

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

TEMA

**“ANÁLISIS Y PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA
EXPORTACIÓN DE CACAO FINO Y DE AROMA AL MERCADO DE
ALEMANIA”**

AUTOR:

MARÍA ALEXANDRA DONOSO ALMEIDA

DIRECTOR:

NELSON CERDA, Mba

ENERO 2011

DECLARACION DE AUTENTICIDAD O RESPONSABILIDAD

Esta declaración se realiza con el objeto de certificar la autenticidad de la investigación realizada, por tal razón, yo María Alexandra Donoso Almeida, portadora de la cédula de ciudadanía No. 1716662190 soy responsable como autor del presente “Análisis y Propuesta para el mejoramiento de la exportación de Cacao Fino y Aroma al Mercado de Alemania”

Atte:

María Alexandra Donoso Almeida

C.I. 171666219-0

AGRADECIMIENTO

A Dios sobre todas las cosas, por darme la salud, vida, ganas de seguir adelante y supo siempre como guiar mi camino para no desmayar ante cualquier limitación.

A mis padres y hermano, por estar siempre en continúa preocupación y conocimiento de la culminación de una etapa importante en mi vida y en mi realización profesional.

Alexandra Donoso

DEDICATORIA

Esta tesis dedico con todo mi corazón a mis amigos: Paola Ortiz, y Jorge Logroño, quienes han estado incondicionalmente apoyándome a cumplir este sueño, con su tiempo, paciencia y, para ellos mi gratitud y amor eterno.

Alexandra Donoso

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la agricultura es el segundo rubro de ingresos económicos más importante para el País, solamente superado por los ingresos provenientes del petróleo. Siendo así este proyecto busca diversificar y masificar exportaciones de Cacao Fino y Aroma que mantengan estándares de competitividad en cuanto a calidad y precio, acorde a las exigencias del mercado actual.

Uno de los factores que influyen principalmente para la exportación es la falta de tecnología de punta en las industrias del País, con productos no competitivos, con políticas gubernamentales que no estimulan a las industrias para exportar productos, la falta de recursos económicos y la carencia de estímulos para el sector agrícola, hacen que la Industria local pierda competitividad, posicionamiento y expansión a nuevos mercados.

El Ecuador dentro de este contexto posee ventajas estratégicas como climáticas y de posicionamiento global para la óptima producción de Caca Fino y Aroma. Bajo estas consideraciones, se inscribe la posibilidad de exportar CACAO FINO y AROMA a Alemania lo que daría mayor solides al Sector sobre la base de parámetros de calidad en el producto exportable.

CONTENIDO

Capítulo 1	1
PROBLEMA DE INVESTIGACION	1
1. Planteamiento del Problema.....	1
2. Objetivos	2
3. Hipótesis.....	3
4. Metodología	3
5. Justificación e Importancia.....	3
Capítulo 2	5
CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR	5
1. Antecedentes	5
2. Producto.....	7
3. Variedades.....	8
4. Proceso Productivo.....	9
5. Consumidores.....	11
6. El Sector del Cacao en Ecuador	13
Capítulo 3	16
ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COLOCACIÓN DEL CACAO FINO DE AROMA EN EL MERCADO ALEMÁN.....	16
1. Mercado de Alemania.....	16
2. Panorama General.....	16
3. Situación Geográfica	16
4. Población.....	17
5. Tasa de Crecimiento	17
6. PIB Per Cápita	17
7. Marco Económico	17
8. Principales Sectores de la Economía.....	18
9. Canales de Distribución.....	20
10. Comercio Bilateral.....	22
11. Comercio Actual y potencial del Ecuador con Alemania.....	23
12. Productos de Exportación	24
13. Exportaciones de Alemania de Caca Fino y Aroma.....	28
14. Producción Mundial	28

15.	Oferta del Cacao Fino de Aroma Ecuatoriano	29
16.	Producción del Cacao Fino de Aroma de Ecuador	30
17.	Productores de Cacao Ecuatorianos	39
18.	Importaciones de Alemania.....	41
19.	Consumo Aparente de Alemania	45
20.	Principales Empresas Consumidoras de Cacao Fino y Aroma en Alemania..	46
21.	Principales sectores chocolateros mundiales.....	47
Capítulo 4		50
CONDICIONES DE ACCESO PARA EL CACAO FINO DE AROMA EN EL MERCADO ALEMAN		50
.....		50
1.	Certificaciones	50
2.	Certificaciones para el Cacao Fino de Aroma.....	50
3.	Tipos de Certificaciones	51
•	Criterios	53
•	Prima Fairtrade	54
•	Productos Fairtrade	54
4.	Cacao Ecuatoriano con Certificaciones.....	56
5.	Barreras Arancelarias para Alemania.....	58
6.	Requisitos no Arancelarios.....	59
7.	Requisitos técnicos generales	61
8.	Acuerdos Comerciales.....	66
9.	Legislación	66
10.	Requisitos no Arancelarios	70
11.	REQUISITOS TÉCNICOS GENERALES	71
Capítulo 5		77
PROPUESTA PARA MEJORAR EL PROCESO COMERCIAL DEL CACAO A ALEMANIA.....		77
12.	Producción del Cacao en el Ecuador	79
13.	La Comercialización del Cacao en el Ecuador	83
14.	Calidad.....	83
15.	Tecnología e Infraestructura	86
16.	Tipos de Secado	90
17.	Precio	90
18.	Funciones y Agentes Comerciales.....	93
19.	Productores de Granos de Cacao	94

20.	Productores Individuales.....	95
21.	Función de Comercialización de Cacao en Grano.....	97
22.	Cadena de Valor.....	102
23.	Soluciones para la Cadena de Cacao Arriba	108
24.	Lineamientos Generales a Seguir.....	109
25.	Fortalecimiento de la Oferta	110
26.	Facilitación del Acceso a Mercados	111
27.	Inclusión de Prácticas con la Diversidad	112
28.	Apoyo a la Exportación.....	112
	CONCLUSIONES.....	114
	RECOMENDACIONES	115
	ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.
	BIBLIOGRAFÍA.....	135

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACION

1. Planteamiento del Problema

Considerando el escaso abastecimiento mundial del cacao “fino y de aroma”, debido a la escasa producción de sus principales productores, se plantea la posibilidad que el Ecuador se posicione en uno de los cinco primeros países dentro del ranking de producción.

Es por ello que el presente documento busca darle valor agregado es decir: estableciendo una cadena de valor, bajo los estándares y certificaciones internacionales para este producto en específico, mejorando la calidad la consecuencia principal e inmediata sería el incremento de divisas, fuentes de empleo en el sector rural, ambos aspectos muy necesarios e importantes para la economía nacional de nuestro país.

Su objetivo esencial es obtener a través de un razonamiento lógico e ilustrado con ejemplos de implementación exitosos, la estrategia de fortalecer la Cadena de valor y comercialización, que permitirá a largo plazo el favorecer el desarrollo de las empresas y los productores del sector del cacao ecuatoriano. Estas estrategias no se elaboran en función de las acciones o las estrategias actuales seguidas por las empresas del sector sino que en función del crecimiento que ella pueda aportarles.

1.1 Formulación del Problema

Al tener un abastecimiento de cacao fino de aroma buscamos una estrategia integral a largo plazo del Sector Cacao y un Plan de Negocios que oriente las acciones del sector público, privado encaminados a la producción y comercialización dentro del ámbito del comercio exterior que promuevan el acceso a los mercados internacionales específicamente al mercado Alemán ya que este es uno de los productores más importantes de Chocolate en el Mundo.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Impulsar la modernización del sector cacaotero ecuatoriano sobre bases competitivas y de equidad, orientado a la reactivación productiva, en función de la demanda de los mercados internacionales enfocándose así en el mercado de Alemania, dando énfasis a la Cadena de valor, comercialización y la calidad.

2.2 Objetivo Especifico

- Detallar las características del proceso productivo del cacao fino de aroma
- Analizar las tendencias de comercialización del mercado de Cacao Fino y Aroma en el mercado Mundial.
- Analizar las características del Mercado Alemán tanto en la producción e importación del Cacao Fino y Aroma orientado al consumidor intermedio para incrementar la oferta ecuatoriana.
- Analizar los requisitos necesarios para ingresar al mercado Alemán del Cacao Fino y Aroma.
- Diseñar una propuesta que permita que el Cacao Fino de Aroma sea competitiva en el Mercado Internacional, y pueda acceder al Mercado Alemán

3. Hipótesis

El incremento de valor agregado a la exportación de “cacao fino de aroma” al mercado Alemán consiste en mejorar la cadena de valor y comercialización incrementando así los niveles de rentabilidad del sector cacaotero.

4. Metodología

El estudio antes planteado es descriptivo y correlacional, pues describe el conjunto de operaciones a realizarse para la exportación de cacao fino de aroma, al tiempo de correlacionar las diversas en busca de los resultados esperados.

Los métodos de investigación que se utilizarán son:

4.1 Método Inductivo

Es el razonamiento que partiendo de casos particulares se eleva acontecimientos generales. En el caso de esta propuesta dicho método ayudo a conocer la problemática de la producción y comercialización dentro del sector cacaotero.

4.2 Método Matemático

Utilizaremos el método matemático, específicamente estadístico el cual nos ayudara a extraer información básica y necesaria para obtener resultados, conclusiones y recomendaciones.

5. Justificación e Importancia

El cacao ha sido desde sus inicios en Ecuador, un cultivo muy importante siendo la mayor fuente de divisas por muchos años. Esto le otorgó un espacio relevante y un rol en la historia de la economía nacional. Esta presencia ha permitido que

el cacao sea parte de la cultura de las comunidades rurales y de los cultivos tradicionales del país. Actualmente el cacao en Ecuador ocupa una superficie de 463.000 has representando un 7% de la producción agrícola nacional. El 85% de su producción es exportada, 73% se exporta en cacao en grano y un 12% como productos semielaborados y sólo un 5% es consumido internamente por la industria de los chocolates y confites nacionales.

El sector cuenta con 95.000 productores, de los cuales 55 mil son pequeños productores de menos de 10 has, 363 acopiadores, 48 exportadores y 10 empresas procesadoras¹. Aproximadamente el 12% de los productores se encuentran asociados. Los exportadores se encuentran asociados en dos asociaciones, ANECACAO que agrupa a los exportadores de cacao fino y de aroma y APROCAFA que agrupa a los exportadores de cacao CCN51, cacao clasificado como común.

¹ Levantamiento de estadísticas del sector del cacao CORPEI

CAPÍTULO 2

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

1. Antecedentes

1.1 Antecedentes Históricos

El cacao, componente fundamental del chocolate, es un cultivo originario de América. El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, durante su cuarto viaje a nuestro continente, al llegar a lo que es hoy en día Nicaragua. Estos granos eran usados por los nativos como moneda, además de ser empleados para preparar una deliciosa bebida. Un tiempo después, al establecerse el proceso de colonización de los españoles en América Central y América del Sur, los primeros granos de cacao son llevados a Europa.²

A partir de la segunda mitad del siglo XVI en vista de la rentabilidad del negocio de cacao, algunos empresarios guayaquileños empezaron a cultivar este producto, el mismo que inicialmente era exportado a través de otros puertos como Callao, hasta que en 1789, se consiguió a través de Cédula Real la facultad para el cultivo y la exportación de este producto, desde la costa ecuatoriana.

Según fuentes históricas, desde principios de 1600, ya había pequeñas plantaciones de cacao a orillas del Río Guayas y se expandieron a orillas de sus afluentes el Daule y el Babahoyo. En 1630 se registraron envíos de cacao a Europa, cantidades que paulatinamente fueron creciendo a través del tiempo, por el incremento de la superficie sembrada de este producto y la gran acogida del mismo, especialmente en el mercado europeo.

La actividad agrícola dedicada al cultivo de cacao tiene una historia relevante en la economía nacional; este producto conocido además como la **Pepa de oro**, dominó varios siglos en la generación de divisas para el país, dando lugar al

² Estudio Plan Estratégico CORPEI 2009

aparecimiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, la industria y el comercio. Originalmente el cultivo de cacao tuvo su apogeo en la zona de Vinces, en la provincia de los Ríos.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, el Ecuador ya no solamente produce cacao en grano, si no también semielaborados de cacao. En la provincia del Guayas se instalaron algunas plantas de semielaborados de cacao, cuyos productos de igual manera tienen una gran acogida en el mercado internacional.

El Ecuador en la actualidad produce cacao fino de aroma y el CCN51. El fino de aroma se exporta como ASE, ASS, ASSS, ASSPS. A partir de los años 70, se introduce el CCN51, de cuya variedad se estima existen alrededor de 30,000 hectáreas, con rendimientos que superan los 35 qq por hectárea al año.

En el 2008, las exportaciones de cacao en grano y elaborados contribuyeron con el 4% al valor de las exportaciones no petroleras del país.

La Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador UNOCACE, gremio de productores, desde hace algunos años viene exportando cacao orgánico, a determinados nichos de mercado en Europa, cuyos precios son superiores, en comparación al cacao convencional. De igual forma lo vienen haciendo otras organizaciones de productores como: Fortaleza del Valle, APROCANE, KALLARI. Es importante anotar que el Ecuador genera aproximadamente el 65% del cacao fino y de aroma producido en el mundo.

Del volumen total exportado de cacao en grano durante el 2008, el 32% y el 44% se exportaron bajo la denominación comercial ecuatoriana de ASE (Arriba Superior Época) y ASS (Arriba Superior Summer), respectivamente, en tanto que el ASSS (Arriba Superior Summer Selecto) fue del 18%. El cacao ASE exportado, es el de menor calidad comercial, por lo que es necesario mejorar estos estándares de calidad a fin de exportar los otros tipos comerciales como ASS, ASSS, ASSPS, que de hecho tienen precios superiores en el mercado internacional. Aparte se exporta el CCN51 en un 6%. Es importante fermentar el cacao y evitar las mezclas, situación que ha perjudicado el prestigio de ser un país

Según el último Censo Agropecuario del 2000, se encuentran vinculadas a la actividad cacaotera alrededor de 100,000 UPAS, de lo que se desprende que en

el país se encuentran involucradas alrededor de 100.000 familias; si tomamos en cuenta que en cada unidad productiva existen al menos 5 miembros por familia, el número de personas vinculadas es de alrededor de 500.000. A esta actividad debemos añadir, los comerciantes, los industriales, el personal de las plantas transformadoras del cacao y los exportadores de cacao en grano. De acuerdo con esta cifra, la Población Económicamente Activa del cacao es de aproximadamente el 12% de la PEA agrícola y el 4% aproximadamente de la PEA total del país.

La producción de cacao aporta al PIB agropecuario en alrededor del 7% y con el 0.40% del PIB total.

2. Producto

2.1 Definición del Producto

La partida Arancelaria NANDINA para el cacao es la 1801.00 y se describe como “Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado”. La 1801.00.10 describe incluye específicamente al cacao “crudo”. El chocolate y su componente básico vienen de dos variedades bajo las cuales casi todos los granos de cacao puedan ser categorizados:

Criollo y Forastero. El 96% del cacao tradicional ecuatoriano es un complejo “nacional trinitario”. Se lo clasifica dentro de los forasteros pero es de tipo fino de aroma.

Este diagnóstico se refiere particularmente al cacao arriba amigable con la biodiversidad. Es un producto tradicional de Ecuador que toma su nombre desde hace dos siglos, cuando el cacao era cultivado en las zonas de la cuenca alta de los ríos Daule y Babahoyo, los cuales forman el Río Guayas en las riveras del cual se encuentra la ciudad de Guayaquil, principal puerto de Ecuador y desde donde se realizan hasta la actualidad todas las exportaciones de cacao hacia el mundo. En esas épocas ya se volvió famoso el cacao entre los extranjeros que compraban el cacao ecuatoriano y para dar una explicación del origen del mismo se empezó a utilizar el término “cacao arriba”.

El producto final obtenido con los granos de cacao "sabor arriba" de Ecuador tiene un alto valor agregado, que es reconocido por la industria de la confitería. Nuestro país es el productor de casi dos tercios del cacao fino de aroma en el mundo. (ICCO 2003).

En resumen, el cacao Nacional tiene un tratamiento especial en el mundo de cacao y de los chocolates. El cacao del Ecuador significa alta calidad y sabores especiales. Los mercados de calidad tienen un interés creciente en encontrar cacao de alta calidad, de sabores y orígenes especiales, que además incluyan ciertas consideraciones ambientales.

3. Variedades

Existen tres variedades principales de cacao: el *Forastero*, el *Criollo* y el *Trinitario*, de las que pueden derivarse otras.

El Forastero: es la variedad más cultivada en el mundo, (90% de la producción mundial). Es un árbol de alto rendimiento, su manejo y cultivo son fáciles y crece más rápido que las otras variedades. Se cultiva en África y en algunos países de Centroamérica y América del Sur, principalmente en Brasil.

El cacao Criollo: este es una de las variedades que se da principalmente en América Latina, aunque cada vez en menor proporción, es considerado cacao fino. Sin embargo, sus rendimientos son bajos.

El cacao Trinitario: es una variedad obtenida del cruce entre las dos anteriores y se cultiva en las Antillas, Centroamérica y Asia. En términos comerciales, el cacao se diferencia entre ordinario o común y fino y de aroma. La primera categoría se refiere al cacao de almendras de tamaño mediano, con aroma a chocolate fuerte y sabor amargo. El cacao fino y de aroma, por su parte, posee un aroma a chocolate delicado y sabor a nuez suave.

En la actualidad, la mayoría de países cultivan variedades híbridas.

4. Proceso Productivo

4.1 Cacao en grano

La actividad agrícola en la producción de cacao abarca los procesos de siembra, cultivo y beneficio del grano.

Durante el cultivo, actividades como el control de malezas, la prevención y eliminación de plagas y la poda, tienen mucha importancia. De igual modo, el riego, el drenaje y la renovación de los árboles ayudan a aumentar el rendimiento productivo. La maduración de los frutos o mazorcas dura entre cinco y seis meses, luego de los cuales se inicia el proceso de recolección. Las mazorcas enfermas son separadas de las sanas. A estas últimas se les extrae las semillas para fermentarlas durante un período entre dos y seis días. La fermentación es un conjunto de procesos bioquímicos en los que se determina el aroma, sabor y color característicos de cada variedad de cacao.

Después de la fermentación, las semillas son colocadas en patios para secarlas de manera natural. Los procesos artificiales pueden provocar alteraciones en la calidad del cacao en grano.

Una vez seco, el grano es colocado en sacos, proceso que debe realizarse con extremo cuidado para mantener las cualidades del producto y evitar que se filtren olores o sabores extraños.

4.2 Cacao Procesado

El procesamiento del cacao inicia con el tostado y el pelado del grano, a partir de lo que se obtiene licor, manteca y torta de cacao y, posteriormente, cacao en polvo. El 90% del cacao procesado en el mundo se destina a la elaboración de productos de chocolate. Aunque la transformación del cacao y la producción de chocolate son dos industrias que están estrechamente relacionadas entre sí, sus procesos productivos son muy diferentes. De hecho, el cacao en grano, una vez cosechado, atraviesa varias etapas de procesamiento antes de ser mezclado con otros ingredientes para producir chocolate. Para esta última fase se utiliza la manteca y el licor de cacao, mientras que el cacao en polvo es usado en la fabricación de bebidas y algunos productos de confitería.

Al grano ya tostado y pelado se lo muele para obtener una pasta conocida como licor de cacao. Cuando éste se destina a la elaboración de manteca y torta, debe

ser refinado hasta obtener partículas muy pequeñas. En cambio, si va a ser utilizado en la fabricación de chocolate no debe ser molido tan finamente.

La manteca y la torta de cacao son separadas mediante prensas hidráulicas. La torta de cacao se muele hasta obtener un polvo fino conocido como cacao en polvo, al que se le puede añadir azúcar si es necesario.

4.3 Industria Mundial del Cacao

La producción está concentrada en pocos países africanos que no cuentan con estabilidad política ni seguridad económica incorporándole a la producción y abastecimiento de cacao un riesgo extra que es el climático. Esta característica de la producción primaria ha provocado que la industria tome medidas que les permita bajar dichos riesgos. Entre las acciones tomadas esta el manejo de grandes inventarios fuera de los mercados productores, integración de la industria hacia el sector primario, buscar nuevas áreas geográficas que permitan diversificar los riesgos productivos y políticos.

Los ocho mayores países productores de cacao son Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria, Brasil, Camerún, Ecuador y Malasia, que representan el 90% de la producción mundial.

El cacao presenta importantes categorías que los diferencia a los unos de otros, los compradores destacan una categoría superior única, el cacao fino y de aroma, esta categoría se presenta en su producción primaria en los siguientes territorios.

A Ecuador se le reconoce como el mayor productor mundial de cacao fino y de aroma con aproximadamente el 50% de la producción y exportación mundial de este cacao (entre 60.000 y 70.000 TM al año), este hecho permite plantear estrategias diferenciadoras desde el punto de vista de la producción.

5. Consumidores

5.1 Principales consumidores de Cacao

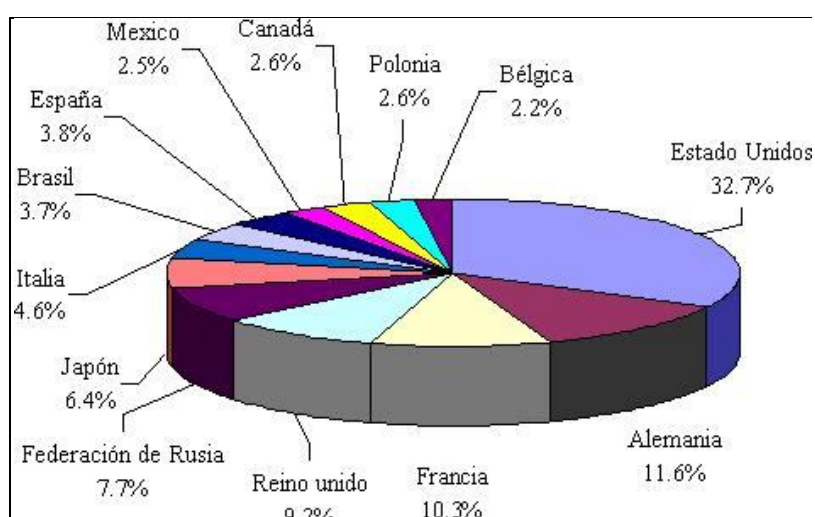
El consumo de cacao transformado en chocolate esta principalmente en países de mayor desarrollo económico y social, las exigencias en el consumo ha permitido el desarrollo de nuevas estrategias empresariales para las que transforman y distribuyen.

Los compradores en los países consumidores son los transformadores y los productores de chocolate. Unas pocas compañías multinacionales dominan actualmente tanto la transformación como la producción de chocolate.

El siguiente gráfico representa los principales consumidores de cacao, basado en el consumo doméstico aparente de cacao. Se observa que los países consumidores son los países del hemisferio norte y desarrollado. Al contrario de los países productores.

GRÁFICO No.1

Principales países consumidores en 2008/09



Elaboración: UNCTAD

Fuente: UNCTAD

De todo el consumo de cacao a nivel mundial, más del 70% se consume en los países del Norte: entre Alemania (11,6%), Francia (10,3%) y Reino Unido (9,2%) se consume casi un tercio del cacao mundial, mientras que en Estados Unidos se consume casi otro tercio (32,7%).

Para los productos de chocolate, donde es mayor el uso final del cacao, el consumo es muy alto en Bélgica, Reino Unido, Alemania y Austria, todos con un consumo per cápita de 8,00 kg o más en el 2008. El consumo de confitería de chocolate ha aumentado en general entre el 2006 y 2008, lo que indica que ha habido un aumento de la demanda de cacao en grano y en los productos de cacao transformados en la UE.

5.2 Distribución del margen en los actores de la Cadena de Valor del Cacao

Los márgenes aplicados por los diferentes intermediarios del comercio del cacao son influenciados por muchos factores diferentes. Estos incluyen el tipo de producto, la calidad, la situación actual y la situación futura esperada de la cosecha, la disponibilidad o el número de fuentes de abastecimiento para los productos básicos, el nivel de la demanda y la tendencia de los precios. Todos estos factores hacen que sea extremadamente difícil determinar los márgenes típicos³.

