dos años previo a la siembra o plantación y más de tres años previo a la primera cosecha.

La agricultura orgánica certificada se basa en normas internacionales y leyes nacionales de certificación orgánica.

Las fincas, las procesadoras y los almacenes certificados deben someterse a una supervisión anual por parte de un inspector acreditado.

Deben existir sistemas y documentación para prevenir cualquier mezcla del cacao orgánico con el cacao convencional en cada etapa, desde la finca hasta la exportación.

Para grupos de productores a pequeña escala, las inspecciones anuales se realizan a una muestra de las fincas, según las cuales una porción de las fincas se inspeccionan físicamente y el balance se revisa a través de documentos generados por el sistema de control interno de la organización (el cual debe estar bien organizado y ser riguroso).

Por ejemplo, un grupo de productores puede perder su certificación orgánica si existen problemas o inconsistencias en los documentos que contienen la trazabilidad del cacao desde la finca al centro de acopio y al punto de exportación.

La certificación debe cumplir con las regulaciones del mercado meta—es decir, las europeas, estadounidenses y japonesas, que son bastante estrictas.

Los proveedores de cacao orgánico más exitosos son los que no usan insumos sintéticos e invierten en capacitación de los productores.

La asistencia técnica es muy importante para poder aprender los principios de la producción orgánica, incluyendo los métodos para el control de plagas, de enfermedades y para la mejora de la fertilidad del suelo.

Este sistema cuenta con agentes de extensión de tiempo completo, los cuales pueden visitar las fincas, organizar



sesiones de capacitación y estar disponibles para cualquier consulta por parte de los productores.

Normalmente, este personal también es el que mantiene el sistema de control interno, el cual incluye mapa de las fincas, copias de recibos de compras, inventarios de los almacenes y una bitácora de visitas a las fincas y de los eventos de capacitación.

## Tamaño del mercado

El mercado del cacao orgánico aún sigue representando un pequeño porcentaje del mercado total (0,5%); sin embargo, desde la década de los 90 la tendencia ha ido creciendo, habiéndose generado gran interés por iniciativas que promueven la producción amigable con el ambiente y las prácticas de responsabilidad social.

Europa es el mayor importador de cacao en grano orgánico y de otros productos derivados del cacao (aproximadamente un 40% a 50% del cacao orgánico a nivel mundial). Parte del cacao y chocolate que llega a Europa se exporta a otras regiones, principalmente a Estados Unidos.

Los procesadores como Barry Callebaut, Icam y Chocolat Bernrain fabrican y venden sus productos de chocolate a compañías norteamericanas, al igual que a marcas líderes de Europa.

El consumo de chocolates orgánicos en Europa ha venido creciendo de forma muy rápida en los primeros años de la presente década. Entre 2001 y 2003 creció 30% anualmente. Aunque en los últimos años dicho crecimiento ha sido menor, se ha vuelto más estable (ICCO, 2007).

El mercado de chocolates orgánicos en Japón aún está en sus primeras etapas. De acuerdo con un estudio realizado por IFOAM, una de las razones por que esto sucede es porque las empresas chocolateras en Japón no elaboran productos bajo el sello orgánico, ya que prefieren importar los productos de cacao ya terminados.

En términos generales, el crecimiento del mercado mundial del cacao orgánico en el futuro va a depender más de las limitantes en cuanto a la provisión del grano que del desarrollo de la demanda, al menos a mediano plazo.

## Criterios de acceso

- ⇒ Certificación orgánica acreditada
- ⇒ Mínimo de 20 toneladas métricas, con la capacidad de incrementar el volumen cada año
- ⇒ Sistema de control interno que puede trazar el cacao de la finca hasta el punto de venta

## Factores de éxito

- ⇒ Ofrecer certificaciones complementarias, principalmente de comercio justo
- ⇒ Volúmenes suficientes
- ⇒ Calidad consistente
- ⇒ Extensionistas empleados de la organización capacitados en agricultura orgánica y certificación

## Competencia en la oferta

Por muchos años, la oferta de cacao orgánico era dominada por la República Dominicana. Esta nación se mantiene como proveedor principal en el mercado, pero nuevos actores como Tanzania, Ghana, Uganda y Brasil han entrado al mercado global en los últimos cinco años.