De acuerdo a lo indicado por la organización española IDEAS⁴ y de acuerdo a datos de la Asociación Europea de Organizaciones de Comercio Justo (EFTA), la distribución de ingresos en la cadena de producción y comercialización de los productos basados en cacao es muy desigual⁵: el 70% del precio final del

³ CBI

⁴ IDEAS ONG Europea responsable del *Observatorio de Trasnacionales del cacao*

⁵ Web EFTA: "Los fabricantes de chocolate son en principio la parte más fuerte del sector del cacao. Gracias a su amplia gama de productos y al hecho de que el cacao es sólo uno de los ingredientes que emplean, son menos vulnerables a las fluctuaciones de precio (la autorización de los sucedáneos consolidaría aún más su posición). Además, los grandes fabricantes de chocolate gastan tanto en publicidad para familiarizar a los consumidores con sus marcas, que dominan las cadenas de distribución. Ningún supermercado puede

producto es recibido por las grandes sociedades comerciales y la industria y sólo el 5% del precio final es destinado a los productores. Porcentaje muchas veces insuficiente para cubrir los gastos del trabajo de producción. Los productores se enfrentan a un mercado muy concentrado con pocos compradores (también llamados *traders*), que venden el cacao en grano a una industria de transformación igualmente concentrada.

Así, los ganadores de este sector son las sociedades comerciales internacionales, que compran el cacao en grano y las industrias confiteras que lo transforman y hacen llegar al consumidor.

6. El Sector del Cacao en Ecuador

6.1 Generalidades y Estructura

En la actualidad, de la producción total de 123 mil TM del año 2007⁶ el 73%, 89 mil TM⁷ se exporta en grano, el 12%, 14 mil TM se convierte en materia prima útil para la fabricación de chocolates y semielaborados y el 15% se destina a industrias chocolateras y empresas artesanales del país.

La principal actividad del sector es la **producción de cacao en grano**, que es la base para la producción de chocolate, con una exportación al 2009 de 250 millones de dólares (120 mil ton). Destaca la variedad Nacional, llamado también cacao fino de aroma, con una exportación de **200 millones de dólares** (90 mil TM, 90%). De la variedad de cacao CCN51 se exporta 42 millones de dólares (18 mil TM). En cantidad (tons) del total de exportaciones, en el año 200 un 83% (89 mil TM) corresponde a cacao en grano. la producción de productos semielaborados y chocolates con exportaciones de **66 millones de dólares** (18 mil TM). Del cacao industrializado exportado, un 40% corresponde a Licor de Cacao, un 27% a Manteca de cacao, un 24% a cacao en polvo y un 8,76% a Torta de cacao.

permitirse el lujo de no vender los productos Nestlé, Suchard o Ferrero. Los fabricantes sacan provecho de su fuerte posición y aumentan su margen“.

⁶ Levantamiento Estadístico Cacao CORPEI 2008

⁷ Estadísticas exportaciones Banco Central

En el año 2009 Ecuador exportó 108.000 toneladas, aportando exportaciones por US\$289 millones⁸, Las exportaciones de cacao en grano han tenido un crecimiento de un 15% anual en valor y 7% en cantidad entre los años 2003 al 2008. En la temporada 2006/2007 el crecimiento alcanzó el 33% anual en valor y las importaciones mundiales de cacao en grano crecieron sólo un 5%. Ecuador posee el 3,58% de la participación mundial ocupando el 7mo lugar como exportador. Sus principales mercados son Estados Unidos, Holanda y Alemania. Otros productos exportados por Ecuador son el licor de cacao, la manteca de cacao, el cacao en polvo y chocolate.

Ecuador es el séptimo productor mundial de cacao y es el primer productor y exportador de cacao fino y de aroma⁹ en Latinoamérica (más del 60% del mercado mundial del cacao fino). Sin embargo debido a los problemas de calidad que han presentado sus exportaciones, muchos clientes han buscado otras alternativas, como el cacao proveniente de Asia o África, dichos mercados se transformaron en mercados de proveedores con producciones más estandarizadas y de grandes volúmenes generando una oferta atractiva para la industria del chocolate y del confite.

La producción de cacao en Ecuador ha registrado un gran crecimiento pasando de 75.000 TM en la década de los 90 a 123.000 TM en el año 2008, de los cuales 19% pertenece al cacao híbrido y el 81% corresponde a la variedad Nacional corresponde al fino y de aroma, el cual tiene precios más estables y es utilizado en la confección de chocolates especiales, coberturas o bombones de alta calidad.

En cuanto a la competencia, Ecuador se enfrenta a los cacaos comunes africanos que compiten fuertemente puesto que han aumentado su producción y rendimientos de manera importante asegurando el abastecimiento a sus principales clientes elaboradores de chocolates, Europa. Ecuador también tiene competidores en el nicho de los cacaos especiales o finos y aroma con cacao proveniente de República Dominicana país que está implementando fuertes campañas para aumentar su producción y son los mayores exportadores de cacao fino y de aroma orgánico junto con Ecuador.

⁸ Banco Central del Ecuador

⁹ Informe ICCO

Es por ellos que hemos decidido buscar normas de calidad que aumenten el valor agregado al cacao fino de aroma de Ecuador que tienen una alta producción.

Por otro lado Ecuador también exporta bajas cantidades de chocolate equivalente a 5 millones de USD por 1.197 toneladas principalmente a Colombia, Venezuela y Estados Unidos.

La industria nacional consume alrededor de un 16% de la producción nacional (19 mil TM).

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COLOCACIÓN DEL CACAO FINO DE AROMA EN EL MERCADO ALEMÁN

1. Mercado de Alemania

Nombre oficial, *Bundesrepublik Deutschland*, República Federal de Alemania, país localizado en Europa Central; limita al norte con el mar del Norte, Dinamarca y el mar Báltico; al este con Polonia y la República Checa; al sur con Austria y Suiza, y al oeste con Francia, Luxemburgo, Bélgica y los Países Bajos.

2. Panorama General

BANDERA



ESCUDO



3. Situación Geográfica

La República Federal de Alemania está situada en Europa Central. Tiene una extensión de 357.050 Km², el 53% de los cuales son superficie agraria y el 30% forestal.¹⁰

¹⁰ Elaborada por la Oficina Económica y Comercial de España en Berlín
Actualizada a 21.01.2010

4. Población

La población de Alemania en 2008 es de 82,0 millones de habitantes, de los cuales 6,728 millones son de nacionalidad no alemana. Las principales minorías son la turca 1,69 millones y de Italiana – 0,52 millones

5. Tasa de Crecimiento

Después de la reunificación la población paso de 80 millones de habitantes a 82,0 millones en 2008, pasando por un máximo de 82,5 en el año 2002.

La densidad de población es mucha menor en la parte oriental de Alemania, que en la occidental. En esa región vive únicamente una quinta parte (16,5 millones) de la población total de Alemania en, aproximadamente, el 30 % de la superficie.

Un informe de la ONU estima la inmigración ilegal en Alemania entre medio millón y un millón de personas.¹¹

6. PIB Per Cápita

Según el Fondo Monetario Internacional el PIB per cápita alemán en términos de paridad del poder adquisitivo alcanzó en 2008 23.628€¹²

7. Marco Económico

7.1 Estructura de la Economía

Alemania presenta en el año 2008 la estructura económica propia de un país altamente desarrollado, donde la agricultura tiene un escaso peso en el PIB. El

¹¹ Perfil de Alemania CORPEI

¹² www.alemaniaparati.diplo.de/Vertretung/.../actualidad.jsp

sector industrial es comparativamente más importante, que en otros países, pero también está perdiendo importancia frente al sector servicios, tanto en ocupación, como en generación de valor añadido.¹³

8. Principales Sectores de la Economía

8.1 Agrícolas y de Consumo

El sector primario alemán (agricultura, ganadería y pesca) ocupa a unas 860.000 personas, aproximadamente un 2% de la población ocupada y genera alrededor del 1% del PIB. La Superficie Agrícola Útil se ha mantenido estable durante los últimos 15 años y es de unas 17 millones de hectáreas.¹⁴

La explotación agrícola tiene características diferentes según se trate de los antiguos o los nuevos Länder.

En los antiguos Länder predomina la explotación de pequeño tamaño 29 hectáreas de promedio. En general se trata de explotaciones unipersonales o familiares. El trabajo asalariado sólo alcanza al 30% de la población ocupada.

En los Länder de la antigua Alemania del Este, por el contrario, hay relativamente pocas explotaciones pero de mayor tamaño (184 hectáreas). Predomina el trabajo asalariado, que comprende casi al 75% de la población ocupada, y el resto lo forman los empresarios individuales o familiares.

De todos modos en todo el territorio nacional se está manifestando la misma tendencia hacia la concentración de las explotaciones, con su consiguiente disminución en número y aumento en superficie.

La producción nacional sirve para cubrir aproximadamente el 80% de las necesidades de consumo doméstico, siendo cubierto el resto con importaciones.

¹³ Elaborada por la Oficina Económica y Comercial de España en Berlín
Actualizada a 21.01.2010

¹⁴ Perfil de Alemania CORPEI

El grado de cobertura exterior es solamente del 30%, las exportaciones agrícolas valen algo menos que un tercio de las importaciones.

El principal cultivo es el cereal, que ocupa el 58% de la SAU, destacando el trigo, el centeno y la cebada. Le siguen en importancia las plantas forrajeras y después las oleaginosas. Por volumen de producción también predominan los cereales, seguidos por la patata y la colza de invierno.

Con la reforma de la PAC las ayudas recibidas por la agricultura alemana se situaron en los 5.756 millones de € en 2008, con lo que la agricultura alemana es la 2ª receptora de fondos comunitarios, detrás de la francesa y por delante de la española.¹⁵

8.2 El Mercado Alemán

Con más de 80 millones de habitantes y una elevada renta per cápita Alemania es uno de los principales mercados del mundo. Con un alto grado de apertura es el segundo importador del mundo y absorbe el 7,4% del comercio mundial. El mercado alemán es muy competitivo y segmentado, en él prima la calidad y la garantía de servicio. Con una de las normativas más restrictivas de la Unión Europea, Alemania marca tendencias en estándares y normativas.

Dos rasgos característicos del mercado son su polarización en diferentes segmentos de precios así como un creciente endurecimiento de la competencia que se traslada paulatinamente a los proveedores.

Es uno de los países a escala mundial con mayor número de ferias internacionales.

Entre las distintas ciudades alemanas con gran tradición ferial, Düsseldorf goza de gran prestigio internacional. La Feria de Düsseldorf es uno de los tres recintos feriales alemanes con mayor volumen de ventas. De las aproximadamente 40

¹⁵ Elaborada por la Oficina Económica y Comercial de España en Berlín

ferias sectoriales internacionales anuales, más de 20 son líderes en el ámbito internacional de los respectivos sectores.

9. Canales de Distribución

El esquema típico de los canales de distribución alemanes pasa por un primer nivel de distribución en el que se puede optar por diversas alternativas:

9.1 Importadores

Especializados en productos específicos o en grupos de productos.

Son conocedores del mercado y de los reglamentos que afectan a los productos.

Generalmente pueden distribuir a todo el país y juegan a menudo un papel estratégico en el éxito del producto.

9.2 Mayoristas

Hipermercados, supermercados y pequeño comercio adquieren ciertos productos con la intermediación de los mayoristas, aunque la mayoría de estos han creado sus propios centros de compras para asegurarse un mejor aprovisionamiento y controlar los costes.

9.3 Agentes y distribuidores

La mayor parte de los productos importados dependen de los agentes de importación y distribución para acceder al mercado alemán.

Los agentes efectúan los pedidos de mercancías y firman los documentos de los exportadores que representan, pero no suelen tomar posesión de los productos de sus representados.

En un segundo nivel aparece el comercio minorista organizado, estructurado en centrales de compra. En algunos casos con delegaciones de compra a nivel

regional repartidas por toda la geografía alemana. Frecuentemente estas centrales consisten simplemente en plataformas logísticas, almacenes de productos desde los que se redistribuye la mercancía.

En tercer y último nivel aparece el comercio minorista más tradicional, un tipo de establecimientos mucho más especializado y en ocasiones orientado al sector “gourmet”, con productos de una gama superior. El panorama de la distribución alemana está dominado, al igual que en España y resto de Europa, por los grandes grupos de distribución.

Estos grupos cuentan con sus propias subcadenas formando una estructura piramidal en la que se incluyen establecimientos en prácticamente todo espectro de canales (hipermercados, supermercados, discounter, etc.). Dentro de esta filosofía comercial se encuadran cadenas de hard-discount (Lidl, Aldi), de softdiscount (Penny, Plus), cadenas de supermercados e hipermercados (Metro, Edeka, Kaiser's, Extra).

De esta forma si un productor pretende acceder al mercado alemán a través de hipermercados, la vía será a través de de las centrales de compra de los grandes grupos. En cambio si se decanta hacia pequeñas tiendas especializadas, deberá dirigirse a mayoristas especializados, sean nacionales o regionales.

9.4 Relaciones Comerciales

Alemania cuenta con gran tradición exportadora. Desde 2003 se sitúa como primer exportador mundial de mercancías (por delante de China) Sus exportaciones de bienes representaron el 9,5% del total de exportaciones mundiales en 2007.

En su conjunto la balanza de pagos es superavitaria. En 2008 obtuvo un superávit exterior (cuenta corriente más capital) del 6,6% del PIB.

La balanza comercial presenta una cobertura bastante estable en los últimos años, oscilando entre el 115% y el 125%. Pese a todo en 2008 las importaciones de bienes crecieron más (5,5%) que las exportaciones (2,8%). El bajo ritmo de

crecimiento de estas últimas, por comparación con años anteriores, es consecuencia de la recesión mundial y sus efectos sobre el comercio.¹⁶

La mayor parte de las exportaciones alemanas, el 53%, son realizadas a países de la Unión Europea, circunstancia habitual de los países miembros, aunque en la mayoría de éstos la cuota se encuentra en un 70%. Se observa que desde algunos años está disminuyendo el peso de la Unión Europea como destino de las exportaciones alemanas.

Entre los terceros países destacan los EEUU y los Países del Este de Europa. Por productos, destacar es la gran concentración en productos industriales y, dentro de ellos, en los productos de valor añadido alto. Sin embargo la exportación alemana está muy diversificada.

10. Comercio Bilateral

10.1 Balanza Comercial Total Ecuador – Alemania

De acuerdo a la Balanza Comercial entre Ecuador y Alemania, se observa que en los años 2001 al 2013 se mantiene un incremento en la exportaciones, solo en el año 2004 existe un decrecimiento considerable en la exportaciones que se pudo haber dado por algún problema en la situación política o económica del país, diferente de las importaciones en el 2003 decrecen las mismas que puede ser por poco producción del país exportador.

¹⁶ Elaborada por la Oficina Económica y Comercial de España en Berlín
Actualizada a 21.01.2010

CUADRO No. 1

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza comercial
2001	153,032	209,367	-56,335
2002	172,164	222,193	-50,029
2003	215,687	179,912	35,775
2004	198,204	200,746	-2,542
2005	201,374	237,513	-36,139
2006	223,224	238,35	-15,126
2007	247,63	304,562	-56,932
2008	320,228	403,158	-82,93
2009	323,032	435,158	-112,126

Fuente: ALADI

Elaborado por: Alexandra Donoso

11. Comercio Actual y potencial del Ecuador con Alemania

Según los servicios de análisis de mercado que presta la herramienta Trademap del Centro de Comercio Internacional, el comercio potencial se define como el valor menor del monto que un mercado exporta (importa) y el monto que el país socio importa (exporta), menos el comercio existente entre los dos mercado en estudio.

En otras palabras, un alto potencial significa que las importaciones del mercado socio son significativas y las exportaciones del mercado también los son, sin embargo, la participación del mercado en las importaciones del mercado socio es pequeña.

12. Productos de Exportación

12.1 Número de Productos Exportados¹⁷

La canasta de productos exportables que el país ofrece a Alemania pasó de 179 productos en el año 2003 a 262 en el 2007, con un crecimiento promedio anual del 10%, en el 2009 el total de partidas exportadas es de 347, de las cuales mas del 60% en su mayoría son bienes y materias primas.

En los últimos cinco años la tendencia general en cuanto al número de productos exportados ha sido creciente hasta el año 2009, debido a que se exporta principalmente productos como: Bananas o plátanos frescos o secos; preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picado, Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado, Extractos, esencias y concentrados de café, Coliflores y brócoli, frescos o refrigerados, maderas tropicales aserradas o desbastadas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas, incluso cepilladas, lijadas o unidas por entalladuras múltiples, de espesor superior a 6 mm, de Virola y Balsa , entre otros.¹⁸

12.2 Principales Productos Exportados

Las exportaciones totales del Ecuador hacia Alemania en el año 2007 ascendieron a más de 247 millones de dólares y crecieron en un 11% con relación al año 2006. Mientras que en el año 2009 se mantuvo la tendencia exportando 325 millones de dólares y con un crecimiento de 1%, teniendo en cuenta que en 2008 creció 29%.

Para Alemania fuimos su socio comercial número 77 de 224 proveedores en el año 2006 y sus principales oferentes por orden de importancia fueron: Francia, Holanda, China, Estados Unidos, Italia, Reino Unido, Bélgica, Australia, Rusia, Suiza, Japón, Checa; como país latinoamericano y dentro de los 25 principales

¹⁷ Para establecer el número de productos se considera una partida arancelaria a nivel de 6 dígitos. El considerar más o menos dígitos variará los resultados en mayor o menor medida.

¹⁸ www.mmrree.gov.ec

tenemos únicamente a Brasil. El 48% de las exportaciones corresponden al sector de las frutas y frutos comestibles con una participación del 97% las bananas o plátanos tipo cavendish valery, seguidamente se destaca el sector de cacao y sus preparaciones así como el sector de las preparaciones de carnes, pescados o de crustáceos con una participación activa del 14% cada uno, destacándose el cacao crudo específicamente con el 96.28%, así también los atunes con el 100% dentro del sector, aparecen luego otros productos de interés como el brócoli con el 97.28% dentro de su sector, las rosas frescas para adornos o ramos cortadas perteneciente al sector de la floricultura¹⁹.

12.3 Productos con Mayor Crecimiento

Para identificar los productos que han tenido mayores tasas de crecimiento en las exportaciones hacia Alemania se consideró el crecimiento promedio anual en el período 2003 – 2007 y se utilizaron las partidas arancelarias a nivel de 6 dígitos. Como resultado se observa que varios productos tuvieron un crecimiento importante en los últimos cinco años.

Entre los productos con mayor crecimiento se encuentran las demás plantas y semillas utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, frescos o secos con un crecimiento del 25,14%. Otros productos con índices interesantes fueron los materiales colorantes de origen vegetal con un crecimiento de 19,46%, luego el tabaco sin desvenar con un porcentaje del 10,43%, así mismo la maderas tropicales aserradas con el 6,43% de crecimiento, etc.²⁰

En el siguiente cuadro se presentan los principales 20 productos con el mayor crecimiento promedio anual en el período indicado.

¹⁹ Perfil de Alemania CORPEI

²⁰ Estudio Corpei 2008

Cuadro No. 2

PRINCIPIALES PRODUCTOS EXPORTADOS A ALEMANIA (2003-2009)

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	TONELADAS (TM)	FOB - DÓLAR (MILES)
803001200	TIPO «CAVENDISH VALERY»	3,485,219.87	928,942.90
1604141000	ATUNES	46,713.22	152,278.72
1801001900	LOS DEMÁS	55,499.51	123,110.50
2101110000	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS	25,168.91	112,021.24
1801001000	CRUDO	42,433.95	67,760.60
704100000	COLIFLORES Y BRÉCOLES («BROCCOLI»)	64,366.21	54,635.59
804300000	PIÑAS (ANANÁS)	82,864.94	35,783.71
603104000	ROSAS	6,468.76	32,185.03
603110000	ROSAS	2,788.54	15,974.98
1803100000	SIN DESGRASAR	4,940.35	15,277.50
2101120000	PREPARACIONES A BASE DE EXTRACTOS, ESENCIAS O CONCENTRADOS O A BASE DE CAFÉ	4,696.85	14,836.52
901119000	LOS DEMÁS	5,467.09	13,524.41
6109100000	DE ALGODÓN	917.50	11,873.69
4407240000	VIROLA, MAHOGANY (SWIETENIA SPP.), IMBUIA Y BALSA	2,954.71	11,788.85
4407220000	VIROLA, IMBUIA Y BALSA	2,699.60	11,097.74
901110000	SIN DESCAFEINAR	5,124.87	6,880.26
2008999000	LOS DEMÁS	12,624.85	6,535.03
2008910000	PALMITOS	2,365.87	6,185.75
306139100	CAMARONES	992.49	6,113.62
2401202000	TABACO RUBIO	1,562.04	5,561.92

Fuente: Banco Central del ECUADOR

Elaborado por: Alexandra Donoso

El criterio que se utiliza para considerar a un producto como nuevo de exportación es que se haya exportado en los dos últimos años y no en los cinco años anteriores. Entre estos nuevos productos exportados hacia Alemania, se destacan las flores, extractos de frutas y esencias, piñas, etc.

Producción Nacional de Alemania de Cacao Fino de Aroma

Alemania no produce cacao en grano, importa grandes cantidades y re exporta una pequeña fracción según información de la FAO, solo 20 países principalmente de África y América Latina producen este fruto. Como se muestra en la siguiente tabla.

CUADRO No. 3

PAISES PROVEEDORES DE CACAO FINO DE AROMA

Miles de dólares

Proveedor	2005	2006	2007	2008	2009
Países Bajos (Holanda)	679.084,00	660.313,00	760.081,00	949.911,00	1.039.316,00
(Costa de Marfil)	258.947,00	244.729,00	312.885,00	403.974,00	480.803,00
Bélgica	284.703,00	298.491,00	336.141,00	364.985,00	399.517,00
Francia	183.377,00	176.608,00	223.833,00	222.278,00	270.763,00
Suiza	94.258,00	106.958,00	142.367,00	193.044,00	221.164,00
Togo	29.300,00	39.626,00	80.215,00	128.238,00	179.569,00
Nigeria	32.929,00	58.679,00	76.371,00	108.484,00	146.764,00
Italia	52.372,00	59.019,00	98.427,00	130.541,00	141.061,00
Austria	110.847,00	119.359,00	123.086,00	147.203,00	138.746,00
Ghana	60.198,00	87.460,00	125.011,00	78.576,00	93.153,00
Polonia	37.794,00	40.430,00	58.512,00	67.122,00	80.947,00
Ecuador	30.808,00	29.538,00	42.242,00	46.035,00	50.909,00

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Alexandra Donoso

13. Exportaciones de Alemania de Caca Fino y Aroma

Alemania apenas exporta 17 millones de dólares dado que no es productor de este cacao, este valor se puede asumir como re exportación, de hecho su balanza comercial es absolutamente negativa con este producto.

14. Producción Mundial

Muy pocos países son reconocidos como productores de cacao fino y de aroma. El cacao fino y de aroma representa el 5,3% de la producción mundial de cacao en grano. En comparación al cacao común su oferta es poco predecible y muy limitada. La producción mundial de cacao fino o de aroma para el año 2009 alcanzó una cifra de alrededor de 138.233 toneladas.²¹ América Latina y el Caribe proveen el 80% de la oferta mundial del cacao fino y de aroma, seguido por Asia y Oceanía y África.

Estas organizaciones, certificadas por la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) o sus miembros, tuvieron una producción promedio de 203 toneladas métricas, que no fue suficiente para satisfacer la demanda de los mercados. En el 2008, la demanda está aún más insatisfecha como resultado de la pérdida de la licencia de Maquita Cushunchic (MCCH) y los desastres climáticos en República

A continuación se describe los países integrantes de Comercio Justo dentro del cacao fino de aroma:

Centroamérica:

- Costa Rica
- Nicaragua
- Belice

Caribe:

- República Dominicana
- Haití

América del Sur:

- Bolivia

²¹ FAO

- Ecuador
- Perú

África:

- Camerún
- Costa de Marfil
- Ghana

15. Oferta del Cacao Fino de Aroma Ecuatoriano

“Ecuador es uno de los mayores proveedores de caca fino de aroma en el mundo, su incomparable sabor y aroma floral reconocido a nivel mundial. Aproximadamente un 75% de la producción exportable de cacao ecuatoriano, se utiliza para la producción de chocolates finos y de aroma. El cacao tiene gran valor, pues contiene un alto porcentaje de carbohidratos, grasas proteínicas y minerales. En la actualidad, Ecuador cuenta con aproximadamente 104,76TM hectáreas cultivadas de cacao fino y aroma específicamente, y su producción está disponible durante todo el año,”²² Cuyas hectáreas se encuentra ubicadas en las provincias de la Costa, Sierra y parte del Oriente

15.1 Productividad por Hectárea en Ecuador

La superficie cultivada de cacao en general, 360.000 se estima aproximadamente 360.000 hectáreas con una producción anual de 100.00TM y un rendimiento de 0.26 tm/ha. Lo que significa 25 quintales por hectárea al año; vale la pena resaltar que existen plantaciones modernas, donde los agricultores obtienen rendimientos muy superiores al antes señalado, entre 1 y 1.5 TM/ha.

En términos de rendimiento, existen dos tipos de cacaoteros; los arbustos tradicionales que producen entre 200 y 500 kg de cacao en grano por año en las circunstancias más normales, los híbridos cuyos rendimientos alcanzan un máximo de más de 1.000 kg. Por hectárea antes de empezar su decadencia.

²² www.bce.fin.ec

Las ventajas de rendimiento de los nuevos híbridos han contribuido a su empleo extenso en las nuevas plantaciones. Debido a su considerable rendimiento y al limitado potencial de adquisición en todo el mundo, existe muy poco margen para aumentar la superficie global dedicada al cacao.

El país supera las 360.000 hectáreas sembradas de cacao fino de aroma. Últimamente se incrementó la siembra que viene a ser de alta productividad.

CUADRO No.4

SUPERFICIE COSECHADA DE CACAO FINO DE AROMA EN ECUADOR PERIODO 2005 – 2009

Años	Superficie Sembrada Has.	Superficie Cosechada Has
2005	343.320	331.960
2006	348.570	330.250
2007	352.130	325.400
2008	358.000	350.000
2009	360.000	355.000

Fuente: INEC

Elaborado: Alexandra Donoso

16. Producción del Cacao Fino de Aroma de Ecuador

Ecuador es el mayor productor mundial de cacao fino y de aroma con aproximadamente el 50% de la producción y exportación mundial de este cacao (entre 60.000 y 70.000 TM al año).

CUADRO No. 5
PRODUCCION DE CACAO EN EL ECUADOR

AÑO	PRODUCCIÓN (TM)
2002	87.986
2003	88.263
2004	89.680
2005	93.658
2006	87.561
2007	85.891
2008	94.759
2009	104.765

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis de la Producción de Cacao en el Ecuador.- Como podemos observar en el cuadro de la producción del cacao en el Ecuador, nos podemos dar cuenta que el Ecuador es un país que tiene la capacidad de exportar nuestro producto ya que la producción del país tiene la capacidad de satisfacer la demanda de Alemania

CUADRO No. 6

PRODUCCIÓN DE CACAO EN ECUADOR (Toneladas)

AÑO	PRODUCCIÓN (TM)	X	X(x-x)	Y(y-y)	X*Y	X2
2002	87.986	0	-3,5	-3.584	12.545	12
2003	88.263	1	-2,5	-3.307	8.268	6
2004	89.680	2	-1,5	-1.890	2.836	2
2005	93.658	3	-0,5	2.088	-1.044	0
2006	87.561	4	0,5	-4.009	-2.005	0
2007	85.891	5	1,5	-5.679	-8.519	2
2008	94.759	6	2,5	3.189	7.972	6
2009	104.765	7	3,5	13.195	46.181	12
TOTAL	732.563	28			66.235	42

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Alexandra Donoso

Los datos anteriores se pueden calcular con los valores requeridos en la ecuación.

$$Y = \frac{\sum X * Y}{\sum x^2} * X$$

La x se calcula de la siguiente manera:

$$x = \frac{\sum x}{n} = \frac{28}{8} = 3,5$$

La y se calcula de la siguiente manera:

$$\frac{66.235}{28} = 91.570,38$$

El resultado de la ecuación:

$$91.570,38 * X = 1.577$$

Sustituyendo los Términos

Y=	91.570,38			
Y -	91.570,38	=	1.577	(x-3,5)
Y -	91.570,38	=	1.577	x - 5519,54
Y=	1.577	x +	91.570,38	- 5519,54
Y=	86.050,83	+ 1.577	x	

CUADRO No. 7
DATOS PROYECTADOS DE LA PRODUCCION DE ECUADOR

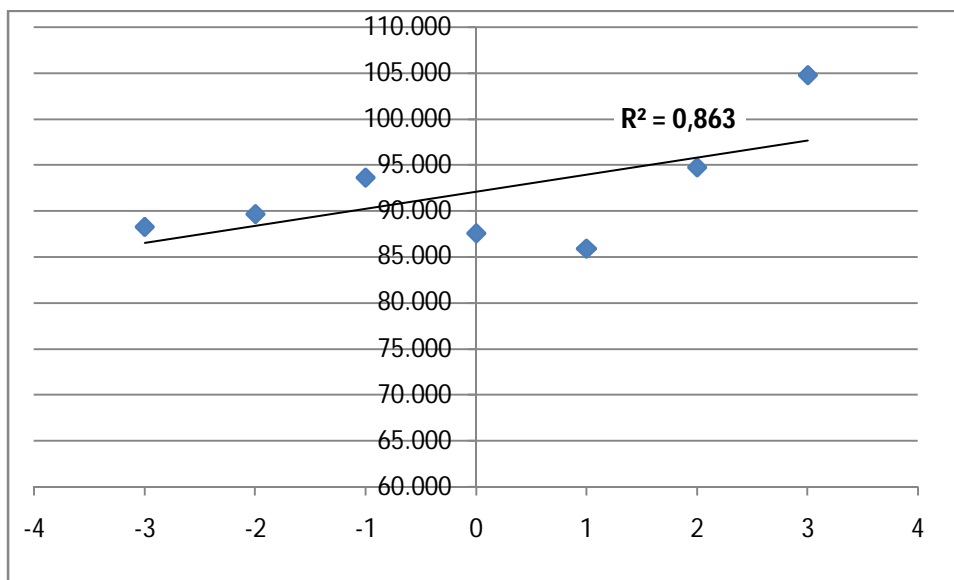
PROYECCIÓN (TM)							
Y	2010	=	86.050,83	+	1.577	*	9 = 100.243,94
Y	2011	=	86.050,83	+	1.577	*	10 = 101.820,95
Y	2012	=	86.050,83	+	1.577	*	11 = 103.397,96
Y	2013	=	86.050,83	+	1.577	*	12 = 104.974,98
Y	2014	=	86.050,83	+	1.577	*	13 = 106.551,99
Y	2015	=	86.050,83	+	1.577	*	14 = 108.129,00
Y	2016	=	86.050,83	+	1.577	*	15 = 109.706,01
Y	2017	=	86.050,83	+	1.577	*	16 = 111.283,02
Y	2018	=	86.050,83	+	1.577	*	17 = 112.860,04
Y	2019	=	86.050,83	+	1.577	*	18 = 114.437,05
Y	2020	=	86.050,83	+	1.577	*	19 = 116.014,06

Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

GRÁFICO No. 2

Tendencia de la producción de cacao fino y aroma en el Ecuador



Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis de los datos Proyectados de la Producción de Cacao de Ecuador.-

Como podemos observar en el cuadro de los datos proyectados de la producción nacional de Ecuador se va dando un incremento considerable en todos los años lo cual es muy significativo para la economía del País.

Para el año 2020 la producción nacional de Cacao Fino de Aroma es de 116.014,06, lo cual resulta positivo para el país. Pero dependerá de las políticas económicas que apliquen los gobiernos de turno.

16.1 Exportaciones de Ecuador al Mundo

Ecuador registra un total de exportaciones al mundo en el año 2009 de 341.10 millones de dolares y con la cantidad exportada de 126,448.88TM Siendo sus principales destinos comerciales EEUU con una participación de 39,8%, en segundo lugar Holanda con 16,6% seguido de México con un 12,1% finalmente Alemania 9,2%.

CUADRO No.7

EXPORTACIONES DE ECUADOR ALEMANIA								
Año	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Valor	90990	112556	102364	114011	143288	190441	201566	325105

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis de las Exportaciones de Ecuador a Alemania.- Como se puede observar en el cuadro número 7 las exportaciones de Ecuador en los últimos 8 años se han ido incrementando, el cual ayuda variablemente a la economía del país ya que así podemos darnos cuenta que el Ecuador es un exportador en potencia de cacao fino de aroma, para que en los países que lo importan puedan consumir y elaborarlo en productos finales.

16.2 Exportaciones de Ecuador a Alemania en Miles de Cacao Fino y Aroma

En los últimos años Ecuador registra exportaciones de cacao por de un crecimiento anual promedio comprendido entre el año 2002 y 2009 de 22%.

CUADRO No.8
EXPORTACIONES DE ECUADOR A ALEMANIA EN MILES DE CACAO FINO
Y AROMA

AÑO	EXPORTACIONES	CRECIMIENTO ANUAL
	(miles)	%
2002	90.990	0%
2003	119.994	32%
2004	103.045	-14%
2005	114.011	11%
2006	143.288	26%
2007	190.441	33%
2008	201.566	6%
2009	325.105	61%

Fuente: Banco Central del Ecuador

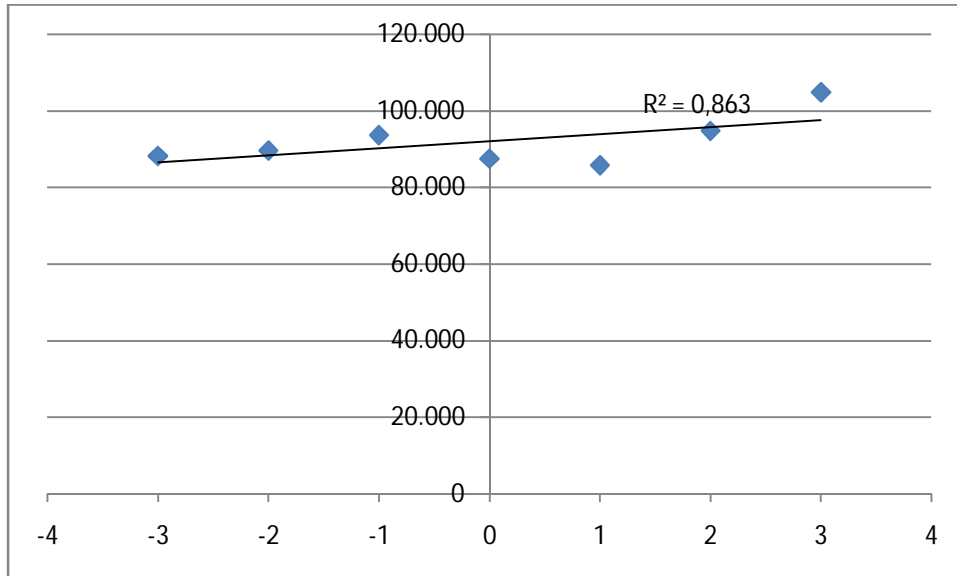
Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis de Exportaciones de Ecuador - Alemania en miles.- Las exportaciones que realiza Ecuador a Alemania cada año van incrementando a cómo podemos observar en el cuadro No. 9; lo que nos demuestra que el Ecuador cuenta con una producción alta la cual puede abastecer al mercado Alemán.

En el siguiente grafico se puede apreciar la tendencia de las exportaciones de Ecuador y Alemania, como se puede apreciar que se mantiene creciente

GRÁFICO No. 3

Tendencia de Exportación de Ecuador Alemania



Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

CUADRO No. 9

EXPORTACIONES DE ECUADOR - ALEMANIA (Miles en dólares)

AÑO	EXPORTACIONES (miles)	X	X(x-x)	Y(y-y)	X*Y	X2
2002	90.990	0	-2,875	-70.065	201.438	8
2003	119.994	1	-1,875	-41.061	76.989	4
2004	103.045	2	-0,875	-58.010	50.759	1
2005	114.011	3	0,125	-47.044	-5.880	0
2006	143.288	4	1,125	-17.767	-19.988	1
2007	190.441		-2,875	29.386	-84.485	8
2008	201.566	6	3,125	40.511	126.597	10
2009	325.105	7	4,125	164.050	676.707	17
TOTAL	1.288.439	23			1.022.136	49

Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

Realizando las proyecciones utilizando con la misma fórmula.

Utilizando el mismo método tenemos:

Y=	161.054,94				
Y -	161.054,94	=	20.913	(x-3,5)	
Y -	161.054,94	=	20.913	x - 60125,65	
Y=	20.913	x +	161.054,94	- 60125,65	
Y=	100.929,29	-	20.913	x	

CUADRO No. 10

DATOS PROYECTADOS DE LAS EXPORTACIONES DE ECUADOR – ALEMANIA (miles de dólares)

PROYECCIÓN									
Y	2010	=	100.929,29	+	20.913	*	9	=	289.148,71
Y	2011	=	100.929,29	+	20.913	*	10	=	310.061,98
Y	2012	=	100.929,29	+	20.913	*	11	=	330.975,24
Y	2013	=	100.929,29	+	20.913	*	12	=	351.888,51
Y	2014	=	100.929,29	+	20.913	*	13	=	372.801,78
Y	2015	=	100.929,29	+	20.913	*	14	=	393.715,05
Y	2016	=	100.929,29	+	20.913	*	15	=	414.628,32
Y	2017	=	100.929,29	+	20.913	*	16	=	435.541,59
Y	2018	=	100.929,29	+	20.913	*	17	=	456.454,86
Y	2019	=	100.929,29	+	20.913	*	18	=	477.368,13
Y	2020	=	100.929,29	+	20.913	*	19	=	498.281,40

Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis de los Datos Proyectados de las Exportaciones de Ecuador – Alemania.- Como podemos observar en el cuadro número 10, las exportaciones que realiza Ecuador a Alemania cada año van incrementando sostenidamente, este incremento dependerá de la política que apliquen ambos países.

17. Productores de Cacao Ecuatorianos

17.1 Procesadores

El 96% del volumen procesado se realiza en Guayas (15.502 TM). De los 9 establecidos procesadores, 4 están en guayas, 3 en Santo Domingo, 1 en Bolívar y 1 en Tungurahua.

Los compradores internacionales de producto elaborado adquieren principalmente chocolate negro (43,9% del total en valor exportado de productos elaborados) seguido por bombones (25,3%). Por el lado de las compras de nacionales, 36,8% adquieren chocolate negro y 21,9% chocolate blanco.

17.2 Variedades Producidas de Cacao en el Ecuador.²³

El cacao en grano para la exportación se clasifica de acuerdo a un conjunto de parámetros de calidad. A continuación el detalle de calidades:

- **ASE:** Arriba Superior Época (51% fermentado mínimo, 25 % violeta máximo, 18% pizarroso máximo), 6% defectuoso máximo.
- **ASN:** Arriba Superior Navidad (52% fermentado, 25% violeta, 18% pizarroso, 5% defectuoso)
- **ASS:** Arriba Superior Selecto (65% fermentado, 20% violeta, 12% pizarroso, 3% defectuoso).
- **ASSPS:** Arriba Superior Summer Plantación Selecta (85% fermentado, 10% violeta, 5% pizarroso, 0% defectuoso)
- **ASSS:** Arriba Superior Summer selecto.

²³ ANECACAO

Por calidades, el principal producto exportado en volumen es ASS (Arriba Superior Selecto) con 36.669 TM seguido por ASE (Arriba Superior Época) de inferior calidad.

En lo que se refiere al cacao industrializado se comercializa bajo cuatro presentaciones: licor, manteca, polvo y torta.

17.3 Tendencias de la Demanda de Cacao Fino de Aroma

En las recientes décadas se está notando el consumo de los cacaos finos. Un cambio general en la demanda de los consumidores de productos sólidos de chocolates a productos con rellenos, conteniendo otros ingredientes dotados de sabores fuertes como nueces, frutas cremas, está reduciendo la dependencia de las características de sabor y aromáticas de los cacaos finos. Hoy en día, los fabricantes de chocolates usan los cacaos finos en recetas tradicionales, principalmente para la manufactura de productos tipo gourmet dirigido a segmentos exclusivos del mercado. La mayoría de fabricantes tiene chocolates “premium” que requieren cacao fino de orígenes específicos en sus recetas por los sabores distintivos que poseen²⁴

Países tradicionalmente consumidores de Europa Occidental (Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Suiza y Reino Unido) representan el mercado consumidor más grande para los cacaos finos, mientras que los Estados Unidos y Japón son también importantes usuarios. Para el caso de Japón, se trata de un mercado con gran potencial para el cacao ecuatoriano fino de aroma de calidad, pues su sabor es muy apreciado y el poder adquisitivo de los consumidores japoneses permiten a los importadores pagar un alto precio. Esto va unido a requisitos exigentes de calidad. Las importaciones de cacaos finos varían entre el 5% y 20% de las exportaciones totales de estos países, con Bélgica, Suiza y Japón importando los porcentajes más altos.

Comparado con el mercado internacional para los cacaos básicos u ordinarios, el mercado de los cacaos finos es un mercado separado relativamente pequeño y

²⁴ Proyecto de Consultoría por **Alejandra Eguiluz**

altamente especializado y que posee sus propias características de oferta y demanda.

Por lo general agentes especializados compran directamente cacao de ciertos orígenes para compañías chocolateras específicas. Se utilizan en la elaboración de chocolates negros o chocolates tipo gourmet porque le confieren a los productos características de aroma y sabor especiales. Las variedades Nacional del Ecuador, Criollos de Venezuela y Trinitarios de Trinidad y Tobago, son representativos de los cacaos finos. Los cacaos finos disfrutaban premios de 100 a 500 dólares por tonelada sobre los precios terminales de las Bolsas de Londres y Nueva York. Sin embargo, hay evidencia en los últimos años de que los niveles de los premios están bajando.

Por otro lado los menores precios han estimulado en años recientes la demanda de chocolate a nivel mundial y visto un incremento del consumo en los principales países consumidores de Europa Occidental.²⁵

18. Importaciones de Alemania

Alemania es el Segundo importador mundial, en el año 2008 sus importaciones fueron de 807.6 millones de dólares que equivalen a 334 mil toneladas métricas, el principal país latinoamericano en acceder a ese mercado es Ecuador constituyéndose en el quinto proveedor de ese mercado con 41.014. 700 TM. El principal proveedor de cacao para Alemania es Costa de Marfil que concentra el 47,4 de sus importaciones seguidas de Togo con el 16% y Nigeria con el 13%.

En el cuadro siguiente podemos encontrar los valores que Alemania importó desde el resto del mundo:

²⁵ ANECACAO <http://www.anecacao.com/>

CUADRO No.11
IMPORTACIONES DE ALEMANIA

AÑO	IMPORTACIONES (TM)
2002	205.205
2003	209.895
2004	200.710
2005	273.123
2006	290.957
2007	354.149
2008	334.033
2009	348.432

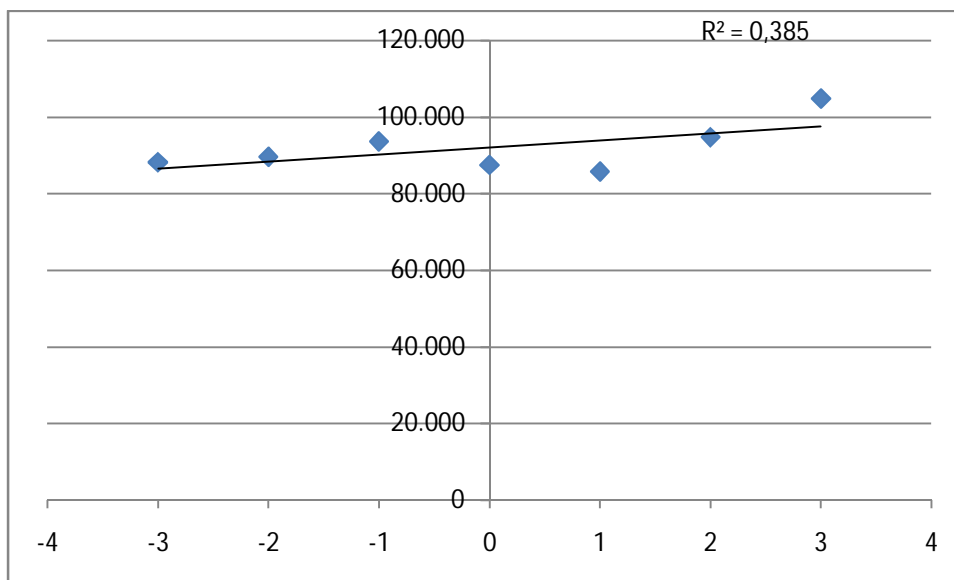
Fuente: INDEX

Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis de las Importaciones de Cacao Fino de Aroma.- Como podemos observar cada año se van incrementando las importaciones que realiza Alemania al resto del mundo el cual quiere decir que el consumo el cacao es indispensable para el consumo de este país.

Los países africanos lideran la competencia, Ecuador es el primer proveedor de cacao fino y aroma no solo con destino Alemania si no al mundo entero.

GRÁFICO No. 4
TENDENCIA DE LAS IMPORTACIONES DE ALEMANIA



Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

CUADRO No.12
IMPORTACIONES DE ALEMANIA (Toneladas)

AÑO	IMPORTACIONES (TM)	X	X(x-x)	Y(y-y)	X*Y	X2
2002	205.205	0	-3,5	-71.858	251.503	12
2003	209.895	1	-2,5	-67.168	167.920	6
2004	200.710	2	-1,5	-76.353	114.530	2
2005	273.123	3	-0,5	-3.940	1.970	0
2006	290.957	4	0,5	13.894	6.947	0
2007	354.149	5	1,5	77.086	115.629	2
2008	334.033	6	2,5	56.970	142.425	6
2009	348.432	7	3,5	71.369	249.792	12
TOTAL	2.216.504	28			1.050.715	42

Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

Utilizando el mismo método y sustituyendo términos:

Y=	277.063,00				
Y -	277.063,00	=	25.017		(x-3,5)
Y -	277.063,00	=	25.017	x -	87559,58
Y=	25.017	x +	277.063,00	-	87559,58
Y=	189.503,42	+ 25.017	x		

CUADRO No. 13

DATOS PROYECTADOS DE LAS IMPORTACIONES DE ALEMANIA (Toneladas)

PROYECCIÓN							
Y	2010	=	189.503,42	+	25.017	*	9 = 414.656,63
Y	2011	=	189.503,42	+	25.017	*	10 = 439.673,65
Y	2012	=	189.503,42	+	25.017	*	11 = 464.690,68
Y	2013	=	189.503,42	+	25.017	*	12 = 489.707,70
Y	2014	=	189.503,42	+	25.017	*	13 = 514.724,73
Y	2015	=	189.503,42	+	25.017	*	14 = 539.741,75
Y	2016	=	189.503,42	+	25.017	*	15 = 564.758,77
Y	2017	=	189.503,42	+	25.017	*	16 = 589.775,80
Y	2018	=	189.503,42	+	25.017	*	17 = 614.792,82
Y	2019	=	189.503,42	+	25.017	*	18 = 639.809,85
Y	2020	=	189.503,42	+	25.017	*	19 = 664.826,87

Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis de la proyección de las importaciones de Alemania.- De acuerdo a la proyección hecha para los próximos 10 años se puede observar en el que las importaciones en Alemania sufren un incremento considerable en cada uno de los años proyectados, lo cual es conveniente para el Ecuador pueda exportar cacao fino de aroma.

Las importaciones en el año 2020 ascenderían a 664.826,87 toneladas

19. Consumo Aparente de Alemania

Alemania no tiene producción nacional, el consumo aparente se calcula solamente deduciendo de sus importaciones las exportaciones.

La forma más simple de estimar el consumo aparente es sumando las importaciones con la producción nacional y restando de su resultado las exportaciones.

**CUADRO No. 14
PROYECCION DEL CONSUMO APARENTE**

PROYECCION DE CONSUMO APARENTE						
AÑO	Producción n TM	+	Importaciones s TM	-	Exportaciones s TM	= Consumo Nacional Aparente
2010	0,00		414.656,63		0,00	414.656,63
2011	0,00		439.673,65		0,00	439.673,65
2012	0,00		464.690,68		0,00	464.690,68
2013	0,00		489.707,70		0,00	489.707,70
2014	0,00		514.724,73		0,00	514.724,73
2015	0,00		539.741,75		0,00	539.741,75
2016	0,00		564.758,77		0,00	564.758,77
2017	0,00		589.775,80		0,00	589.775,80
2018	0,00		614.792,82		0,00	614.792,82
2019	0,00		639.809,85		0,00	639.809,85
2020	0,00		664.826,87		0,00	664.826,87

Fuente: Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

Análisis del Consumo Aparente.- Basándonos en los datos obtenidos de la producción, de las importaciones y de las exportaciones se pudo determinar que Alemania es un país en donde exige gran consumo de cacao, al igual que gran

parte de esto es destinado para la exportación con el fin de satisfacer las necesidades de otros países.