América Central es vista como un punto de origen importante para cacao orgánico; sin embargo, los productores de cacao deben de considerar su capacidad para mantener la calidad y incrementar productividad para poder competir en un mercado que muchas veces cuenta con una sobreoferta de granos certificados orgánicos.

A continuación vea el ejemplo de la Cooperativa de Servicios Múltiples Bocatoreña R.L. in Panamá.

## **Cooperativa de Servicios Múltiples Bocatoreña R.L. (COCABO), Panamá**

Certificaciones: orgánico y comercio justo  
Año de fundación: 1952  
Número de miembros: 1.249  
Producción de cacao: 200 a 400 toneladas

COCABO es la cooperativa más antigua en Panamá. Se creó para el mercado del cacao en la remota región de Bocas del Toro, al norte de Panamá. Ahora es un exportador de cacao estable con certificación orgánica y de comercio justo. En el decenio de 1990, COCABO se certificó orgánicamente para captar lo que era entonces una nueva oportunidad de mercado. Se desarrolló una asociación a largo plazo con una compañía de chocolate estadounidense que cofinanció el año de inicio de la extensión de terreno y el sistema de control interno para la producción orgánica, el manejo y el almacenamiento.

Los agricultores de COCABO fermentan y secan el cacao en sus propias fincas. La cooperativa mantiene cuatro tipos de productos: tres orgánicos y uno convencional. El cacao orgánico de comercio justo es exportado a Europa y a los Estados Unidos a precios tres veces más alto que el precio nacional). Los agricultores que venden el grano orgánico de alta calidad a la cooperativa ganan un 65% más que los agricultores con el grano de baja calidad.

La certificación orgánica de COCABO ha traído beneficios como un mayor precio de mercado y el fortalecimiento de las capacidades internas, lo cual permite gestionar la asociación con organizaciones internacionales de desarrollo en proyectos sociales para mejorar la condición de vida de sus miembros. Estos proyectos incluyen trabajos de diversificación y capacitación en la producción.

## **Oportunidad 4**

### **Programas de mejora continua: certificado Alianza para Bosques (Rainforest Alliance) y certificado UTZ**

<b>Principales mercados:</b>	Europa, Estados Unidos Japón
<b>Tamaño del mercado:</b>	
<b>Tendencia de crecimiento:</b>	Positiva (venta de cacao certificado Alianza para Bosques creció de US\$4.5 millones en 2007 a US\$16.75 millones en 2008)
<b>Facilidad de acceso al mercado:</b>	Medio
<b>Características principales:</b>	Buenas prácticas agrícolas Manejo integrado de plagas Salubridad y seguridad de los trabajadores Conservación de agua y suelos Conservación del hábitat de vida silvestre Trazabilidad/cadena de custodia
<b>Complementariedad:</b>	Cacao fino de aroma

## **Descripción**

Las dos iniciativas, Alianza para Bosques y UTZ, son certificaciones líderes para cacao en los aspectos sociales y ambientales, de calidad y del modelo de mejora continua.

Las anteriores permiten que grupos de agricultores y empresas logren el pleno cumplimiento con el tiempo (a diferencia de la certificación orgánica y de comercio justo que han establecido criterios de entrada más estrictos). Tanto Alianza para Bosques como UTZ se dirigen a las empresas que desean unir esfuerzos para normalizar e introducir el cacao certificado a los líderes de las industrias de alimentos y bebidas.

“En lugar de ser otra marca más, la certificación UTZ trabaja en conjunto con la mayor parte de los actores de la industria, el gobierno y la sociedad civil para transformar completamente la industria del cacao en un sector sostenible” (UTZ).

Un tercer programa privado que opera de acuerdo a este modelo de mejoramiento continuo es el desarrollado por Starbucks Coffee Company, conocido como Cocoa Practices. (Prácticas en cacao). A la fecha, Starbucks sólo ha certificado como Cocoa Practices 10.000 toneladas de sus proveedores en África del Oeste, esperando entrar en los próximos años al mercado latinoamericano.

Alianza para Bosques y UTZ tienen compromisos de ventas a gran escala con compañías multinacionales como Mars y Kraft. Mars se ha comprometido a comprar 100.000 toneladas anuales y anunció a principios de este año que tiene como plan certificar el 100% de su producción de fuentes sostenibles para 2020.