Se puede observar en este cuadro que el consumo actual de cacao en Alemania en cada año proyectando se va incrementando lo cual para nosotros resulta un mercado potencial.

20. Principales Empresas Consumidoras de Cacao Fino y Aroma en Alemania

El consumo de cacao transformado en chocolate esta principalmente en países de mayor desarrollo económico y social, estos siguen las tendencias del mercado señaladas con anterioridad, las exigencias en el consumo ha permitido el desarrollo de nuevas estrategias empresariales para las que transforman y distribuyen.

Al estar de boga el consumo de chocolate saludable y de origen, “súper alimento”, ha permitido que el mercado empiece a reconfigurar a los actores empresariales del futuro, por una parte se ven las fusiones de los principales y tradicionales transformadores y por otra el surgimiento de micro fabricas que producen lotes cortos y de especialidad para distribución clásica o tradicional y también de los canales nuevos como el segmento gourmet.

Los compradores en los países consumidores son los transformadores y los productores de chocolate. Unas pocas compañías multinacionales dominan actualmente tanto la transformación como la producción de chocolate.

Para los productos de chocolate, donde es mayor el uso final del cacao, el consumo es muy alto en Bélgica, Reino Unido, **Alemania** y Austria.

El cacao Ecuatoriano es muy pedido dentro del mercado de la Unión Europa, existen varios sellos o marcas comerciales que se encargan de comprar el cacao ecuatoriano para distribuir a sus empresas chocolateras, así como:

- **GEPA** que es solamente un sello, una marca, y sigue la misma estrategia de Green&Blacks. Tiene sus productores en Suiza y en Alemania.

Empresas como Weinrich/Vivani (Alemania), Maestrani (Suiza), Bernrain (Suiza) e Icam (Italia) son muy conocidas por la producción de chocolate orgánico y/o Comercio Justo, no solamente por sus marcas, sino también como coproductores para otras marcas.

- **KRAFT FOODS** está comprando cacao certificado a Ecuador (hasta ahora el único país con cacao certificado por Rainforest Alliance) para la producción de chocolate en Europa

21. Principales sectores chocolateros mundiales

21.1 Chocolate El Rey, Venezuela

Chocolates El Rey lleva más de 80 años en la producción de chocolates Premium

- Lema de todos sus productos: “chocolate de El Rey – El Rey de los chocolates, hecho con el Rey del cacao”.
- El Rey decide no mezclar los cacaos, ya que tiene acceso a variedad de cacaos venezolanos y ecuatorianos, con calidad excepcional y sabor complejo tal como son las semillas del famoso Carenero y Río Caribe originarias del sur del Lago Maracaibo.
- Tecnología suiza

21.2 Chuao Chocolatier , California U.S.A

- Chuao Chocolatier es el primer Chocolatero ecuatoriano con sede en los Estados Unidos en el sur de California. Fundada en 2002. Hoy tienen cuatro locales y confiterías en Estados Unidos.
- Sabores únicos y gran variedad de productos.
- Retail: Entregan a minoristas de especialidad incluidos Whole Foods Market, Bristol Farms Gelson's, Wegman's, Crate & Barrel, Pier 1 Importaciones y Cost Plus,

- Food Service: Entregan a restaurantes de primera, hoteles y centros turísticos a nivel nacional incluyendo Omni Hotels, La Costa Resort & Spa, Cafés la Copa, el Hotel Four Seasons, Hard Rock Hotel y más.

21.3 Industria chocolatera, Bariloche

- Lema: Bariloche la Ciudad del Chocolate. Aproximadamente 20 chocolateros. Produce 600 toneladas anuales de chocolates. La mano de obra implica de 800 a 1.000 familias además de proveedores de envases etc.
- A partir de 1969, la Fiesta del Chocolate significó la celebración máxima de todos los chocolateros.
- Chocolateras de Bariloche se unieron en una cámara y buscan que el sector avance sobre legislación provincial existente y establezca una identidad geográfica de origen y otra iniciativa como compra de materias primas. Están creando un Protocolo de Calidad para el chocolate, y destacar sus atributos que los hacen un producto especial.

21.4 Chocolate Barry Callebaut, Bélgica y Francia

Líder mundial de chocolates gourmet y especiales para clientes chocolateros y artesanos.

- Barry Callebaut fabrica productos de cacao y chocolate desde hace más de 150 años. 7.500 empleados y 40 fábricas en el mundo y provee soluciones integrales desde el grano de cacao hasta el más fino chocolate en el mostrador.
- Promesa de entregar siempre un producto nuevo y consistente que satisfacen la creciente demanda de consumidores de productos de calidad superior, más saludables y exquisitos.
- 12 academias de chocolateros en el mundo, varios centros de investigación y desarrollo, 1700 recetas. Enseña sus recetas y los profesionales prueban y diseñan con sus nuevos productos, también ofrece servicios de desarrollo de nuevos productos.

- Los pilares de su estrategia de innovación son salud & bienestar (100% natural), experiencia & indulgencia (tendencia premium) y conveniencia (facilidad).

21.5 Industria chocolatera, Alemana

- Alemania es uno de los principales productores de Chocolates en la Union Europea y su principal Cacao es el Cacao Ecuatoriano
- Alemania es proporcionalmente el mayor consumidor de chocolate en el mundo, con 12,3 kg per-cápita consumidos en 2007, lo que representa aproximadamente 93.501 toneladas.
- El 39% de la producción alemana se vende en el territorio Alemán. El resto se exporta a más de 140 países. En 2007, 100.189 toneladas de barras de chocolate, 39.736 toneladas de confitería de chocolate, 7.526 toneladas de productos para fiestas 32.071 toneladas de cobertura y 1.743 toneladas de chocolate en polvo se produjeron en Suiza.

CAPÍTULO 4

CONDICIONES DE ACCESO PARA EL CACAO FINO DE AROMA EN EL MERCADO ALEMAN

1. Certificaciones

La certificación es el proceso mediante el que una tercera parte da garantía escrita de que un producto, proceso o servicio es conforme con unos requisitos específicos. Partiendo de esta definición podemos observar que en la misma intervienen tres partes diferenciadas: en primer lugar, el organismo que elabora las normas técnicas que determinan los requisitos específicos base de la certificación; en segundo lugar, la entidad que emite el documento que demuestra el cumplimiento de dichas normas y en tercer lugar, la entidad certificada

Además también se puede definir a la certificación como una actividad de carácter voluntario que permite establecer la conformidad de una entidad (empresa, producto o persona) con los requisitos definidos en una determinada norma, mediante la emisión por parte de una tercera parte de un documento fiable que así lo demuestre.

2. Certificaciones para el Cacao Fino de Aroma²⁶

De acuerdo a las últimas tendencias en el consumo de alimentos en general y en el consumo de chocolates en particular, los consumidores finales están exigiendo una mayor seguridad a través de la certificación, en especial en lo que corresponde a certificación orgánica, de comercio justo, sustentabilidad y de origen. Es así como las empresa chocolateras están demandando este tipo de cacao certificado con el fin de entregar más valor y distinción a su producto final.

²⁶ Estudio de Caca GTZ

El cacao orgánico garantiza un tratamiento sin fertilizantes químicos y un procesamiento y cosecha naturales, el cacao de comercio justo garantiza el pago justo al productor y se define claramente la procedencia de los granos de cacao y el cacao Rainforest Alliance garantiza que las plantaciones de las que proviene ese cacao no dañan el medio ambiente. En los últimos años ha sido la certificación orgánica la más demandada por los clientes seguida por la certificación de comercio justo las cuales están, en algunos casos, siendo obtenidas ambas para el mismo cacao.

Estas certificaciones son muy importantes en la implementación de una estrategia de diferenciación del cacao fino y de aroma con el fin de poder posicionarse como producto de calidad Premium y así alcanzar los mayores precios internacionales. Los pequeños productores pueden así agregar valor al grano fino y de aroma exportado, sin embargo el pequeño productor se enfrenta al inconveniente de la falta de financiamiento para su implementación por lo que en muchos casos, este proceso ha sido apoyado con financiamiento externo, ya sea de los clientes internacionales o con el apoyo de organismos internacionales para su implementación.

3. Tipos de Certificaciones

El continuo incremento del mercado de productos orgánicos, en especial de chocolates, ha creado las condiciones especiales para que muchos agricultores se vean favorecidos por este esquema, reflejándose en un mejor modo de vida y en un producto más sano.

La certificación de los cacaoteros en el Ecuador, se realiza gracias a la empresa Ecocert, con quienes se busca certificación orgánica u ecológica para los mercados de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón.

A continuación se presenta los diferentes tipos de certificaciones que tienen los productores de cacao ecuatoriano.

3.1 Agricultura Ecológica



La agricultura ecológica se basa en una serie de objetivos y principios, así como en unas prácticas comunes diseñadas para minimizar el impacto humano en el medio ambiente, mientras se asegura que el sistema agrícola funcione de la forma más natural posible.

Las prácticas agrarias ecológicas usuales incluyen:

- Rotación de cultivos como prerrequisito para el uso eficiente de los recursos in situ.
- Límites muy estrictos en el uso de pesticidas y fertilizantes sintéticos, antibióticos para ganado, aditivos y coadyuvantes en alimentos, y otros insumos.
- Prohibición del uso de organismos modificados genéticamente.
- Aprovechamiento de los recursos in situ, tales como el estiércol para la fertilización o alimentos para el ganado producidos en la propia granja.
- Selección de especies vegetales y animales resistentes a enfermedades y adaptadas a las condiciones locales.
- Cría de ganado en zonas al aire libre y espacios abiertos y alimentación ecológica.
- Uso de prácticas apropiadas para la cría de diferentes especies de ganado

3.2 Cadena de Suministro

La agricultura ecológica también forma parte de una larga cadena de suministro, en la que se incluye la elaboración de alimentos, su distribución y comercialización y, finalmente, el consumidor. Cada eslabón de esta cadena está diseñado para aportar beneficios a grandes áreas, tal y como se detalla en otras secciones de esta página web, y en las que se incluye:

- Protección ambiental
- Bienestar de los animales
- Confianza del consumidor
- Sociedad y economía

3.3 Comercio Justo – Fairtrade



El Comercio Justo Fairtrade representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas.

Cuando un producto lleva el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE significa que los productores y comerciantes han cumplido con los criterios de Fairtrade. Los criterios están destinados a corregir el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio convencional.

- **Criterios**

Hay dos conjuntos de criterios Fairtrade, que reconocen los diferentes tipos de productores desfavorecidos. Un conjunto de criterios se aplica a los pequeños

productores afiliados a cooperativas u otras organizaciones con una estructura democrática. El otro se aplica a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios decentes, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, garantizan el cumplimiento de las normas de salud y seguridad y proporcionan una vivienda adecuada cuando proceda.

- **Precios Fairtrade**

El precio mínimo que reciben los productores Fairtrade está determinado por los criterios Fairtrade. La mayoría de los productos certificados Fairtrade tienen un precio mínimo determinado. Este precio intenta garantizar que los productores puedan cubrir sus costos medios de producción sostenible. Actúa como una red de seguridad para los productores en los momentos en que los precios en el mercado mundial sean inferiores a un nivel sostenible. Sin este mecanismo, los agricultores están completamente a merced del mercado.

Cuando el precio de mercado es superior al mínimo de Comercio Justo Fairtrade, el comprador debe pagar el precio más alto. Los productores y los comerciantes también pueden negociar precios más altos sobre la base de la calidad y otros atributos.

- **Prima Fairtrade**

Además del precio Fairtrade, hay una suma de dinero adicional, llamada Prima de Comercio Justo Fairtrade. Este dinero va a un fondo comunal para los trabajadores y los productores con la finalidad de ser utilizado para mejorar la situación social, económica y las condiciones medioambientales de la comunidad.

El uso de este dinero adicional se decide democráticamente por los productores en el seno de la organización de pequeños agricultores, o por los trabajadores en una plantación. La Prima se invierte en proyectos educativos y sanitarios educación, en mejoras agrícolas para aumentar el rendimiento y la calidad, o en instalaciones de procesamiento para aumentar los ingresos.

- **Productos Fairtrade**

En la actualidad hay miles de productos que llevan el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE. Existen criterios Fairtrade para productos alimenticios que abarcan desde el té y el café a la fruta fresca y frutos secos.

Existen también criterios para los productos no alimenticios, como flores y plantas, balones deportivos y semillas de algodón.

El producto vendido con esta certificación permite otorgar un premio justo por el cacao que mercados especializados estén dispuestos a otorgar, a cambio de un mejor trato social, en primer término; asociado al uso apropiado de prácticas de cultivo adecuadas, que propenden al mejoramiento del entorno social que funciona alrededor del cultivo de cacao en Ecuador.

3.4 Rainforest Alliance



La certificación Rainforest Alliance, con su sello, representa otro tipo de certificación que tiene un enfoque en normas sociales y ambientales.

Ejemplos:

- Conservación de ecosistemas.
- Conservación de la vida silvestre.
- Tratamiento justo y buenas condiciones para los trabajadores.
- Relaciones con la comunidad.
- Manejo integrado de los cultivos.
- Manejo completo e integrado de desechos.
- Conservación de fuentes de agua.
- Conservación de suelos.
- Planificación y monitoreo.

Adicionalmente, hay reglamentos para cada cultivo. La dueña de la certificación es Sustainable Agriculture Network (SAN), con miembros en Guatemala, Colombia, Brasil, Ecuador (Corporación de Conservación y Desarrollo, Quito), Honduras, Dinamarca, México, El Salvador, Belice 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 dueña del sello²⁷.

Este tipo de certificación permite una diferenciación con otros mercados que son de gran interés para empresas más grandes. Certificaciones como de Comercio Justo u orgánica tienen limitaciones que a veces no permiten que empresas medianas o grandes utilicen los sellos sin dar la impresión de que todos sus otros productos, que no tienen la certificación, son malos para los consumidores y los productores.

El éxito de los sectores bananero y cafetero demuestra el valor de esta certificación en los mayores mercados internacionales. Por ejemplo, 30% de la producción de banano del mundo tiene la certificación Rainforest Alliance. En el caso de café, los más grandes compradores del mundo trabajan con la certificación Rainforest Alliance.

En Ecuador tenemos 9 547 ha de la producción de banano y 7 650 ha de cacao certificado con este sello. Después del gran éxito en el sector bananero y de café, el cacao certificado obtiene mayor reconocimiento en los mercados internacionales. Desde el 2004 se producen las primeras barras de chocolates para los mercados de EE.UU. y de comercio electrónico, y la empresa Kraft Foods está comprando cacao certificado a Ecuador (hasta ahora el único país con cacao certificado por Rainforest Alliance) para la producción de chocolate en Europa.

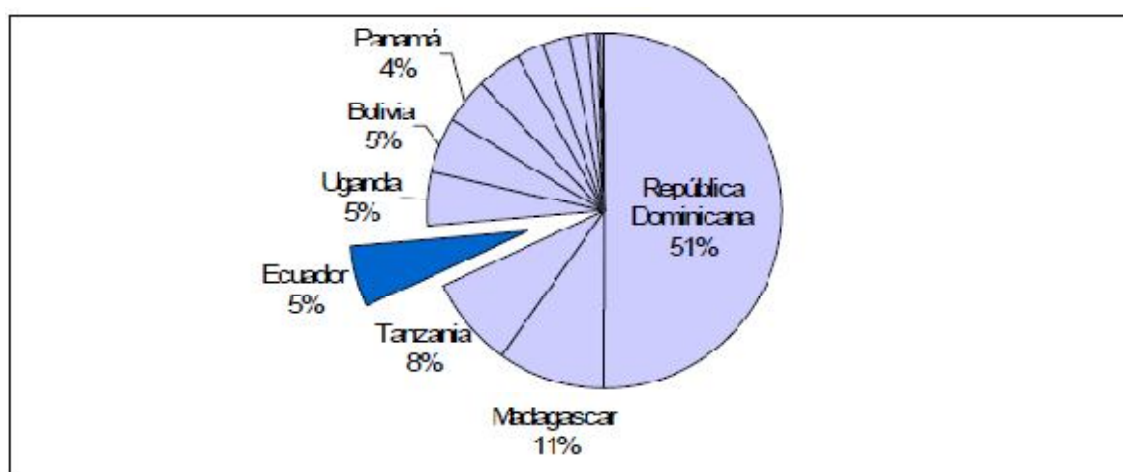
4. Cacao Ecuatoriano con Certificaciones

En el Ecuador el cacao “sabor arriba” en general tiene un manejo amigable con la biodiversidad, y desde hace algunos años se está promocionando comercialmente mediante la obtención de certificaciones como: Rain Forest Alliance (RFA), comercio justo y orgánico. Si bien este tipo de certificaciones no cumplen en su totalidad con los criterios de biocomercio, específicamente en lo relacionado al tema social y no uso de químicos (RFA), su aplicación los incluye en gran medida.

²⁷ www.gtz.com

Al analizar más detalladamente la oferta de cacao con certificación orgánica y social a nivel mundial, se evidencia la dominación de República Dominicana quien aporta con el 51% del mercado. Por su parte Ecuador está en cuarta posición con Uganda y Bolivia quienes poseen el 5% de este nicho de Mercado. En cuanto a volúmenes, este nicho cuenta con 12,450 TM, de las cuales 650 TM provienen del Ecuador.

GRÁFICO No. 5
MERCADO DE CACAO CON CERTIFICACIÓN ORGÁNICA Y SOCIAL



Fuente: CORPEI

Elaborado por: Conexus

Ecuador no es un productor importante de cacao con certificación orgánica, pero, podemos mencionar que el 66% (1250 TM) de la oferta exportable en el 2005 de cacao es orgánico y proveniente de UNOCACE y MCCH. Adicionalmente, tanto APROCANE como la Corporación de Cacaoteros de la Amazonía tienen producción (350 TM) de cacao manejado orgánicamente y la cual está en proceso de certificación. Ambas están ubicadas en zonas rurales de rica biodiversidad.

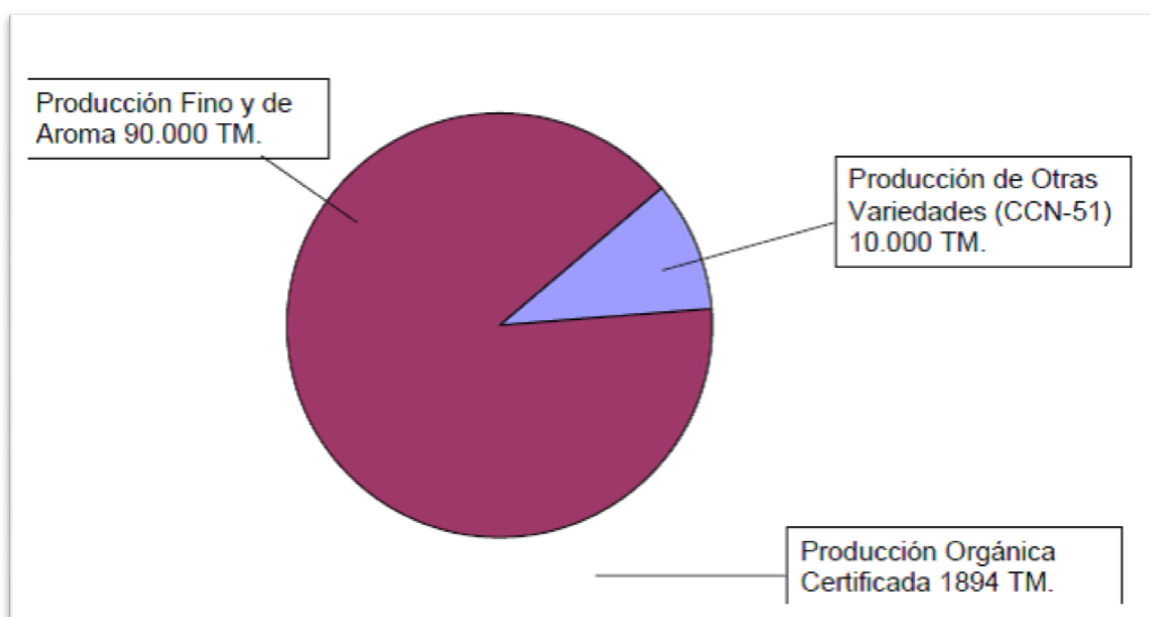
Particularmente para la Corporación de Cacaoteros de la Amazonía, la GTZ han apoyado a los productores en la obtención de certificación orgánica de cacao. El apoyo abarca tanto la preparación de los productores para obtener la certificación como los costos del certificado en sí. Los procesos de certificación han servido para comenzar a concienciar al productor sobre sistemas de trazabilidad, sin embargo, el concepto en sí no está interiorizado.

En Ecuador, se tienen 1894 TM de cacao con certificación orgánica

2). Se estima que entre los cultivos certificados orgánicamente, en transición y los aptos para certificarse, el sector tiene un potencial de 3.545 TM para el 2005.

Gráfico No. 6

Distribución de la Producción de Cacao en el Ecuador por Tipo



Fuente: CORPEI

Elaborado por: CONEXUS

5. Barreras Arancelarias para Alemania

Una de las razones que explican por qué el cacao se exporta sobre todo en grano son los aranceles progresivos con los cuales los países consumidores (industrializados) protegen sus mercados de la importación de productos manufacturados. Los altos costos de almacenaje y otras dificultades para almacenar y transformar el cacao en los países de origen, y los elevados aranceles a la importación del cacao elaborado (mucho más altos que los aranceles para importar cacao en grano), hacen que los pequeños productores continúen vendiéndolo como materia prima a través de intermediarios que lo venden a comerciantes internacionales.

Cuando más alto sea el grado de transformación o la capacidad competitiva del producto, más alto será el arancel. Hasta hace poco, el arancel comunitario era del 3% sobre el cacao en grano, en comparación con el 12% sobre la manteca de cacao, el 15% sobre el licor de cacao y el 16% sobre el cacao en polvo, Los productos de los países ACP (África, Caribe y Pacífico) no pagaban aranceles y otros países menos avanzados se beneficiaban de aranceles preferenciales.²⁸

Por ejemplo en el caso del cacao en grano ecuatoriano, en los principales mercados tiene un arancel de 0%, a excepción de México, donde se aplica un arancel de 15%. En el caso de la pasta de cacao, las exportaciones ecuatorianas tienen un arancel de 0% en los principales mercados, a excepción de Japón que aplica un 4%, Guatemala un 10% y la Federación Rusa un 5%.

Específicamente en Alemania, mediante el SGP PLUS el cacao ecuatoriano está sujeto con el 0% de arancel.

6. Requisitos no Arancelarios

6.1 Requisitos sanitarios/ fitosanitarios generales

Los controles a las importaciones son realizados con las bases de la Comunidad Europea (CE) o basados en las Leyes de Comercio Alemán sobre y más allá de las de la CE. La mayoría de los productos pueden ser importados en la CE sin estar sujetos a controles específicos de importación.

En la mayoría de los casos, una vez que los productos han cumplido con las provisiones de la autoridad relevante de la CE, son considerados de libre circulación dentro de la CE y no están sujetos a restricciones a la importación.

En detalle, los controles a la importación son los siguientes:

- Licencias y Certificados de Origen: para animales vivos, plantas, productos relacionados con comida, productos de animales, productos de

²⁸ IDEAS: Boletín 9: Observatorio de Transnacionales del Cacao.

madera, textiles, cuero, productos farmacéuticos, químicos, armas de fuego, explosivos, hierro y metal, calzado y otros.

- Prohibiciones a las Importaciones: Para algunos tipos de sustancias químicas, productos de madera, diamantes y productos textiles si la autorización apropiada para importaciones no se asegura.
- Medidas Anti-Dumping y Compensatorias: para algunos productos minerales, químicos, plásticos, productos de Madera, textiles, electrónicos y accesorios metales y otros.
- Cuotas Absolutas: para textiles, calzado, cerámica, y productos de hierro o metal.
- Cuotas Tarifarias: para productos agrícolas, químicos, productos farmacéuticos, textiles, maquinaria, aplicaciones mecánicas, electrónicos y otros.

7. Requisitos técnicos generales

7.1 Factura Comercial

1. La factura comercial debe incluir una clara descripción de los bienes.
2. Si el consignatario desea tener esta factura de vuelta, deberá pedir una copia extra para la retención en la aduana.
3. Bajo ciertas circunstancias, la aduana podrá requerir otra copia de la factura comercial.
4. Las fieles copias de la factura comercial son aceptadas.
5. La factura comercial puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

7.2 Lista de Empaque

1. La lista de empaque puede ser requerida si es que los detalles del contenido de paquetes individuales no están claramente demostrados en la factura comercial.
2. Las fieles copias de la factura comercial son aceptadas.
3. La lista de empaque puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

7.3 Certificado de Origen (Formulario A) (SGP)

1. El Formulario A es un certificado de origen usado por los exportadores en países que se pueden acoger al SGP – Sistema de Preferencias Generalizadas.

2. Este debe estar impreso y firmado por una autoridad particular del gobierno (en la mayoría de los casos otra autoridad distinta a la autoridad de Aduana) y debe cubrir normalmente una sola consignación. Sin embargo es posible proponer una aplicación para la autorización del uso de un solo formulario A para una serie de consignaciones, las cuales entraran sobre un periodo de 3 meses consecutivos o menos.
En el Ecuador es firmado por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

3. El formulario A es válido sólo si obedece con lo que sigue a continuación: (a) si es sobre-impreso con un modelo de fondo color verde; (b) si es tipeado o completado a mano con letra legible; (c) no puede contener borrones; (d) si describe los bienes de manera que estos sean fáciles de identificar; (e) si está claramente relacionado con los bienes para los cuales se reclama la preferencia; (f) cualquier declaración especial es incluida por si sea necesitada; (g) si lleva o el sello original y la firma original de la autoridad aprobada, o para documentos emitidos en Moroco y Túnez, o el sello especial de un exportador aprobado o el sello y una firma facsímil de la autoridad de Aduana; (h) cualquier alteración es firmada por una autoridad aprobada; (i) es presentado a la aduana dentro de su período de validez; (j) si lleva el número de serie en la esquina superior del lado derecho.

4. Para ciertos embarques de valores bajos, una declaración de factura puede ser usada en lugar del formulario A (los umbrales del valor varían dependiendo del país de exportación).

5. El formulario A puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

7.4 Certificado de Origen (EUR1)

1. El certificado de origen (Formulario EUR1) debe normalmente estar impreso y firmado por una autoridad particular del gobierno del país exportador. Sin embargo, en algunos países, a los exportadores aprobados se les está permitido imprimir los formularios por ellos mismos o tenerlos pre-impresos o pre-autenticados por la autoridad de Aduana.
2. Normalmente, el formulario EUR1 cubre sólo consignaciones individuales. Sin embargo, para las exportaciones de ciertos países, la aplicación para la autorización del uso de un formulario EUR1 para una serie de consignaciones (entrada sobre un periodo de 3 meses consecutivos o menos) es posible;
3. El formulario EUR1 es válido sólo si obedece con lo que sigue a continuación: (a) si es sobre-impreso con un modelo de fondo color verde; (b) si es tipeado o completado a mano con letra legible; (c) no puede contener borrones; (d) si describe los bienes de manera que estos sean fáciles de identificar; (e) si está claramente relacionado con los bienes para los cuales se reclama la preferencia; (f) cualquier declaración especial es incluida por si sea necesitada; (g) si lleva o el sello original y la firma original de la autoridad aprobada, o para documentos emitidos en Moroco y Túnez, o el sello especial de un exportador aprobado o el sello y una firma facsímil de la autoridad de Aduana; (h) cualquier alteración es firmada por una autoridad aprobada; (i) es presentado a la aduana dentro de su período de validez; (j) si lleva el número de serie en la esquina superior del lado derecho.
4. Para ciertos embarques de valores bajos, una declaración de factura puede ser usada en lugar del formulario EUR1 (los umbrales del valor varían dependiendo del país de exportación).

5. El formulario EUR1 puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

7.5 Certificado Fitosanitario

1. El certificado fitosanitario se requiere sólo para paquetes de madera conífera (como cajas, cajones) originados en China, usado en el transporte de todo tipo objetos.
2. El certificado tiene que estar por lo menos en uno de los idiomas oficiales de la UE, preferiblemente en uno de los idiomas oficiales del país de destino.
3. Tiene que ser llenado completamente en mayúsculas o mecanografiado.
4. Los nombres botánicos de plantas deben ser indicados en caracteres latinos.
5. Alguna alteración no certificada o borrones invalidarán el certificado.
6. Cualquier copia de este certificado sólo deberá ser emitida con la indicación de `copia´ o “duplicado” presa sobre este.
7. Además de requerir el certificado sanitario, los empaques de madera conífera también deben ser marcados.
8. La madera de empaque puede ser: a) Tratada o secada al horno a 56°C por lo menos 30 minutos. b) Tratada con la absorción de un químico aprobado o c) fumigada con un químico aprobado.

7.6 Documento Único Administrativo (DUA)

1. En el DUA son recolectados los detalles de importación. Este documento, en el mismo formato, es usado a través de la UE para declarar las importaciones desde países no pertenecientes a la UE y dar toda la

información necesaria sobre la naturaleza los bienes y de lo que pasa con el embarque.

2. La sumisión electrónica del DUA es posible en la mayoría de los países de la UE.
3. El DUA puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros pueden requerir una traducción a su idioma oficial.

7.7 Declaración de valoración

1. Esta declaración suministra información sobre la valoración de los bienes importados en una sola consigna para los impuestos de aduana y para el propósito del IVA de las importaciones. Esta declaración debe acompañar cada declaración de importación (DUA) para bienes cargados con los impuestos de aduana ad valorem si es que el valor total de la consignación excede los 10,000 euros y es de naturaleza comercial.
2. Esta declaración no es necesaria si el valor de aduana está basado en el SPV o el SIV, si los bienes son frutas frescas o vegetales, o si el importador ha registrado una declaración general de valores
3. Este documento puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros pueden requerir una traducción a su idioma oficial.

7.8 Guía Aérea (por vía aérea)

1. Este formulario no es siempre requerido. Sin embargo, las autoridades de la aduana pueden pedir un documento de transporte en algunos casos.
2. La guía aérea puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros pueden requerir una traducción a su idioma oficial.

8. Acuerdos Comerciales

En el cuadro se detallan los acuerdos comerciales - preferenciales que Alemania mantiene con el Ecuador:

CUADRO No.15

REGÍMENES COMERCIALES APLICADOS POR ALEMANIA AL ECUADOR	
DESCRIPCION DE REGÍMEN DE COMERCIO CON ECUADOR	OBSERVACIONES
NMF	Aplica a todos los países
Tarifas Preferenciales para países beneficiarios del acuerdo del incentivo de desarrollo sustentable	Países en desarrollo, comercio internacional y desarrollo sustentable. La función del Comité del Sistema de Preferencias para el período de 10 años, establece la guía para la aplicación del esquema de tarifas preferenciales generalizadas.

Fuente: CORPIE

Elaborado por: Alexandra Donoso

9. Legislación

Como fabricante en un país en vías de desarrollo que se prepara para tener acceso a mercados de la UE, se debe ser consciente de los requisitos del acceso al mercado de sus socios comerciales y de los gobiernos de la UE.

Los requisitos se exigen con la legislación y a través de etiquetas, códigos y de sistemas de gestión. Estos requisitos se basan en salud ambiental, del consumidor y seguridad. Se tiene que cumplir con la legislación de Unión Europea y tener presente las exigencias no legislativas adicionales que sus socios comerciales de la UE pudieran solicitar. Los granos de cacao se han enviado tradicionalmente en los bolsos o los sacos, que se almacenan a menudo son almacenados en contenedores ventilados durante el envío.

El polvo de cacao también se transporta y a menudo también se almacena en bolsos a partir de 25 kilos hacia arriba, pero también es suministrado al por mayor. Los aspectos importantes a supervisar son humedad del aire (evitar amontonar), fluctuaciones de la temperatura (evitar la cristalización), presión (evitar amontonar), y transporte en ambientes inodoros. La temperatura de almacenaje debe estar entre 15oC y 18oC y no más que 20oC y la humedad del aire debajo del 50%. Una buena fuente de información es cacao del centro del comercio internacional el “: Una guía a las prácticas comerciales”

- **Organismo mundial regulador**

El mercado internacional del cacao está regulado por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) a la cual pertenecen los principales exportadores e importadores de grano. A Febrero del 2009 el Consejo Internacional del Cacao, máxima instancia de esta organización, contaba con 13 miembros exportadores y 29 miembros importadores.

- **Directiva Europea sobre la utilización de grasas vegetales**

En una directiva europea del año 2000 (DIRECTIVA 2000/36/CE117) se admite hasta un 5% de grasas vegetales, no provenientes del cacao, en los productos de cacao y chocolate destinados a la alimentación humana. Hasta el momento en que fue aprobada esta medida, los productos a los que se adicionaba materias grasas distintas a la manteca de cacao eran considerados como "sucedáneos de chocolate".

Según la organización española IDEAS, todo este interés en introducir grasas vegetales en los productos de cacao y chocolate se debió, principalmente, a que estos “sucedáneos” del cacao suelen ser más baratos que la manteca de cacao ya que son grasas vegetales provenientes de excedentes agrícolas. De hecho, los de la manteca de cacao definidos por la Unión Europea, como el aceite de palma o de coco, cuestan la décima parte del precio del cacao. Otro elemento que marca el hecho de querer usar grasas vegetales en vez de grasas provenientes del cacao es el hecho de que la manteca de cacao “está sujeta al fenómeno de abigarramiento, hay dificultades para temperarla y puede fundir con facilidad con el calor del verano. Por estas razones la manteca de cacao no es siempre la grasa ideal para muchas aplicaciones en la confitería. Aunque muchas de sus propiedades son muy apreciadas por los confiteros como es su

brillo, textura no mantecosa a temperatura ambiente, su capacidad de fundir con rapidez a la temperatura corporal en la boca, además de sus cualidades excelentes como es la resistencia a la oxidación y alto coeficiente de contracción en la cristalización.

Usualmente tales grasas fueron en principio diseñadas para otros usos y productos siendo el caso de los aceites hidrogenados que producían una grasa muy suave comparada con la manteca de cacao. Al hacer la combinación de estas grasas hidrogenadas con la manteca de cacao se obtenía una mezcla incompatible, donde la grasa mostraba una pronunciada decoloración y aspecto abigarrado. Finalmente, químicos en aceites e investigadores desarrollaron nuevas tecnologías que proporcionaban grasas con características más estrechamente relacionadas con aquellas de la manteca de cacao. Esas grasas son conocidas hoy como "manteca duras", desarrolladas de aceites vegetales domésticos y de otros aceites tales como: Almendras de palma, coco, palma y de otras más de origen "exótico" shean, que son nativas de otras partes del mundo."

Es decir, en realidad hay quienes argumentan que el uso de grasas vegetales reducirá el precio final de producto, lo cual favorecería al consumidor, frente a otros quienes afirman que esa reducción en realidad es mínima.

Sea como sea, las consecuencias de esta decisión han recaído sobre los productores de los países de Sur, puesto que ese 5% de grasas vegetales son un 5% de reducción en sus exportaciones del cacao. Así, algunas previsiones que se hicieron en el momento en que esta decisión fue tomada decía lo siguiente: "Si, aprovechando la excepción anterior, a todos los países de la UE se les permite sustituir un 5% de la manteca de cacao del peso total del chocolate, la demanda de cacao en grano disminuirá entre 124.610 y 200.000 toneladas.

Si Estados Unidos imita a la Unión Europea, se teme que las pérdidas soportadas por los países productores alcancen entre 208.410 y 325.000 toneladas. La Organización Internacional del Cacao de Londres ha calculado que una reducción de la demanda de 10.000 toneladas equivale a una pérdida de ingresos del 1% para los países productores. Si la Unión Europea permite el uso en todo su territorio de un 5% de sucedáneos, los países productores tendrán que hacer frente a una disminución de entre el 12,4 y el 20% de los ingresos por exportación que obtienen del cacao."

De acuerdo al último informe anual de la ICCO un análisis indicó que la Directiva había tenido un efecto escaso en el mercado mundial del cacao, ya que muy pocos fabricantes de la UE de los quince habían incorporado los equivalentes de la manteca de cacao (EMC) en sus recetas. En función de los resultados, se concluyó que no serían necesarios nuevos cambios en la lista de grasas autorizadas.

Se recomendó mantener la lista durante un plazo más prolongado, hasta que el impacto del uso de grasas vegetales distintas de la manteca de cacao en las economías de los países en vías de desarrollo se evaluara más adelante. El análisis también indicó que un estudio posterior del mercado, dentro de cinco a diez años, sería de gran utilidad, teniendo en cuenta los efectos a corto plazo de la normativa europea aprobada en 2001 y en vigor desde 2003. La Junta solicitó a la Secretaría la redacción de un documento sobre la precisión de la metodología para medir el uso de grasas vegetales distintas de la manteca de cacao, así como la revisión del documento anterior sobre metodologías para estudiar el uso real de grasas vegetales y su impacto.²⁹

De acuerdo a CBI la temida disminución de la demanda de cacao, que se esperaba debido a la legislación (Directiva 2000/36/CE) para el uso de sustitutos de la manteca de cacao (CBRS) en el chocolate, no ocurrió. Según fuentes del sector, las tendencias futuras no sufrirán. Esto se debe que el consumo de chocolate sigue aumentando en la Unión Europea, la sustitución ya ha sido aceptada en la mayoría de los principales mercados de la UE, mientras que muchos sustitutos autorizados también se han encarecido. Los mercados de cacao en polvo y de pasta en la UE también son positivos.³⁰

En nuestro país existen varios decretos y resoluciones que rigen la exportación y consumo del cacao fino de aroma. (Ver adjuntos)

²⁹ ICCO: Informe anual temporada 2006-2007

³⁰ CBI

10. Requisitos no Arancelarios

10.1 Requisitos sanitarios/ fitosanitarios generales

Los controles a las importaciones son realizados con las bases de la Comunidad Europea (CE) o basados en las Leyes de Comercio Alemán sobre y más allá de las de la CE. La mayoría de los productos pueden ser importados en la CE sin estar sujetos a controles específicos de importación.

En la mayoría de los casos, una vez que los productos han cumplido con las provisiones de la autoridad relevante de la CE, son considerados de libre circulación dentro de la CE y no están sujetos a restricciones a la importación.

En detalle, los controles a la importación son los siguientes:

1. Licencias y Certificados de Origen: para animales vivos, plantas, productos relacionados con comida, productos de animales, productos de madera, textiles, cuero, productos farmacéuticos, químicos, armas de fuego, explosivos, hierro y metal, calzado y otros.
2. Prohibiciones a las Importaciones: Para algunos tipos de sustancias químicas, productos de madera, diamantes y productos textiles si la autorización apropiada para importaciones no se asegura.
3. Medidas Anti-Dumping y Compensatorias: para algunos productos minerales, químicos, plásticos, productos de Madera, textiles, electrónicos y accesorios metales y otros.
4. Cuotas Absolutas: para textiles, calzado, cerámica, y productos de hierro o metal.
5. Cuotas Tarifarias: para productos agrícolas, químicos, productos farmacéuticos, textiles, maquinaria, aplicaciones mecánicas, electrónicos y otros.

11. REQUISITOS TÉCNICOS GENERALES

11.1 Factura Comercial

1. La factura comercial debe incluir una clara descripción de los bienes.
2. Si el consignatario desea tener esta factura de vuelta, deberá pedir una copia extra para la retención en la aduana.
3. Bajo ciertas circunstancias, la aduana podrá requerir otra copia de la factura comercial.
4. Las fieles copias de la factura comercial son aceptadas.
5. La factura comercial puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

11.2 Lista de Empaque

1. La lista de empaque puede ser requerida si es que los detalles del contenido de paquetes individuales no están claramente demostrados en la factura comercial.
2. Las fieles copias de la factura comercial son aceptadas.
3. La lista de empaque puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

11.3 Certificado de Origen (EUR1)

1. El certificado de origen (Formulario EUR1) debe normalmente estar impreso y firmado por una autoridad particular del gobierno del país

exportador (generalmente en la Aduana). Sin embargo, en algunos países, a los exportadores aprobados se les está permitido imprimir los formularios por ellos mismos o tenerlos pre-impresos o pre-autenticados por la autoridad de Aduana.

2. Normalmente, el formulario EUR1 cubre sólo consignaciones individuales. Sin embargo, para las exportaciones de ciertos países, la aplicación para la autorización del uso de un formulario EUR1 para una serie de consignaciones (entrada sobre un periodo de 3 meses consecutivos o menos) es posible
3. El formulario EUR1 es válido sólo si obedece con lo que sigue a continuación: (a) si es sobre-impreso con un modelo de fondo color verde; (b) si es tipado o completado a mano con letra legible; (c) no puede contener borrones; (d) si describe los bienes de manera que estos sean fáciles de identificar; (e) si está claramente relacionado con los bienes para los cuales se reclama la preferencia; (f) cualquier declaración especial es incluida por si sea necesitada; (g) si lleva o el sello original y la firma original de la autoridad aprobada, o para documentos emitidos en Moroco y Túnez, o el sello especial de un exportador aprobado o el sello y una firma facsímil de la autoridad de Aduana; (h) cualquier alteración es firmada por una autoridad aprobada; (i) es presentado a la aduana dentro de su período de validez; (j) si lleva el número de serie en la esquina superior del lado derecho.
4. Para ciertos embarques de valores bajos, una declaración de factura puede ser usada en lugar del formulario EUR1 (los umbrales del valor varían dependiendo del país de exportación).
5. El formulario EUR1 puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

11.4 Certificado de Origen (Formulario A) (SGP)

1. El Formulario A es un certificado de origen usado por los exportadores en países que se pueden acoger al SGP – Sistema de Preferencias Generalizadas.
2. Este debe estar impreso y firmado por una autoridad particular del gobierno (en la mayoría de los casos otra autoridad distinta a la autoridad de Aduana) y debe cubrir normalmente una sola consignación. Sin embargo es posible proponer una aplicación para la autorización del uso de un solo formulario A para una serie de consignaciones, las cuales entraran sobre un periodo de 3 meses consecutivos o menos.
3. El formulario A es válido sólo si obedece con lo que sigue a continuación: (a) si es sobre-impreso con un modelo de fondo color verde; (b) si es tipeado o completado a mano con letra legible; (c) no puede contener borrones; (d) si describe los bienes de manera que estos sean fáciles de identificar; (e) si está claramente relacionado con los bienes para los cuales se reclama la preferencia; (f) cualquier declaración especial es incluida por si sea necesitada; (g) si lleva o el sello original y la firma original de la autoridad aprobada, o para documentos emitidos en Moroco y Túnez, o el sello especial de un exportador aprobado o el sello y una firma facsímil de la autoridad de Aduana; (h) cualquier alteración es firmada por una autoridad aprobada; (i) es presentado a la aduana dentro de su período de validez; (j) si lleva el número de serie en la esquina superior del lado derecho.
4. Para ciertos embarques de valores bajos, una declaración de factura puede ser usada en lugar del formulario A (los umbrales del valor varían dependiendo del país de exportación).
5. El formulario A puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

11.5 Certificado Fitosanitario

1. El certificado fitosanitario se requiere sólo para paquetes de madera conífera (como cajas, cajones) originados en China, usado en el transporte de todo tipo objetos.
2. El certificado tiene que estar por lo menos en uno de los idiomas oficiales de la UE, preferiblemente en uno de los idiomas oficiales del país de destino.
3. Tiene que ser llenado completamente en mayúsculas o mecanografiado.
4. Los nombres botánicos de plantas deben ser indicados en caracteres latinos.
5. Alguna alteración no certificada o borrones invalidarán el certificado.
6. Cualquier copia de este certificado sólo deberá ser emitida con la indicación de `copia` o “duplicado” presa sobre este.
7. Además de requerir el certificado sanitario, los empaques de madera conífera también deben ser marcados.
8. La madera de empaque puede ser: a) Tratada o secada al horno a 56°C por lo menos 30 minutos. b) Tratada con la absorción de un químico aprobado o c) fumigada con un químico aprobado.

11.6 Documento Único Administrativo (DUA)

1. En el DUA son recolectados los detalles de importación. Este documento, en el mismo formato, es usado a través de la UE para declarar las importaciones desde países no pertenecientes a la UE y dar toda la información necesaria sobre la naturaleza los bienes y de lo que pasa con el embarque.
2. La sumisión electrónica del DUA es posible en la mayoría de los países de la UE.
3. El DUA puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros pueden requerir una traducción a su idioma oficial.

11.7 Declaración de valoración

1. Esta declaración suministra información sobre la valoración de los bienes importados en una sola consigna para los impuestos de aduana y para el propósito del IVA de las importaciones. Esta declaración debe acompañar cada declaración de importación (DUA) para bienes cargados con los impuestos de aduana ad valorem si es que el valor total de la consignación excede los 10,000 euros y es de naturaleza comercial.
2. Esta declaración no es necesaria si el valor de aduana está basado en el SPV o el SIV, si los bienes son frutas frescas o vegetales, o si el importador ha registrado una declaración general de valores
3. Este documento puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros pueden requerir una traducción a su idioma oficial.

11.8 Guía Aérea (por vía aérea)

1. Este formulario no es siempre requerido. Sin embargo, las autoridades de la aduana pueden pedir un documento de transporte en algunos casos.
2. La guía aérea puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros pueden requerir una traducción a su idioma oficial.

CAPÍTULO 5

PROPUESTA PARA MEJORAR EL PROCESO COMERCIAL DEL CACAO A ALEMANIA

El cultivo, producción, comercialización, industrialización y exportación del cacao fino y de aroma constituyen un sector relevante de la economía de nuestro país, en el mercado mundial ocupamos el séptimo puesto y el primero a nivel de Latinoamérica.

En cierta forma el cacao en su producción y comercialización ha tenido siempre y tendrá una gran importancia en el país, este es uno de los productos que le producen diversidades de ingresos al mismo. Ecuador es una zona eminentemente buena con respecto a la producción del cacao por lo cual este producto se ha destacado, tanto en el ámbito social como en lo económico de nuestro país.

Es importante señalar que la presente investigación ayuda a conocer un poco más sobre la problemática que vive actualmente los productores de cacao con referencia a la venta de su producto y como es comercializado.

Antes de empezar el análisis de los que es la comercialización de este producto, es importante tomar en cuenta cuales son las fortalezas y debilidades que tiene el cacao fino de aroma frente a los mercados internacionales.

CUADRO No.16

ANÁLISIS FODA

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none">• Producto<ul style="list-style-type: none">○ Variedad es única○ Sabores especiales depende de las regiones y de genotipos<ul style="list-style-type: none">○ Con diferentes certificaciones (orgánica, comercio justo, Rainforest Alliance)○ Alta calidad vía centros de acopio○ Imagen de “Cacao Nacional Arriba” a nivel nacional• Infraestructura<ul style="list-style-type: none">○ Centros de acopio organizaciones de pequeños productores en proceso de mejoramiento permanente○ Escuelas de campo a través de proyectos.• Mercados<ul style="list-style-type: none">○ Penetración en mercados de nichos○ Promoción del producto	<ul style="list-style-type: none">• Producto<ul style="list-style-type: none">○ Insuficiente volumen entre las organizaciones de pequeños productores○ Insuficiente calidad○ Falta capacidad de manejo de cultivo de cacao, del proceso de pos cosecha y manejo de centros de acopio○ Deterioro de imagen del cacao ecuatoriano<ul style="list-style-type: none">○ Altos costos de producción en comparación África• Infraestructura<ul style="list-style-type: none">○ Insuficiente infraestructura e inversión en ella○ Falta la licencia de exportación y su infraestructura para la preparación de los embarques○ Falta la filosofía y manejo empresarial• Mercados<ul style="list-style-type: none">○ Faltan contactos

<p>con apoyo de diferentes organizaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Contactos Internacionales ○ Control de impacto al medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Falta conocimientos de mercados y sus demandas de futuro ○ No hay suficiente conocimiento de los competidores nacionales e internacionales ○ Falta capital de trabajo para el manejo de los centros de acopio y compra de cacao de los socios
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda de los mercados de productos diferenciados <ul style="list-style-type: none"> • Cacao de origen • Alta calidad vía organizaciones de pequeños productores • Imagen de las organizaciones de pequeños productores 	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer la demanda de los clientes • Globalización del producto y pérdida de imagen del cacao ecuatoriano por mezclas • Influencia de las polinización y sus cambios de sabores <ul style="list-style-type: none"> • Cambios de clima • Baja productividad por mal manejo y antigüedad de los cultivos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

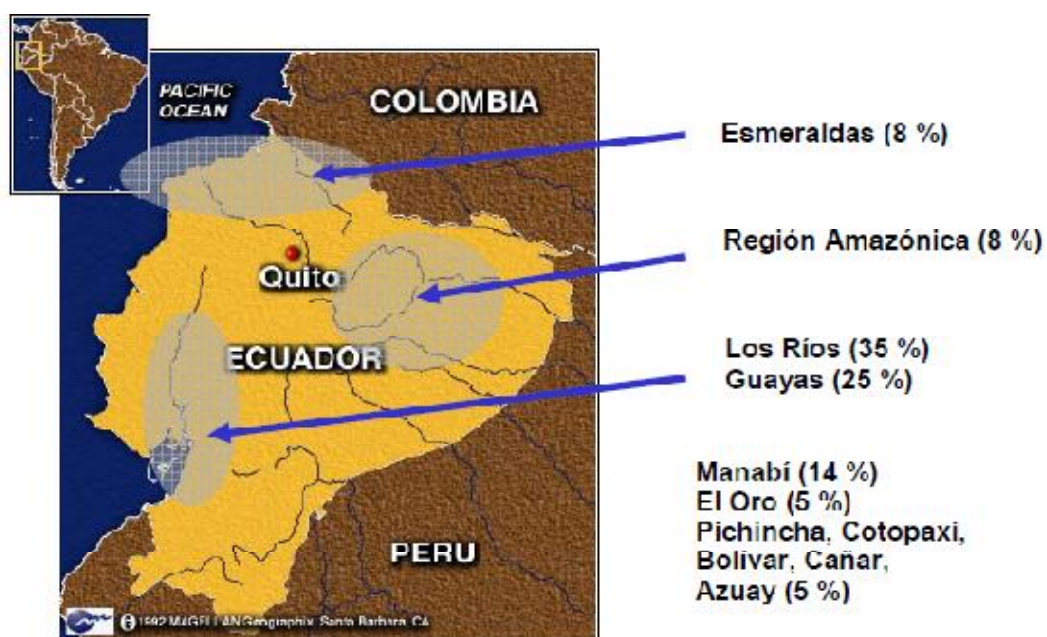
12. Producción del Cacao en el Ecuador

La producción actual del cacao Fino y Aroma en Ecuador es de 104,76 toneladas métricas al año 2009. Muchos esfuerzos de diversas organizaciones están colaborando con mejores prácticas agrícolas e investigación, asesoramiento en

post-cosecha, implementación de Manejo Integrado de Plagas y transferencia de tecnología para incrementar la producción de cacao a por lo menos 140.000 toneladas métricas en el plazo de cinco años.