Su compromiso también incluye la colaboración para desarrollar la oferta de calidad a través de la capacitación a los agricultores y la mejora de la infraestructura.

Actualmente, el desarrollo de estos programas se centra en África Occidental; sin embargo, representa una oportunidad para los productores centroamericanos de formar parte de esa cadena de suministro.

Los productores de cacao deben procurar entender a estos dos programas ya que pueden convertirse en requerimientos de compra de empresas importantes en la industria en los años venideros.

Es importante resaltar algunas diferencias entre el comercio justo y estas certificaciones:

- a. UTZ y Alianza para Bosques no ofrecen una prima de precio fijo (la prima se negocia entre los productores y compradores).
- b. Ambas se concentran en fortalecer a las empresas a través de la calidad y la buena gestión, lo que conduce a un aumento de la productividad y de los ingresos locales.

### **Alianza para Bosques**

El programa de cacao de Alianza para Bosques experimentó un aumento del 272% en las ventas de cacao certificado entre los años 2007 y 2008, de unos US\$4,5 millones en 2007 a US\$16,75 millones en 2008.

Desde el año 2004, 8.228 plantaciones de cacao en más de 94.763 hectáreas han logrado la certificación de Alianza para Bosques.

Las plantaciones de cacao certificadas por Alianza para Bosques están ubicadas en Costa de Marfil, Ecuador, República Dominicana, Perú, Colombia, Brasil y Costa Rica. Se está trabajando activamente para certificar las plantaciones de cacao en Ghana.

El programa se originó en América Latina, pero ha despegado en términos de volumen con su reciente inversión en certificación en el África Occidental.

Alianza para Bosques trabaja con compañías como Kraft y Mars en Europa, Blommer Chocolate en los Estados Unidos y con la compañía Lotte en Japón.

### **Certificación UTZ**

UTZ es conocida principalmente por su certificación de productos de café pero ha iniciado recientemente con la certificación del cacao. En sólo cinco años UTZ se ha convertido en el programa más grande de certificación de café. UTZ

pretende llevar su éxito a otros bienes de consumo y el cacao será el primero.

Para esto UTZ ha desarrollado un código de conducta práctico e incluyente que refleja los requisitos mínimos de una producción sostenible.

UTZ coopera con Ahold, Cargill, Heinz Benelux, Mars, Nestlé y ECOM en el desarrollo y aplicación de un sistema de certificación convencional de cacao sostenible. Los organismos no gubernamentales (ONG) como Solidaridad, Oxfam Novib y World Wildlife Fund apoyan la iniciativa.

### **Criterios de acceso**

- ⇒ Sistema de control interno
- ⇒ Capacitación de productores
- ⇒ Plan de manejo ambiental y social

### **Factores de éxito**

- ⇒ Relaciones con actores en la industria que quieren una de estas certificaciones
- ⇒ Programa activo de capacitación a los productores con el fin de incrementar la productividad por hectárea y así compensar la falta de un sobreprecio fijo

A continuación vea el caso de FUPROCA en la República Dominicana.

### **Fundación para la asistencia social y la recuperación y el manejo orgánico de las plantaciones de cacao (FUPAROCA), República Dominicana**

Certificaciones: orgánico, Alianza para Bosques (Rainforest Alliance)

Año de fundación: 2004

Número de miembros: 3.000

FUPAROCA es una organización formada por el exportador Nazario Risek para ayudar a rehabilitar las plantaciones de cacao de 3.000 pequeños agricultores de la región centro-oriental de la República Dominicana.

FUPAROCA cuenta con certificación orgánica y de Alianza para Bosques (Rainforest Alliance) y está constituida por la Finca Elvesia, la cual posee una gran plantación de 100 hectáreas de cacao fino. La fundación supervisa el cumplimiento de las normas de Alianza para Bosques y de orgánicos de todos los agricultores, grandes y pequeños, además de otorgarles asistencia técnica.

Debido a que FUPAROCA no es una organización de productores y que incluye grandes plantaciones, no califica para obtener la certificación, ya que comercio justo exige organizaciones democráticas de agricultores y todavía no tiene una norma para las plantaciones de cacao que utilizan mano de obra contratada.