La producción está distribuida a lo largo de 12 provincias, sin embargo, la mayor concentración se da en las provincias del litoral.

GRÁFICO No. 7
MAPA DE DISTRIBUCIÓN DE CACAO NACIONAL EN ECUADOR 2009



Elaborado: CORPEI

Fuente: GTZ

En total existen aproximadamente 60 mil unidades productivas agropecuarias, de las cuales el 50% tienen superficie de 1 a 10 hectáreas, adicionalmente se estima que el 10% de estas se encuentran organizadas. Alrededor de, 17% una superficie de hasta 20 hectáreas, 20% hasta 50 hectáreas y 13% tienen una superficie superior a 50 hectáreas.³¹

(35 %),

Es decir la mayoría de la producción está en manos de pequeños productores, considerándose aproximadamente 90 mil productores registrados en Ecuador,

³¹ Estudio CORPEI-GTZ Agosto 2009

de los cuales el 40% los tiene bajos sistemas agroforestales. La cosecha de cacao se da entre los meses de Octubre a Septiembre.

A pesar que la mayor parte de pequeños productores poseen en la actualidad cultivos de cacao “sabor arriba” en los últimos años, un número considerable de éstos ha introducido las variedades clonales de poco sabor en sus huertas. En general los productores más grandes son los que han tecnificado el cultivo de cacao y están utilizando variedades como CCN51 en un sistema de producción más tecnificado (monocultivos) y con utilización alta de insumos.

Actualmente, en el Ecuador se mantienen cultivos con características de monocultivo que mantienen el mismo esquema de producción que se trabajó desde hace siglos, dando a las huertas de cacao una rica biodiversidad, aumentando la base de la alimentación de las familias involucradas en el cultivo, protegiendo especies animales y vegetales propias de las regiones de producción de cacao sabor arriba. Este hecho se confirma teniendo en cuenta que la mayor parte de la producción de cacao Nacional “Sabor Arriba” está en manos de pequeños productores con extensiones menores a 5 ha. Estas fincas multidiversas incluyen además de cacao productos como: especies maderables, banano, papaya, plátano, cítricos, café, entre otros, ya que intentan permitir la seguridad alimentaria de las familias y sostenerse con la venta de los demás productos cuando no es época de cosecha de cacao.

Adicionalmente, el cultivo de cacao se encuentra en un sistema de bajo uso de insumos, por lo que prácticamente no existen residuos contaminantes para el agua, suelo, flora o fauna de las zonas. Esto es debido a que tradicionalmente, los pequeños productores han pensado que no es justificable el uso de fertilizantes y pesticidas químicos en el cultivo del cacao en términos económicos.

Por esto, las plantaciones han permanecido libres de residuos de los mismos, hecho que se demuestra en la facilidad para obtener los diferentes tipos de certificación, especialmente, orgánica. En cuanto a la fermentación y secado, básicamente se utilizan métodos y materiales naturales como herramientas de madera de la zona, sacos de yute y la luz solar.

Al ser utilizado ancestralmente, el cacao se ha vinculado estrechamente a la cultura y costumbres del Ecuador; más aún que es cultivado principalmente por pequeños productores en áreas ricas en biodiversidad, algunas de ellas ubicadas en reservas y zonas de amortiguamiento de parques naturales.

No se tienen estadísticas precisas sobre cuál es la cantidad de cacao que se produce actualmente bajo criterios amigables con la biodiversidad, cuando la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO) empezó a realizar la separación de “cacao arriba” y “cacao convencional”. Sin embargo, se debe considerar que una gran cantidad del cacao que se produce en Ecuador es “Sabor Arriba” y amigable con la biodiversidad, pudiendo estimarse que más del 60% pertenece a este subsector cacaotero de importancia para la economía del País.

Es importante mencionar que la hibridación o combinación natural de genotipos ha ocurrido de la naturaleza desde hace centenares de años.

Esto, junto con las condiciones bioclimáticas existentes, dan como resultado un cacao ecuatoriano que mantiene sus características únicas. Sin embargo, las plantaciones de cacao 100% “Nacional” están amenazadas seriamente y su población está disminuyendo en gran escala.

Es vital mantener la variedad del cacao nativo de Ecuador, puesto que en las condiciones geográficas ecuatorianas permite garantizar un laboratorio natural en donde se preserva y se regenera constantemente su banco genético.

Existen varios ejemplos que demuestran como el cacao fino de aroma no solamente mantiene la biodiversidad dentro de los huertos en sí, también es un importante cultivo de amortiguamiento en la cercanías de Reservas Ecológicas y/o zonas protegidas: En la provincia de Esmeraldas en la zona de la reserva Cotacachi Cayapas, en la Amazonía donde podemos encontrar el cultivo en regiones de alta biodiversidad que adicionalmente tienen una riqueza étnica y cultural única que debe ser protegida.³²

³² Estudio CORPEI – GTZ Agosto 2009

En resumen, muchas veces las consideraciones ambientales se han dado por seguir las formas tradicionales de cultivo. Por esta razón es importante llevar a cabo una campaña de concientización para evitar que dichas prácticas sean remplazadas por otras con el medio ambiente y la biodiversidad.

Por el contrario, es necesario contribuir con la documentación de dichas prácticas y apoyar el mejoramiento de las áreas de cultivo.

13. La Comercialización del Cacao en el Ecuador

El comercio es un estado de flujo, cuando un agricultor siembra un fruto, es porque tiene un mercado una demanda del mismo en este caso el mercado del cacao es para una demanda derivada de un mercado que se llama chocolate a nivel mundial por lo cual esto crea que muchos compradores y vendedores de otros países de alguna manera a través de la oferta y la demanda se establezca un precio referencial de cacao mundial.

En Ecuador se produce 104.76 toneladas anuales, y así podemos asegurar que la producción está en aumento, para que esta producción siga aumentando se necesita mejorar en varios aspectos.

Existen muchas metodologías para darle un valor agregado al cacao fino de aroma las cuales describiremos a continuación.

14. Calidad

14.1 Definición

La calidad puede definirse como la conformidad relativa con las especificaciones, a lo que al grado en que un producto cumple las especificaciones del diseño, entre otras cosas, mayor su calidad o también como comúnmente es encontrar la satisfacción en un producto cumpliendo todas las expectativas que busca algún cliente, siendo así controlado por reglas las cuales deben salir al mercado

para ser inspeccionado y tenga los requerimientos estipulados por las organizaciones que hacen certificar algún producto.³³

14.2 Calidad del Cacao Fino de Aroma

La calidad del cacao está determinada principalmente por las características físicas del grano y de su sabor, cuando se habla de cacaos de calidad es referirse fundamentalmente a aquello que poseen un potencial aromático especial, una dulzura de sus almendras y color blanco de los “cotiledones”³⁴ y que apartado las evaluaciones “organolépticas”³⁵, no existe hoy en día un criterio analítico objetivo que permita caracterizarlos. Sin embargo hablar de la calidad del cacao es en cierta forma es relativo, porque la calidad dependerá de las exigencias de cada mercado y más aún de cada compañía en particular, y del fin a que se le destine.

No obstante si se hace un poco de abstracción es esto y se es más estricto en función de la calidad, un cacao fino y aromático es aquel que reúne un cierto número de características que permitirán la elaboración de productos de primera, como son los chocolates finos aromáticos, donde los fabricantes tienen muy en cuenta las exigencias del cliente, es decir el gusto al que estos se ha acostumbrado a lo largo del tiempo.

14.3 Sistema de Calidad

En cuanto a los procesos de control de calidad es importante señalar que no existe en el sector cacaotero de nuestro país un sistema de control de calidad efectivo lo cual ha originado graves problemas en los mercados internacionales provocando una sanción por parte de la ICCO y reclasificando a Ecuador como productor de cacao fino de aroma en un 75% y no en un 100% como constaba en la clasificación anterior.³⁶

³³ Investigación Propia

³⁴ son las hojas primordiales constitutivas de la semilla y se encuentran en el germen o embrión.

³⁵ conjunto de descripciones de las características físicas que tiene la materia en general como el olor, sabor, textura, etc.

³⁶ Entrevista Sr. René Rodríguez Analista de Calidad ANECACAO

“En el esquema de comercialización tradicional y el más utilizado, el único control de calidad oficial lo realiza actualmente ANECACAO quien emite el “certificado de calidad”. Sin embargo al ser emitido por los propios exportadores no es objetivo. Se producen graves problemas de mezclas, humedad, infecciones que han sido detectados por importadores. Existen varios actores trabajando para que esta realidad cambie.”³⁷

La excepción la constituyen algunos procesadores nacionales e internacionales que están realizando labores de control de calidad y de trazabilidad en toda la cadena comprando a los productores en sus fincas babas o mazorcas para asegurar la calidad de le Pepa. Pero son iniciativas de baja cobertura y volumen de producción.

Otros actores que están implementando sistemas de calidad son algunas de las asociaciones de segundo piso, ya que a solicitud de sus clientes internacionales directos, exportan cacao fino de aroma con certificación orgánica y/o comercio justo.

14.4 Proceso de Calidad

Los Estándares Internacionales para Cacao requieren que el cacao de calidad negociable sea fermentado, completamente seco, libre de granos con olor a humo, libre de olores anormales y de cualquier evidencia de adulteración. Debe encontrarse razonablemente libre de insectos vivos, de granos partidos, fragmentos y partes de cáscara y razonablemente uniforme en tamaño.

En todo el mundo, los estándares contra los cuales se mide el cacao son los del cacao de Ghana. El cacao se clasifica sobre la base de la cuenta de los granos defectuosos en la prueba de corte.

El control de la calidad del cacao constituye uno de los pasos más importantes de la exportación de este producto. Los productos aptos para esta comercialización son determinados a partir de análisis basados en las normas de calidad INEN 175, 176 y 177.

³⁷ Entrevista Sr. René Rodríguez Analista de Calidad ANECACAO

14.5 Ensayo del Corte INEN 175

La norma INEN 75 establece el siguiente método 500 granos muestra representativa de un lote se corta dos por la mitad el objetivo es establecer el estado del producto por un examen visual³⁸.

14.6 Requisitos INEN 176

La norma INEN 176 Establece los requisitos de calidad que debe cumplir el cacao en grano para su comercialización y que criterios debe aplicarse para su comercialización³⁹.

14.7 Muestreo INEN 177

La norma INEN 177 delimita conceptos y establece reglas y condiciones a seguir durante el muestreo para asegurar la transparencia del proceso de control de calidad.⁴⁰

15. Tecnología e Infraestructura

El término tecnología se refiere al conjunto de conocimientos generados en base del método científico, aplicados en forma adecuada, considerando las circunstancias económicas, sociales y ambientales, para mejorar los procesos productivos y calidad de los productos. La tecnología hace referencia al conjunto de técnicas disponibles o al estado de conocimiento. El mejoramiento del estado

³⁸ www.anecacao.com

³⁹ www.anecacao.com

⁴⁰ www.anecacao.com

del conocimiento se logra a través de la experimentación, la investigación científica y el diálogo de saberes.⁴¹

El sector agropecuario constituye la base del crecimiento económico y del bienestar de los pueblos; y la investigación es un elemento clave para asegurar su desarrollo sustentable. La investigación agropecuaria tiene como fines: generar, validar y transferir tecnologías apropiadas para incrementar la productividad de las plantaciones, mejorar la calidad de los productos agrícolas, asegurar una buena rentabilidad para los caficultores y contribuir a la generación de divisas.

La Tecnológica e Innovación tiene los siguientes objetivos:

- Generar información útil para innovar los procesos productivos en la actividad cacaotera.
- Diseñar alternativas de uso y conservación de los recursos naturales y biodiversidad, aprovechando el conocimiento ancestral y los avances tecnológicos.
- Identificar alternativas apropiadas para el manejo sostenible de las fincas cacaoteras.
- Mejorar la productividad, calidad y valor agregado del cacao fino de aroma ecuatoriano.
- Contribuir al mejoramiento del nivel de vida de la población.

Al momento el sector del cacao sabor arriba se enfoca en cacao en grano como un ingrediente natural para la industria alimenticia.

El valor agregado más importante en este punto es la consolidación y reconocimiento de los compradores en un producto de alta calidad que el Ecuador puede ofrecer al mercado.

⁴¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

Son dos las ventajas competitivas más importantes del cacao Nacional: sus características organolépticas únicas y las formas de producción amigables con el medio ambiente y el aspecto social.

Los cultivos se manejan tradicionalmente en sistemas agroforestales multidiversos, sin embargo, es posible hacerlo en las mismas condiciones pero de manera más tecnificada de forma que puedan alcanzar mayores niveles de productividad.

El manejo pos cosecha es extremadamente importante para obtener un producto de buena calidad que conserve las propiedades del "Sabor Arriba". Para esto, es necesario contar con facilidades adecuadas de fermentación y secado. Las alternativas son diversas dependiendo de las condiciones y materiales de la zona de producción.

Para la pos cosecha de cacao, es indispensable el proceso de fermentación de los granos para obtener las máximas características de aroma y sabor. Tradicionalmente se realiza la fermentación en los tendales de las fincas, sin embargo, este proceso no es eficiente sobre todo a nivel de pequeños productores, debido a que se necesitan volúmenes mínimos para realizar el proceso. Se han desarrollado en los últimos años varios estudios para mejorar la pos cosecha y fermentar de una manera óptima el cacao.

Una de estas nuevas opciones se describe brevemente a continuación:

- El cacao puede ser fermentado en cajones de maderas que no tengan olores que se puedan transmitir al grano, estos deben ser colocados en sitios adecuados donde no reciban luz solar directa ni lluvias. El proceso toma varios días y depende de las condiciones climáticas de la zona y el estado del tiempo en ese momento en particular. En estos cajones debe pasar el grano alrededor de unos 3 a 5 días, luego de lo cual es colocado en tendales especialmente adecuados para el efecto.
- Los tendales son superficies planas de dimensiones variadas, de acuerdo a los volúmenes de cacao a secar, en las cuales se extiende el producto hasta llegar a obtener una humedad de 7 u 8 %. Sin embargo, se ha determinado que al llegar a una humedad menor al 7%, los problemas de

condensación y por ende de presencia de moho, se reducen casi totalmente. Idealmente, este proceso debe ser realizado únicamente mediante la luz solar. Dependiendo de las condiciones del sitio de proceso, es necesario el utilizar secadores a gas. Estos solo deben ser usados en caso de que no se logre obtener un cacao secado naturalmente al sol, puesto que una sobre exposición al secador de gas, puede deteriorar el sabor y aroma del producto.

- El proceso final de preparación del cacao para la exportación debe considerar una adecuada eliminación de residuos no deseados y una humedad de acuerdo con los requerimientos del comprador internacional. Además, en ciertos casos es necesario clasificar el grano para uniformizar el producto por tamaño. A nivel de exportador, es necesario tener claras las consideraciones de transporte. Los containers que llevan el producto ensacado tienen un sistema de rejillas que no permite el contacto con las paredes. En lo posible se debe evitar los cambios bruscos de temperatura que generan evaporación y condensación y pueden llegar a deteriorar el producto.

En el Ecuador las organizaciones cuentan con la infraestructura básica. Sin embargo, los volúmenes que producen las asociaciones para la exportación se ha proyectado que crezcan de 2500 TM en el 2007 a 5000 TM en el 2009.

Esto se debe a l incremento de la producción que se espera tener y a la demanda que se ha dado en los últimos años.

Esto crea un problema puesto que la infraestructura instalada tanto en módulos de fermentación (cajones fermentadores), áreas de secado (tendales, marquesinas y secadores a gas), bodegas y áreas de preparación de embarques no abastece la duplicación de los mismos. Una opción para las asociaciones es valerse de los servicios proporcionados por las empresas exportadoras quienes sí tienen la infraestructura para hacerlo. Cabe recalcar que los pasos que determinan la calidad del producto van en cadena y son complementarios. Así, un buen secado no puede mejorar los problemas de una mala fermentación y viceversa.

16. Tipos de Secado

A continuación vamos a presentar diferentes tipos de secado con innovación para que el cacao así tenga un valor agregado en el momento de su comercialización:

- El Secado al Sol y al Aire libre
- Secadoras Solares
- Secadora Tipo Tienda de Campaña
- Secadora indirecta tipo chimenea con capacidad para una tonelada
- Secadora al Horno

Después de haber realizado la investigación correspondiente podemos afirmar que el secado mas optimo para los productores Ecuatorianos es el secado al Horno. Debido a la uniformidad del secado del grano, facilidades de espacio y tiempo.

17. Precio

17.1 Niveles de Precios

Los precios del cacao responden a factores de oferta y de demanda. Los precios internacionales tienden a seguir un patrón de largo plazo ligado al ciclo del cacao. Durante los periodos de expansión de la producción, existe un excedente de producción que genera primero una caída y más tarde un estancamiento de los precios. En consecuencia, los precios bajos fruto del exceso de producción generalmente tienen un impacto negativo sobre las cosechas, puesto que los productores tienden a cambiar de cultivo, factor que nuevamente permite una subida de precios. El ciclo del cacao se caracteriza de esta manera por efectos de expansión y recesión.

Históricamente, los precios del cacao en grano han estado muy relacionados con los ciclos de producción. Cuando la producción mundial ha aumentado hasta provocar una sobre oferta, los precios han caído a niveles bastante bajos.

Adicionalmente, la oferta en este mercado reacciona de manera lenta ante los cambios en los precios o las presiones de la demanda. Es decir, cuando los precios bajan, hay una reducción en la siembra de nuevos árboles de cacao. Sin embargo, los agricultores deben “vaciar” los árboles maduros y vender su producto. Esto provoca una saturación aún mayor del mercado y un descenso más marcado de los precios.

En cambio, cuando la demanda sobrepasa la oferta, los stocks de cacao caen y los precios aumentan. Otra vez hay incentivos para plantar nuevos árboles pero éstos tardan varios años hasta alcanzar su mayor rendimiento productivo, por lo que los agricultores casi no se benefician de los incrementos de los precios.⁴²

Las variaciones de los precios del cacao en grano se trasladan a los precios del chocolate con un desfase de uno a dos años. Aunque el efecto del cambio del precio en la demanda se produce más al nivel del fabricante del chocolate que del consumidor, puesto que el procesador modifica sus formulas de elaboración del chocolate en función del precio de la materia prima, cambiando la proporción del cacao en el chocolate, a fin de no alterar el precio del producto final.

En cuanto al futuro se predice un aumento de precios entre 2008 y 2012. Estas proyecciones están basadas en reservas (basado en cambios de demanda y suministro de granos) y el tamaño de reservas comparadas a molineras. Entre 2006 y 2012 se espera un aumento de precios en un 11 % sobre el precio medio en la temporada 2006/2007 (alrededor de 1,370 euros).⁴³

Por lo tanto, este aumento a los precios de Euro encima debería ser hecha con la precaución extrema y un margen grande. Con el aumento de volúmenes, el valor de mercado anual de la producción del cacao del mundo se proyecta aumentar en cerca de 2.8%.

En el país se puede ver una variación de los precios entre el 2007 al 2009 lo cual nos muestra la tabla siguiente:

⁴² Cacao, Estudio agroindustrial en el Ecuador. MIC y ONUDI

⁴³ Estudio Plan Comercialización Eguiluz

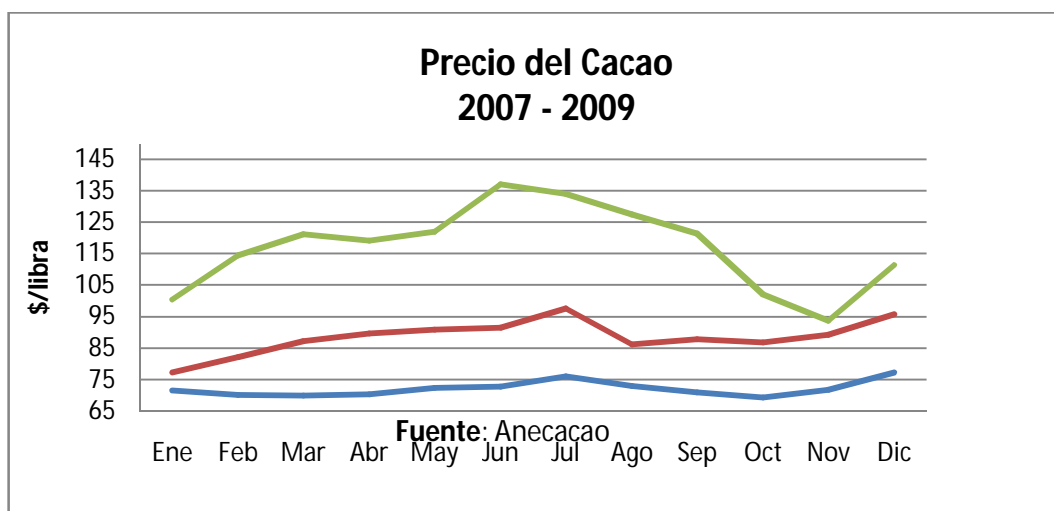
CUADRO No.17**PRECIOS DEL CACAO EN DOLARES x TM**

	2007	2008	2009
Ene	71,57	77,2	100,51
Feb	70,08	82,28	114,45
Mar	70,04	87,28	121,13
Abr	70,42	89,69	119,22
May	72,32	90,94	122,00
Jun	72,88	91,48	137,07
Jul	76,05	97,64	133,98
Ago	73,06	86,28	127,48
Sep	71,09	87,91	121,52
Oct	69,38	86,85	102,16
Nov	71,72	89,22	93,79
Dic	77,22	95,85	111,45
Average	72,15	88,55	117,06

Fuente: CORPEI

Elaborado por: Alexandra Donoso

GRÁFICO No.8



Fuente: CORPEI

Elaborado por: Alexandra Donoso

18. Funciones y Agentes Comerciales

En Ecuador la producción del cacao en grano y la comercialización son las actividades más importantes, el 16% de la producción de grano es absorbido por la industria interna.

Estas funciones abarcan una amplia gama de actores, actividades y servicios necesarios para llevar el cacao en grano desde el lugar donde es producido por el cacao cultor hasta los consumidores finales. Al interior de Ecuador los principales actores son 4, el cacao cultor o productor de cacao, los acopiadores, los exportadores y la industria procesadora. Otros actores que interactúan con los anteriores son: las instituciones del sector agrícola, gremios y el gobierno, tales como, ANECACAO, CORPEI, APROCAFA, CONCACAO, INIAP, Ministerio de Agricultura (MAGAP), Ministerio de Industrias, entre otros.

El mercado internacional del cacao está regulado por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) a la cual pertenecen los principales exportadores e importadores de grano.

La función de la producción abarca la siembra, mantenimiento y recolección de cacao. Comprende todos los agricultores o dueños de las tierras donde se cultiva cacao y los productores de los insumos necesarios para la producción de cacao. La función de la comercialización del grano, tanto a nivel interno como externo abarca la compra del grano de cacao por los intermediarios, acopiadores o comisionistas hasta que es puesto en la puerta de las fábricas procesadoras o en el país de destino de las exportaciones.

A continuación se realiza una descripción y caracterización de los principales actores involucrados en la producción y comercialización del cacao fino de aroma.

19. Productores de Granos de Cacao

“En Ecuador hay aproximadamente unos 94 mil productores de cacao en grano, la mayoría son pequeños y medianos”⁴⁴, El sector cacaotero ecuatoriano está dividido en su producción, existe muy pocas organizaciones o asociaciones de productores y una gran escasez de infraestructura de acopio.

Los productores más tradicionales, se caracterizan por ser pequeños y medianos productores que cultivan el cacao de la variedad Nacional, o cacao fino de aroma. Los productores grandes que se han incorporado en los últimos años, en cambio, se caracterizan por cultivar cacao de la variedad CCN51, por ser esta variedad más resistente a enfermedades y con un mayor rendimiento por hectárea, aunque no está considerado como un cacao fino de aroma. Existen también grandes productores que están comenzando a integrarse hacia adelante cumpliendo labores de procesamiento de semielaborados, de elaborados y de exportación.

⁴⁴ Entrevista Sr. Ing. Xavier Elizalde Gerente ANECACAO

Los productores se relacionan directamente con los intermediarios ubicados en el pueblo más cercano o con las asociaciones de primer grado.

20. Productores Individuales⁴⁵

Estos constituyen alrededor del 90% de los productores y en su mayoría son pequeños productores. Un 43% del total tienen menos de 5 has de cacao solo o asociado, un 31% de los productores poseen entre 10 y 50 ha, un 16% posee entre 5 y 10 has y por último un 11% posee más de 50 has.

En cambio si se observa la producción, la mayor cantidad se ubica en Upacs⁴⁶ de 10 a 50 Ha. con 171.935 Ha (45%) cosechadas dentro de esta categoría, luego lo sigue la categoría de “mayor de 50 Ha” con 88.356 Ha (23%), luego menor a 5 Ha con 63.825 Ha (17%) y por último la categoría entre 5 y 10 Ha con 62.246 Ha (16%). Esto refleja claramente lo dividido del sector y los bajos rendimientos de los pequeños productores cuando se compara con los grandes.

Es importante destacar que los pequeños productores poseen rendimientos muy bajos que llevan estancados muchos años.

Este bajo rendimiento de los pequeños productores de cacao fino de aroma se debe entre otros factores que la mayor parte de las plantaciones tienen más de 50 años e implica que contando con unos ingresos extras por producción de alimentos y otras fuentes, la mayoría de los cacao cultores no obtienen unos ingresos aceptables.

Efectivamente, la Secretaría de la ICCO estima que en la última década, los ingresos per cápita de la mayoría de las familias cacao cultoras del mundo han estado por debajo del umbral de pobreza oficial de las Naciones Unidas, fijado

⁴⁵ Estudio Levantamiento de Estadísticas realizado por CORPEI en el año 2008

⁴⁶ UPAC: Unidad productiva agrícola de cacao

en 2 dólares per cápita diarios.⁴⁷ En Ecuador se estima que los productores de cacao pertenecientes a asociaciones obtienen unos 8 dólares per cápita diarios.⁴⁸

En nuestro país se estima que entre un 10% y un 20% de los productores se encuentran organizados en asociaciones. Existen asociaciones de primer grado, que agrupan a productores individuales y asociaciones de segundo grado que agrupan a asociaciones de primer grado. Las asociaciones participan en la producción, acopio y comercialización del cacao y envían su producto a intermediarios, a la industria nacional o directamente a exportadores.

Incluso hay iniciativas de exportación directa por parte de algunas pocas asociaciones de segundo grado. Las asociaciones de segundo grado se han formado con el objetivo de conseguir para el productor una mayor rentabilidad por la venta del cacao en grano, acortando la cadena de valor tradicional para lograr que el productor se acerque a los mercados exteriores de forma más directa, recibiendo un mejor precio que cuando las ventas se realizan a un intermediario local.

Las asociaciones realizan labores muy importantes para mejorar la rentabilidad de sus asociados como prestación de servicios para mejorar la productividad de la producción, la calidad del cacao y en algunos casos lograr comercializar su cacao en forma directa con clientes internacionales.

“Las principales asociaciones de segundo piso (Osas) son UNOCACE que agrupa a 19 organizaciones de primer grado, 1.796 productores, con 12 mil has de cacao certificado y ubicadas en varias provincias del litoral y que exportan, FEDECADE que agrupa a 11 asoc. De primer grado, 395 productores, Fortaleza del Valle con 5 organizaciones de primer grado, 578 productores, 1.492 has certificadas y ubicada en Manabí, UOCAQ con 25 asociaciones de primer grado, 544 productores, 283 has de cacao y ubicada en Los Ríos y CORAGRIACE.”⁴⁹

⁴⁷ Informe anual 2006/2007 ICCO

⁴⁸ Informe Práctica Cupo 2009

⁴⁹ Estudio Plan Comercialización Egüiluz

Entre las asociaciones de primer grado más importantes se encuentran la Asoc. Productores San Carlos con 1.200 productores, 1.200 has de cacao, 595 has de cacao certificado y ubicada en Orellana y la Asoc Kallari que agrupa a 750 productores, 1.200 has de cacao, 500 has de cacao certificado y ubicada en Napo.

21. Función de Comercialización de Cacao en Grano

La comercialización de cacao se lleva a cabo a través de asociaciones de productores, acopiadores, intermediarios y exportadores. De acuerdo con las estadísticas de exportación, en Ecuador el 60% de la producción de cacao se exporta como cacao en grano, el 35% se dirige a las industrias procesadoras de cacao y productoras de materia prima para chocolates y confites y de semielaborados y el 5% se destina a industrias chocolateras y empresas artesanales del país⁵⁰.

Los acopiadores se ubican en los cantones y pueblos y tienen un contacto directo con el agricultor, en muchos casos comercializan el cacao para los intermediarios.

Los intermediarios están ubicados en las municipalidades y acopian cacao en grandes cantidades. El precio pagado depende del tamaño del grano, el número de granos por cada 100 gramos, el grado de fermentación, la humedad, impurezas, contenido de pasilla y presencia de plagas.

Las asociaciones de segundo grado apoyadas cuenta con el apoyo del programa BID/FOMIN un organismo internacional que ayuda con capacitaciones a los productores y financiamiento para sus plantaciones, debido a esta ayuda dichas asociaciones han aumentado sus exportaciones en un 34%.

A continuación describimos algunas de dichas asociaciones:

⁵⁰ Investigación Propia

- UNOCACE: Ha mantenido su tendencia creciente estos últimos años.
- FEDECADE: vendían a la empresa KRAFT. Sin embargo Kraft actualmente no está interesada en comprar cacao con certificación RFA. FEDECADE cuenta además con certificación orgánica.
- UCOCS: Organización nueva con problemas de gestión empresarial, alta rotación de personal y falta de visión empresarial y de compromiso con los agremiados de parte de la dirección.
- COPAQ: muy comprometida con el programa en la capacitación, rehabilitación de huertas, etc. Pero no cuenta con centro de acopio y aun no comercializa asociativamente.
- UOPAM: organización nueva que se incorporó al programa desde hace un año aproximadamente. Ya cuenta con un centro de acopio pero no cuenta con capital de trabajo para comprar el cacao. Está tramitando un préstamo con el Banco de Fomento para iniciar la comercialización a partir del 2008. El programa les ha sugerido que comercialicen con los socios de COPAQ, pues están geográficamente cerca.
- CIACPE: Organización nueva sin experiencia en el tema de comercialización. Tuvo muchas pérdidas por robo y malos manejos gerenciales.

21.1 Intermediarios/ Acopiadores

La mayoría de los productores negocian en forma individual en sus fincas con intermediarios y comercializadores privados locales.

La comercialización del cacao en grano se realiza a través de 2, 3 y 4 intermediarios, en una cadena que va desde el productor hasta el exportador o en menor medida al industrial nacional que fabrica semielaborados o chocolates.

Los intermediarios locales usualmente son productores o empresarios rurales con motos, camiones o camionetas o furgones que utilizan transporte terrestre y/o fluvial y que compran el grano de cacao directamente de los productores. La escala de estas compras es pequeña y los ingresos son rápidos. Los intermediarios generalmente están involucrados en otros negocios como cultivo del cacao, control de plagas, acopio, transporte de cacao, procesamiento de cacao y exportación, etc.

Los intermediarios no requieren licencias o permisos para operar por lo que la competencia es alta con bajas barreras de entrada.

Los intermediarios son de diferentes tamaños, dependiendo del volumen de compra y de la ubicación del acopio. De manera estimativa, el 10% de la producción se canaliza a través del intermediario camionero; el 22% lo adquiere el comerciante del pueblo más cercano; el 54% lo compra el intermediario de la cabecera cantonal y el 14% el exportador directamente⁵¹.

Los resultados obtenidos del censo realizado por CORPEI en el año 2008 indican que existen aproximadamente 363 Acopiadores que comercializan en todo el país un estimado de 72.000 TM/año de cacao⁵². Estos acopiadores se encuentran distribuidos principalmente en 4 provincias, Los Ríos, Guayas, Manabí y Esmeraldas.

⁵¹ www.ecuadorcocoaarriba.com

⁵² Sin embargo de acuerdo al trabajo de campo de GTZ la cantidad de intermediarios superaría los 1.000 en Ecuador.

Los volúmenes de acopio del producto están concentrados en grandes acopiadores que agregan un estimado del 81% del total acopiado en el país. Los resultados obtenidos por tipo/variedad de cacao indican que el mayor volumen de acopio por producto se presenta en la tipología Nacional seguido el tipo CCN-51.

21.2 Procesadores Locales

La producción de cacao en Ecuador está dirigida principalmente a su exportación en grano. En el año 2008 sólo un 16% de la producción total se dirigió a la industria nacional para la elaboración de procesados de cacao y chocolate, productos que en su mayoría son exportados. El procesamiento de cacao, incluye la molienda y la transformación del grano de cacao seco en una variedad de productos procesados incluidos pasta o licor de cacao, torta, polvo, manteca y elaborados de cacao. En cuanto a la procedencia de la materia prima, el 95% del cacao en grano que utilizan es comprado a acopiadores y sólo el 5% directamente a productores, asociaciones y del mismo procesador.⁵³

En el Ecuador existen 11 procesadores grandes ubicados en todo el territorio nacional pero de manera especial en: Quito, Guayaquil, Duran, Ventanas, Quevedo, Santo Domingo, Ambato, Guaranda y otras localidades. La provincia de Guayas abarca el 96% y el origen de su materia prima es el acopiador.

En lo que respecta a los volúmenes por variedades se observa que una gran proporción de procesadores se provee de cacao tipo Nacional vía acopiador que en volumen representa el 83.5% del total de TM utilizadas como materia prima; el cacao tipo CCN-51 agrega un 15.4% lo que representa el 6.4% del total de TM utilizadas por el procesador.

⁵³ Investigación Propia

21.3 Asociaciones

En el sector del cacao las iniciativas de asociatividad son bien escasas a nivel de productores. Además de lo descrito anteriormente en el caso de las asociaciones de productores de primer y segundo grado, existe en este nivel la Corporación de Organizaciones Productoras de Cacao Nacional Fino de Aroma del Ecuador, CONCACAO.

Dicha asociación cuenta con 19 filiales en todo el país, 11 mil productores, 37 mil ha de cacao nacional y 186 asociaciones base.⁵⁴

A nivel de exportadores, ANECACAO es la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao está encargada de la certificación del cacao que se exporta, facilita la asociación horizontal entre los exportadores de cacao en la industria y provee una variedad de servicios de soporte técnico.

Otra asociación es APROCAFA, asociación de productores de cacao fino que agrupa a los grandes productores y exportadores de cacao CCN51.

A nivel internacional existe la Organización Internacional del Cacao (ICCO) de la cual Ecuador es miembro y que reúne actualmente 42 países Miembros Exportadores e Importadores, los cuales asumen expresamente la misión de trabajar en pos de una “economía cacaotera mundial sostenible”, la World Cocoa Foundation, con 60 miembros, entre ellos ANECACAO y APROCAFA y cuya misión es promover una economía del cacao sostenible a través de la conservación medioambiental económica y social de las comunidades cacaoteras y algunas asociaciones de industriales del confite y el chocolate.

Es importante destacar que se está conformando una Asociación de Países Productores y Exportadores de Cacao Fino o de Aroma liderada por Ecuador y Venezuela con sede en Ecuador que busca posicionar el cacao fino o de aroma a nivel mundial

⁵⁴ www.concacao.com

22. Cadena de Valor

En la cadena del cacao se identifican principalmente el sector productivo primario, la comercialización interna y externa y la producción industrial. La producción primaria corresponde a la producción del cacao en grano y sus actividades principales son la siembra, el manejo o mantenimiento y la recolección del cacao. Los principales actores en esta etapa son el cacao cultor (cultivadores agrícolas de cacao), sus asociaciones, los proveedores de insumos, los viveros y los prestadores de servicios técnicos. La comercialización del cacao en grano abarca desde la compra del cacao a los productores hasta la comercialización y distribución a los productores internos o en los mercados de destino.

En algunos países los productores entregan su cacao a intermediarios quienes transportan, comercializan y en algunos casos acopian el cacao y lo entregan a otros intermediarios. En algunos casos participan 3 hasta 4 intermediarios. En otros países existen centrales de compra pertenecientes a asociaciones de productores o es el propio gobierno central quien organiza la distribución y comercialización quedando en sus manos el margen mayor de beneficios aunque esta práctica es cada vez menos frecuente lo que según la ICCO ha provocado un desmedro en la gestión del cacao.

En el caso más tradicional los intermediarios o comisionistas entregan a centros de acopios donde se realizan actividades post cosecha como fermentación, secado, almacenamiento y envasado para luego ser comercializado a exportadores. En algunos pocos casos las actividades de post cosecha, logística, acopio y comercialización son realizadas por asociaciones de productores de primer grado o de segundo grado y otras veces por exportadores o productores de elaborados o semielaborados. Los exportadores venden a brokers o a traders y a industrias procesadoras en los países de destino.

La etapa de producción industrial comprende la producción de productos semielaborados como el licor, la torta y la manteca y la producción de elaborados como el chocolate y los confites. Esta función es llevada a cabo por empresas molidoras, procesadoras de cacao, las chocolateras, las empresas de confites con chocolate y de bebidas. Otros productos en base al cacao como los cosméticos son producidos en otras industrias que utilizan como materia prima productos intermedios de cacao.

Por otra parte, el cacao nativo ecuatoriano se puede considerar hoy en día como el único cacao forastero con "sabor arriba" en el mundo. La participación del mercado "del cacao de sabor arriba" representa el 4% del consumo mundial, con una tasa de crecimiento estimada entre el 5 al 10% por año.

Después de investigar, conocer y analizar la producción y comercialización del cacao fino de aroma se puede considerar una cadena de valor en la que encontremos diferentes soluciones para los problemas encontrados, siendo así se ha decidido ver la y Debilidades que tienen los actores de esta cadena de valor y así también podremos observar gráficamente como estaría constituido un canal de distribución para este producto.

CUADRO No. 18

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA CADENA DE VALOR DEL ECUADOR

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Consumidor Final	Capacidad Financiera compra de chocolate Consumidor consciente y más informado Demanda creciente de producto sano y de calidad Selección de nuevos tipos de chocolate Aumento conciencia productos naturales Preocupación aspectos sanitarios y ambientales Demanda constante y creciente Poder económico	Influencia por Marketing Poca costumbre consumo chocolate de calidad Costumbre chocolates de baja calidad Desconocimiento del origen de manera detallada No presionan para mejorar calidad Preferencias de volumen antes que calidad Falta de conocimiento del origen del cacao/ chocolate (reconocimiento nacional)

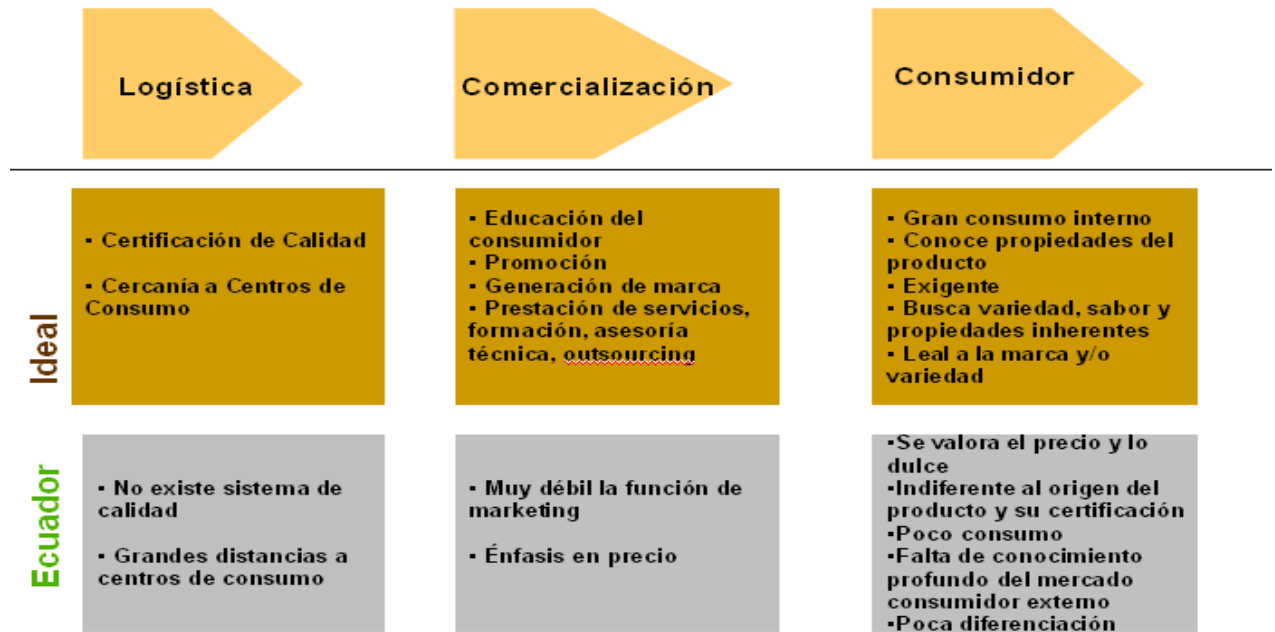
<p>Importadores</p>	<p>Aprecio producto ecuatoriano</p> <p>Demanda de totalidad de Producción</p> <p>Presidencia de la ICCO</p> <p>Buen equipo técnico</p> <p>Disponibilidad de recursos para invertir en el sector</p> <p>Grecio consolidado (infraestructura, personal calificado, experiencia)</p>	<p>No presionan para mejorar calidad de forma diferenciada</p> <p>Ser juez y parte control de calidad</p> <p>Credibilidad de certificado de calidad</p> <p>Equipo Técnico reducido</p> <p>Falta de Visión asociativa en el sector</p>
<p>Exportadores</p>	<p>Conocimiento del mercado internacional</p> <p>Capital e infraestructura</p> <p>Conocimiento y representación del mercado de Ecuador</p> <p>Disponibilidad financiera</p> <p>Conocimiento procesos de exportación</p>	<p>Intermitencia en los estándares de calidad</p> <p>Mezcla de variedad y calidad</p> <p>Falta política para integrar a productores e intermediarios</p> <p>Estrategia de compra y venta desorganizadas afecta al mercado</p> <p>Poca sostenibilidad al sector</p>
<p>Procesadores</p>	<p>Aporta valor agregado</p> <p>Infraestructura instalada que puede aprovecharse para otros mercados</p> <p>Acceso al producto local</p> <p>Pagan precios diferenciados</p> <p>Experiencia en procesos de semielaborados</p>	<p>Parámetros bajos de calidad para la compra</p> <p>No dan valor agregado al cacao nacional (No aprecian características y las pierden)</p> <p>Falta de consumo local</p> <p>No conocen la cadena ni el origen del producto</p> <p>Falta de tecnología para calidad</p>

<p>Intermediarios</p>	<p>Pre financiamiento de la Cosecha</p> <p>Conocen el mercado (mov interno) y disponibilidad de cambio/riesgo</p> <p>Amplia cobertura en la zona de producción Desinterés en la calidad</p> <p>Infraestructura (transporte, centros de acopio)</p> <p>Vínculo entre productores y exportadores</p>	<p>Mezcla de variedades</p> <p>Falta enfoque empresarial, no manejan criterios de calidad (capacidad y especialización)</p> <p>No están organizados y buscan beneficio individual</p> <p>Explotación al productor (intercambio de productos, no pago en \$)</p>
<p>Productores</p>	<p>Experiencia ancestral</p> <p>Productos 100% orgánico (sistemas productivos limpios y sostenibles) Baja productividad</p> <p>Producción de cacao Capacidad para el manejo aromático</p> <p>Producto diferenciado (calidad y aroma)</p> <p>Conocimiento del cultivo</p> <p>Propietario de su tierra</p>	<p>Desorganización (no asociatividad, individual)</p> <p>Baja Productividad</p> <p>Capacidad para el manejo integral (cultivo, cosecha, pos cosecha)</p> <p>Poca organización (falta asociatividad, individualismo)</p> <p>Trabajo individualizado</p> <p>Mezcla de calidad y variedades</p>

Fuente: CORPEI

Elaborado Por: Alexandra Donoso

GRÁFICO No. 9
CADENA DE VALOR PARA EL CACAO FINO DE AROMA

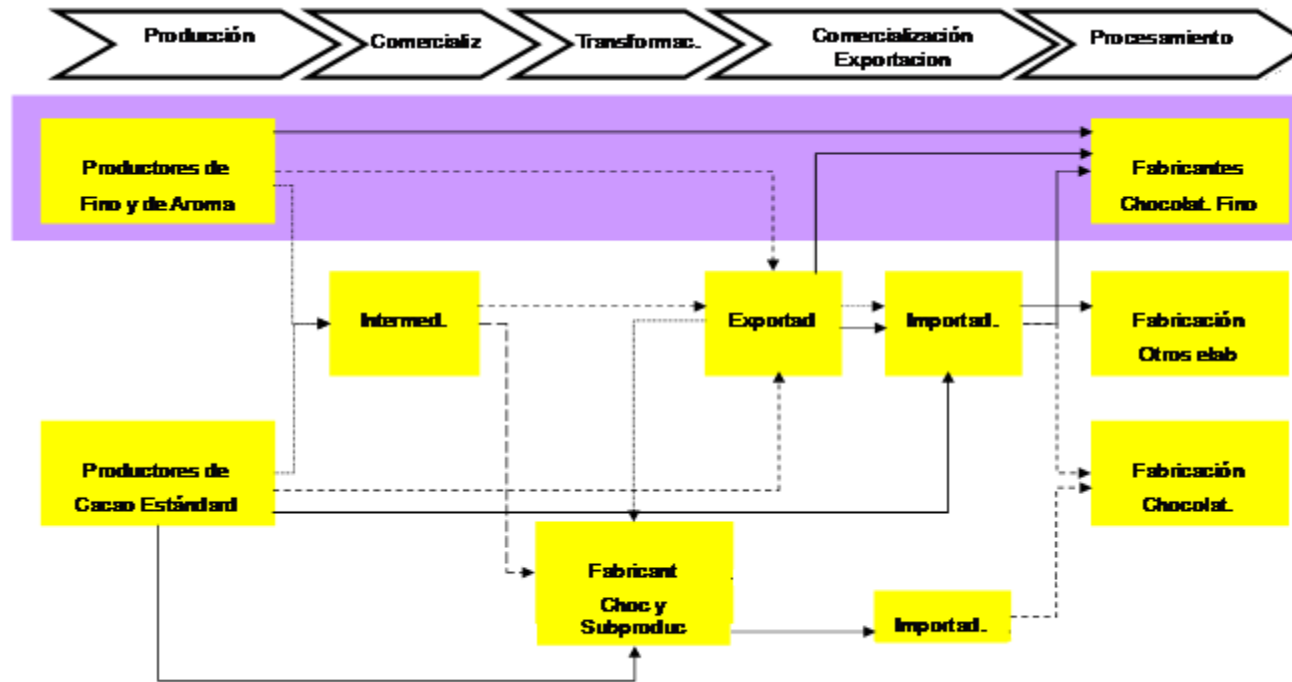


Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Donoso

GRÁFICO No. 10

CANALES DE DISTRIBUCION PARA EL CACAO FINO DE AROMA



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Alexandra Donoso

23. Soluciones para la Cadena de Cacao Arriba

Una vez analizada la cadena presentamos las soluciones en orden de prioridad encontradas a lo largo de la investigación realizada en el presente proyecto:

23.1 Actividades Prioridad 1

- Programa sostenido de enseñanza empresarial para empresarios cacaoteros que les permita desarrollar ciertas destrezas. Manteniendo varios cursos de capacitación, charlas, conferencias, etc.
- Búsqueda de financiamiento para compra: dinero y esquemas de certificación. Utilizando las facilidades que presta el Gobierno Nacional con la Corporación Financiera Nacional (CFN), Banco Nacional de Fomento (BNF) y asesoramiento de varias entidades relacionadas con la producción del Cacao Fino y Aroma.
- Capacitación de productores para mejorar el manejo (productividad). Creando manuales de procedimientos para la producción, cosecha pos cosecha y distribución, para mantener la calidad del Cacao Fino Y Aroma. Para homogenizar la producción.
- Fortalecimiento de gremios de productores. Generando recursos, formando pequeñas asociaciones que a su vez sean regidos por los gremios.