La certificación Alianza para Bosques permite a la organización abordar los aspectos sociales de condiciones de trabajo dignas y salarios justos para los trabajadores, lo que ofrece garantías de responsabilidad social a sus compradores. FUPAROCA es una de las pocas fincas certificadas por Alianza para Bosques en América Central.

## Oportunidad 5 Procesamiento en el país de origen

<b>Principales mercados:</b>	Europa, Estados Unidos
<b>Tamaño del mercado:</b>	No disponible
<b>Tendencia de crecimiento:</b>	No disponible
<b>Facilidad de acceso al mercado:</b>	Bajo
<b>Características principales:</b>	Alta inversión de capital Agrega valor en el punto de origen Regulaciones estrictas de higiene Mercadeo efectivo
<b>Complementariedad:</b>	Orgánico, comercio justo, turismo

### Descripción

Los mercados norteamericanos y europeos compran productos de cacao procesados como el licor, la manteca y el cacao en polvo de Latinoamérica desde sus países de origen, como República Dominicana, Ecuador y Costa Rica. Sin embargo, estos fabricantes prefieren comprar los granos y controlar su tostado y mezclado a su gusto.

La mayoría de pequeños productores de chocolate artesanal están basando sus ventas en la tendencia del "grano a la barra", mientras otros subcontratan el proceso de tostado y producción de licor a empresas en los Estados Unidos y en la Unión Europea.

La principal advertencia que los compradores notaron fue la seguridad de los alimentos y las normas fitosanitarias que deben ser seguidas por las compañías de los Estados Unidos y la Unión Europea, ya que estas están a menudo por debajo de las

normas en las plantas de los países de origen, al menos en las de escala pequeña.

Otros puntos mencionados fueron que la manufactura del chocolate es un proceso mecanizado, que no requiere mucho trabajo y, por lo tanto, no sería un medio efectivo de generar empleo en los países de origen.

Se recomienda que los grupos de productores desarrollen alianzas proveedor-procesador antes de considerar inversiones en procesamiento.

En vez de invertir en una fábrica de chocolate, las organizaciones productoras de cacao también pueden considerar la posibilidad de contratar los servicios de fabricación como una oportunidad para agregar valor a sus granos.

La contratación de fabricación es el proceso de contratar los servicios de procesamiento para hacer licor, manteca, polvo y/o productos de chocolate para mercados nacionales o de exportación.

### Tamaño del mercado

El mercado en la Unión Europea para la importación de productos terminados de América Central y de otras regiones no es grande.

En la mayoría de los casos, a los exportadores les es difícil competir en este mercado. En el caso del chocolate, que es el principal producto terminado del cacao, la adición de leche y de azúcar da como resultado impuestos más altos y regulaciones que están fuera del alcance de muchos proveedores.

Además de enfrentar barreras regulatorias, los productores de derivados de cacao también se enfrentan con grandes multinacionales que se unen para trabajar en el sector del cacao, con el fin de beneficiarse más de las economías de escala (mayor producción por menores costos).

Cuando algunas empresas están relacionadas principalmente con el comercio justo y/o los productos orgánicos, el producto final

puede ser fabricado en el país productor de cacao o en otro país cercano (en los casos donde no existen instalaciones de producción en el país de origen).

En estos casos, las organizaciones deben ayudar a los productores a cumplir con las regulaciones, proporcionar crédito, información de cuota de mercado y prestar servicios técnicos que faciliten su acceso a los mercados de exportación.

### **Criterios de acceso**

- ⇒ Estándares estrictos de higiene alimenticia y buenas prácticas de procesamiento
- ⇒ Capital de trabajo disponible para financiar compras de cacao, procesamiento y ventas
- ⇒ Capital de inversión
- ⇒ Calidad final aceptable
- ⇒ Laboratorio para tostar, moler y probar licor antes de la manufactura
- ⇒ Programa de mercadeo y personal de ventas

### **Factores de éxito**

- ⇒ Alianza con un socio en un país importador que pueda asesorar sobre los parámetros de tostado y las especificaciones de calidad para llenar las expectativas de la demanda y alcanzar contratos en el largo plazo
- ⇒ Plan de negocios bien definido y un gerente con experiencia para mantener proyecciones, flujo de caja y operaciones
- ⇒ Certificaciones varias como orgánico, comercio justo y Alianza para Bosques para permitir acceso a varios mercados de valor agregado