23.2 Actividades Prioridad 2

- Planificación y seguimiento de la producción (desarrollo de una metodología de proyecciones y generación de capacidad local)
- Aumento de conocimiento ventajas de certificar

23.3 Actividades Prioridad 3

- Aumentar área (certificación y asistencia técnica)
- Incentivar procesos de certificación a nivel del productor

23.4 Actividades Prioridad 4

- Proceso de capacitación: intercambio entre clientes y productores (conocimiento mutuo y los procesos productivos)
- Promover alianzas entre productores organizados y exportadores (manejo de calidad a través de incentivos de mercado y precio)

23.5 Actividades prioridad 5

- Intercambio de información de clientes entre productores y exportadores para poder apoyarse mutuamente en abrir mercados: por ejemplo para la participación en ferias comerciales. Que se puedan hacer misiones comerciales internas y también a nivel internacional: misiones comerciales

24. Lineamientos Generales a Seguir

Los lineamientos para el desarrollo de una estrategia para el sector se basan en posibles actividades a incluirse. Basándonos principalmente en la identificación y priorización de actividades.

Las actividades pueden ser agrupadas en cuatro líneas de acción:

- Fortalecimiento de la oferta
- Facilitación del acceso a mercados
- Inclusión de prácticas amigables con la biodiversidad
- Apoyo para la exportación

A continuación se plantean las actividades dentro de cada una de las líneas:

25. Fortalecimiento de la Oferta

Dentro de este punto es importante poner esfuerzos en mejorar la productividad de las plantaciones. Para esto, el trabajo coordinado con INIAP y los clientes en la definición de los clones a sembrarse es decisivo. Por otro lado, el establecimiento de viveros de dichos clones y la correcta capacitación en proyecciones y manejo de las plantas es imprescindible. Se debe definir un sistema de aseguramiento de renovación de las plantaciones de los socios pronosticando las metas comerciales que se tienen planteadas.

Todo esto debe ser acompañado de una adecuada capacitación en manejo de las plantaciones para que en efecto resulte en el objetivo final: el mejoramiento de la productividad.

El otro punto que necesita atención es el mejoramiento de la calidad. Para esto es importante asegurar la infraestructura correcta para el proceso pos cosecha (principalmente fermentación, secado y bodegaje). Por otro lado, la capacitación en estos temas junto con sistemas de trazabilidad será un paso importante para la consecución del objetivo. El manejo separado de variedades (nacional y CCN51) es un tema que tendrá trascendencia para todos los actores de la cadena puesto que permitirá retomar y mejorar la imagen del cacao ecuatoriano. Es importante difundir este concepto y trabajar junto con Anecacao (quien es el encargado de otorgar el certificado de calidad para la exportación) en evitar exportaciones con mezcla de variedades. Esto tiene soporte en el Acuerdo Ministerial 060 firmado por el Ministerio de Agricultura ecuatoriano el 5 de julio de 2005, en donde se lo prohíbe totalmente

Por otro lado, es necesario facilitar el flujo de información y cooperación entre los eslabones de la cadena. Para esto se sugiere continuar con el trabajo coordinado entre las instituciones de apoyo y las continuas reuniones de la cadena en donde se plantean los temas sectoriales. Un ejemplo importante de esto es el Consejo Consultivo del Cacao, conformado por los actores más relevantes del sector. Por otro lado, se debe buscar una estrategia de inclusión de los intermediarios como miembros activos del desarrollo de la cadena y establecer alianzas productor-exportador.

Se requiere capacitar, sobre todo a las asociaciones, en temas empresariales para que puedan alcanzar un desarrollo sostenible y sostenido. Para esto, se debe fomentar el fortalecimiento organizacional y plantear un sistema sostenido de enseñanza. Los temas más importantes a tomar en cuenta son: liderazgo, contabilidad, costeo, técnicas de negociación, trámites de exportación, análisis de riesgos, servicio al cliente, lenguaje de mercado, entre otros.

Las certificaciones además de mostrar que resultan directamente en beneficios de ingresos para los productores, han sido maneras rápidas y seguras de concientizar sobre la conservación del medio ambiente, desarrollo social, de implementación de sistemas de control y de organización. Por esto, se recomienda continuar con el co-financiamiento y apoyo para certificar más plantaciones (que muchas veces sin apoyo parece un proceso inaccesible y frustrante para las asociaciones) y capacitar a los agricultores sobre las diferentes opciones de certificación.

Por último, se debe aclarar que el cacao de los productores agremiados tiene ya mercado.

Sin embargo, la demanda existe y está en crecimiento. Por ello, es inminente tomar las siguientes acciones: aumentar la productividad de las plantaciones de las asociaciones organizadas, incrementar el número de socios en dichas asociaciones, identificar otras asociaciones, fortalecer y apoyar para garantizar los volúmenes, la calidad y la infraestructura (centros de acopio) mínima a las “nuevas” asociaciones.

26. Facilitación del Acceso a Mercados

Muchas veces, las asociaciones no pueden vender su cacao de buena calidad a mercados adecuados porque no existe el capital de compra inicial para convencer a sus socios de los beneficios a largo plazo. Para mejorar el acceso a dichos mercados, se deben encontrar maneras de financiar los capitales. Por otro lado, se debe establecer, documentar y difundir una metodología de proyección de cosecha para poder hacer ofertas reales a los clientes. Más allá, se requiere facilitar la retroalimentación de los clientes hacia los productores para corregir posibles problemas que se presenten.

La protección de la marca del cacao “arriba” es inminente para garantizar su posicionamiento en el mercado internacional y conservar a largo plazo los beneficios que trae al país. Así, se debe trabajar tanto en la parte legal, como en la creación del contexto (investigación técnica, asociatividad, normativa, verificación), en la difusión y la promoción del cacao ecuatoriano fino de aroma. Por otro lado, se debe dar continuidad al proyecto de identificación de los sabores de las distintas zonas de producción de cacao del Ecuador, para que constituya una herramienta de mercadeo y fortalezca el concepto de que el cacao ecuatoriano es único y tiene como destino la industria gourmet más exclusiva del mundo.

27. Inclusión de Prácticas con la Diversidad

Las recomendaciones metodológicas para este punto se encuentran detalladas dentro de las consideraciones ambientales de este documento. En resumen, se plantea evaluar las prácticas actuales de los sistemas de producción de cacao arriba en el Ecuador relacionadas con el ambiente y determinar cuáles de ellas lo benefician. Esto será sistematizado, divulgado y se sugiere que forme parte de las capacitaciones sostenidas dentro del sector.

28. Apoyo a la Exportación

De inicio, se deben tener claras las capacidades (empresarial y de oferta) de cada empresa participante. Con cada una se deben determinar planes de trabajo que permitan alcanzar metas anuales de exportación. Si bien, en muchos casos, la búsqueda de mercados no es necesaria a corto plazo, el establecimiento de alianzas permitirá asegurar los mercados en el mediano y largo plazo. Es importante trabajar en conseguir alianzas con clientes que estén comprometidos con el desarrollo económico y social de las organizaciones productoras a cambio de una oferta sostenida de cacao especial y de alta.

Por otro lado, dentro de los planes de apoyo se debe facilitar la capacitación en temas determinados como necesarios por las empresas y el flujo de información cliente-vendedor para irse adaptando a las nuevas tendencias del mercado. Dentro de esta línea estratégica entra también la preparación de otras

organizaciones existentes que puedan fortalecerse para convertirse en ofertantes organizados de cacao de calidad.

Para lograr un apoyo sostenido a las exportaciones con una política de incentivo por parte del Gobierno a las importaciones mediante financiamiento, exoneración tributaria, bienes de capital, insumos

CONCLUSIONES

- La producción del Ecuador representa alrededor del 25% de la demanda insatisfecha de Alemania. Por lo tanto la capacidad productiva del Ecuador es importante como para captar el mercado Alemán.
- Alemania se muestra como un mercado potencial en el tiempo, pues su consumo per cápita crecerá en un 62.5% en los 10 últimos periodos.
- El Cacao Fino y Aroma del Ecuador cumple con los standeres internacionales, sin embargo la producción cada vez mayor del cacao CCN51 (Cacao Híbrido) dificulta al mercado Alemán toda vez que muchos exportadores mezclan en sus exportaciones estas variedades.
- El proceso productivo del Caca Fino y Aroma no está altamente tecnificado lo que reduce su productividad y hace que el sector pierda competitividad
- La cadena de distribución del Cacao Fino y Aroma beneficia a los acopiadores no a los productores, son los primeros los que se llevan el margen, por lo tanto los productores no reciben un incentivo por ello.
- La sustentabilidad del proceso productivo de Cacao Fino y Aroma y de sus mercados potenciales depende de la capacidad de los productores de mejorar sus procesos a través de una estrategia Público – Privada que permita el mejoramiento de la productividad y calidad.

RECOMENDACIONES

- Es importante realizar ruedas de negocios entre productores ecuatorianos y comercializadoras Alemanas impulsadas por el Estado para que se incremente la actividad comercial con ese país.
- Los productores ecuatorianos deben fortalecer el nicho de mercado, para lo cual deben seguir la tendencia de este mercado: hábitos de consumo, preferencias entre otras.
- Debe existir una fuerte Política pública que impulse la producción de Cacao Fino y Aroma y que evite que al mercado Internacional lleguen mezclas de productos que perjudiquen a los productores de Cacao Fino y Aroma.
- Generar una política de fomento para la tecnificación del proceso productivo, líneas de crédito, capacitación.
- Fomentar la asociatividad entre los pequeños productores y dar líneas de crédito blandas que permita que estos, organizados puedan exportar directamente el Cacao Fino y Aroma.
- Se requiere que el sector Público y Privado junte esfuerzos para: fortalecimiento de la oferta, acceso a los mercados y apoyo a la exportación.

Anexo 2.

NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 175

Cacao en grano – Ensayo de corte

1 OBJETO

1.1 Esta norma tiene por objeto establecer el método para realizar el ensayo de corte en una muestra de cacao en grano.

2 PREPARACIÓN DE LA MUESTRA

2.1 Se mezcla cuidadosamente la muestra para ensayo, obtenida según la norma INEN 177 y, mediante reducciones sucesivas, aplicando un procedimiento de cuarteo o un aparato adecuado, se obtiene una muestra representativa de 500 gramos de cacao.

3 PROCEDIMIENTO

3.1 Se cortan los 500 gramos longitudinalmente por la mitad, de tal manera que quede expuesta la máxima superficie de los cotiledones. Se examina visualmente las dos mitades de cada grano a plena luz del día o bajo una luz artificial equivalente.

3.2 Se cuenta separadamente, el número de granos correspondientes a cada tipo de defecto, de acuerdo con los criterios establecidos en la respectiva Norma de clasificación (INEN 176).

3.3 Cuando un grano presente más de un defecto, se considerará una sola vez con respecto al orden establecido en la norma de clasificación y requisitos.

4 INFORME DE RESULTADOS EXPERIMENTALES

4.1 En el informe de resultados experimentales, deberá indicarse el porcentaje de granos defectuosos correspondiente a cada tipo de defecto considerado, calculado con respecto a los 500 gramos examinados.

4.2 Debe indicarse, además, el método y cualquier condición no especificada por esta Norma que pueda haber influido sobre los resultados.

4.3 Debe incluirse todas las indicaciones necesarias para la completa identificación de la muestra.

APÉNDICE Z

Z.1 NORMAS A CONSULTAR

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 176:2003 Cacao en grano.

Requisitos

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 177:1987 Cacao en grano.

Muestreo

Z.2 BASES DE ESTUDIO

Recomendación ISO R. 1114. Cocoa Beans Cut Test

Internacional Organization for Standarization, Suiza 1969 *Estudio sobre la Normalización del Cacao en el Ecuador*

Ing. Vicente Illingworth C. Instituto Ecuatoriano de Normalización, Quito, febrero 1973.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

La primera revisión de la INEN 175 fue estudiada por el Subcomité Técnico: Cacao en grano y aprobada por este en 1986/12/11.

Formaron parte del Subcomité Técnico las siguientes personas:

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Ing. Juan Ramírez	Programa Nacional del Cacao - MAG
Ing. Nicolás Fuentes Morla	Programa Nacional del Cacao - MAG
Econ. Gonzalo Varas	MICIP
Srta. Martha Ledesma	Inedeca
Dr. Jorge Sotomayor	Sector industrial
Ing. Hermul Níkel	Sector industrial
Sr. Miguel Marchán	Agroin S. A.
Econ. Pablo Garaycoa	Lafeica
Sr. Luis Paulson Amador	Procoa C. A.
Econ. Juan Cevallos C.	Corp. Bolsa Nacional de Productos Agropecuarios
Sr. José Ordoñez	Asociación de Cacaoteros del Ecuador
Agr. Víctor Chacón	Asociación de Cacaoteros del Ecuador
Sr. Benigno Robles A.	Asociación de Cacaoteros del Ecuador
Sr. Alejandro Orellana	Cafeica
Sr. Vincent Zeller	Granex

Ing. Miguel Barcia	Coexba
Lcdo. Johnny Arévalo	Corroa
Ing. Galo Serrano	Almaco
Sr. Fernando Martínez	Colcacao
Dra. Leonor Orozco L.	INEN

La Norma INEN 175 (Primera Revisión) fue aprobada por el Consejo Directivo del Instituto Ecuatoriano de Normalización en sesión de 1986-12-18.

El señor Ministro de Industrias, Comercio, Integración y Pesca autorizó y oficializó esta Norma con el carácter de OBLIGATORIA Y EMERGENTE, mediante Acuerdo Ministerial N° 47 de 1987-01-16, publicado en el Registro Oficial N° 620 de 1987-02-06.

Anexo 3.

NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 176

Cacao en grano – Requisitos

1 OBJETO

1.1 Esta norma establece la clasificación y los requisitos de calidad que debe cumplir el cacao en grano beneficiado y los criterios que deben aplicarse para su clasificación.

2 ALCANCE

2.1 Esta norma se aplica al cacao beneficiado, destinado para fines de comercialización.

3 DEFINICIONES

3.1 Cacao en grano. Es la semilla proveniente del fruto del árbol *Theobroma cacao* L.

3.2 Cacao beneficiado. Grano entero, fermentado, seco y limpio.

3.3 Grano defectuoso. Se considera como grano defectuoso a los que a continuación se describen:

3.3.1 Grano mohoso. Grano que ha sufrido deterioro parcial o total en su estructura interna debido a la acción de hongos, determinado mediante prueba de corte.

3.3.2 Grano dañado por insectos. Grano que ha sufrido deterioro en su estructura (perforaciones, picados, etc.) debido a la acción de insectos.

3.3.3 Grano vulnerado. Grano que ha sufrido deterioro evidente en su estructura por el proceso de germinación, o por la acción mecánica durante el beneficiado.

3.3.4 Grano múltiple o pelota. Es la unión de dos o más granos por restos de mucílago.

3.3.5 Grano negro. Es el grano que se produce por mal manejo poscosecha o en asocio con enfermedades.

3.3.6 Grano ahumado. Grano con olor o sabor a humo o que muestra signos de contaminación por humo.

3.3.7 Grano plano vano o granza. Es un grano cuyos cotiledones se han atrofiado hasta tal punto que cortando la semilla no es posible obtener una superficie de cotiledón.

3.3.8 Grano partido (quebrado). Fragmento de grano entero que tiene menos del 50% del grano entero.

3.4 Grano pizarroso (pastoso). Es un grano sin fermentar, que al ser cortado longitudinalmente, presenta en su interior un color gris negruzco o verdoso y de aspecto compacto.

3.5 Grano violeta. Grano cuyos cotiledones presentan un color violeta intenso, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

3.6 Grano ligeramente fermentado. Grano cuyos cotiledones ligeramente estriados presentan un color ligeramente violeta, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

3.7 Grano de buena fermentación. Grano fermentado cuyos cotiledones presentan en su totalidad una coloración marrón o marrón rojiza y estrías de fermentación profunda. Para el tipo CCN51 la coloración variará de marrón a marrón violeta.

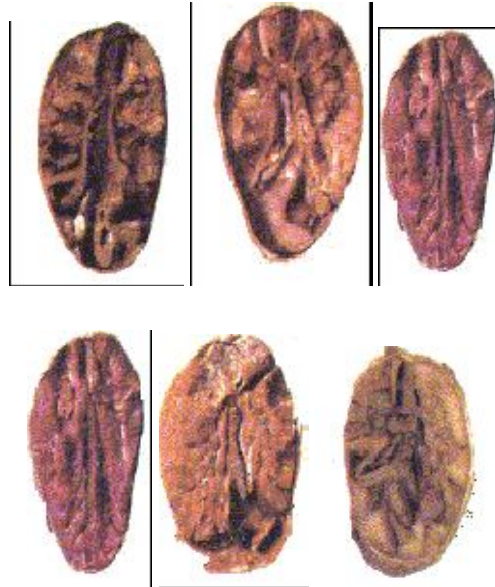
3.8 Grano infestado. Grano que contiene insectos vivos en cualquiera de sus estados biológicos.

3.9 Grano seco. Grano cuyo contenido de humedad no es mayor de 7% (cero relativo).

3.10 Impureza. Es cualquier material distinto a la almendra de cacao.

3.11 Cacao en baba. Almendras de la mazorca del cacao recubiertas por una capa de pulpa mucilaginosa.

3.12 Fermentación del cacao. Proceso a que se somete el cacao en baba, que consiste en causar la muerte del embrión, eliminar la pulpa que rodea a los granos y lograr el proceso bioquímico que le confiere el aroma, sabor y color característicos.



4 CLASIFICACIÓN

4.1 Los cacaos del Ecuador por la calidad se clasifican de acuerdo a lo establecido en la tabla 1.

5 REQUISITOS

5.1 Requisitos específicos.

5.1.1 El cacao beneficiado debe cumplir con los requisitos que a continuación se describen y los que se establecen en la tabla 1.

5.1.2 El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7% (cero relativo), el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173.

5.1.3 El cacao beneficiado no deberá estar infestado.

5.1.4 Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no deberá exceder del 1% de granos partidos.

5.1.5 El cacao beneficiado deberá estar libre de: olores a moho, ácido butírico (podrido), agroquímicos, o cualquier otro que pueda considerarse objetable.

5.1.6 El cacao beneficiado, deberá sujetarse a las normas establecidas por la FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites de recomendación de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes.

5.1.7 El cacao beneficiado deberá estar libre de impurezas

TABLA 1. Requisitos de las calidades del cacao beneficiado

REQUISITO	UNI DAD	CACAO ARRIBA					CCN- 51
		ASSPS	ASSS	ASS	ASN	ASE	
Cien granos pesan	g	135- 140	130- 135	120- 125	110- 115	105- 110	135- 140
Buena fermentación (mínimo)	%	75	65	60	44	26	65***
Ligera fermentación * (mínimo)	%	10	10	5	10	27	11
Total Fermentado Mínimo	%	85	75	65	54	53	76
Violeta máximo	%	10	15	21	25	25	18
Pizarroso/pastoso (máximo)	%	4	9	12	18	18	5
Moho máximo	%	1	1	2	3	4	1
Totales (análisis sobre 100 pepas)	%	100	100	100	100	100	100
Defectuoso (análisis máximo sobre 500 gramos)	%	0	0	1	3	4**	1

ASSPS Arriba Superior Summer Plantación Selecta

ASSS Arriba Superior Summer Selecto

ASS Arriba Superior Selecto

ASN Arriba Superior Navidad

ASE Arriba Superior Época

* Colocación marrón violeta

** Se permite la presencia de granza solamente para el tipo ASE.

*** La coloración varía de marrón violeta

5.2 Requisitos complementarios

5.2.1 La bodega de almacenamiento deberá presentarse limpia desinfectada, tanto interna como externamente, protegida contra el ataque de roedores.

5.2.2 Cuando se aplique plaguicidas, se deberán utilizar los permitidos por la Ley para formulación, importación, comercialización y empleo de plaguicidas y productos afines de uso agrícola (Ley No 73).

5.2.3 No se deberá almacenar junto al cacao beneficiado otros productos que puedan transmitirle olores o sabores extraños.

5.2.4 Los envases conteniendo el cacao beneficiado deberán estar almacenados sobre pallets (estibas).

6 INSPECCIÓN

6.1 Muestreo

6.1.1 El muestreo se efectuará de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 177.

6.1.2 Aceptación o rechazo. Si la muestra ensayada no cumple con los requisitos establecidos en esta norma, se considera no clasificada. En caso de discrepancia se repetirán los ensayos sobre la muestra reservada para tales efectos.

Cualquier resultado no satisfactorio en este segundo caso será motivo para reclasificar el lote.

7 ENVASADO

7.1 El cacao beneficiado deberá ser comercializado en envases que aseguren la protección del producto contra la acción de agentes externos que puedan alterar sus características químicas o físicas; resistir las condiciones de manejo, transporte y almacenamiento.

8 ETIQUETADO

8.1 Los envases destinados a contener cacao beneficiado, serán etiquetados de acuerdo a las siguientes indicaciones:

Nombre del producto y tipo.

Identificación del lote.

Razón social de la empresa y logotipo.

Contenido neto y contenido bruto en unidades del Sistema Internacional de Unidades (SI).

País de origen

Puerto de destino

APÉNDICE

Z.1 DOCUMENTOS NORMATIVOS A CONSULTAR

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 173:1987 Cacao en grano

Determinación de la humedad

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 177:1987 Cacao en grano

Muestreo

Z.2 BASES DE ESTUDIO

Norma Española UNE 34 002:1994. Cacaos. Asociación Española de Normalización y Certificación. AENOR. Madrid, 1994.

Norma Técnica Colombiana NTC 1 252. Cacao. Instituto Colombiano de Normas Técnicas Industrias Alimentarias. Bogotá, 1988.

Norma Cubana NC 87 08:1984. Cacao. Términos y definiciones. Comité Estatal de Normalización. La Habana, 1984.

Norma Cubana NC 87 05:1982. Cacao beneficiado. Especificaciones de calidad. Comité Estatal de Normalización. La Habana, 1982.

International Standard ISO 2451. Cocoa beans specifications.

International Organization for Standardization, Geneva 1973.

Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias. Manual del cultivo del cacao. Quito, 1993.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Documento: NTE INEN 176 (3R)

TÍTULO: CACAO EN GRANO, REQUISITOS

Código: AL.02.06-401

ORIGINAL: Fecha de iniciación del estudio: 19

REVISIÓN: Fecha de aprobación anterior por Consejo Directivo 1995-07-04

Oficialización con el Carácter de Obligatoria por Acuerdo No. 248 de 1995-09-05

Publicado en el Registro Oficial No. 790 de 1995-09-27

Fecha de iniciación del estudio: 2000-10-05

Subcomité Técnico: "CACAO Y PRODUCTOS DE CACAO"

Fecha de iniciación: 2000-10-16 * Fecha de aprobación: 2000-11-13 Integrantes del Subcomité Técnico:

NOMBRES	INSTITUCION PRESENTADA
Ing. Julio César Zambrano	(Presidente) COFINA
Ing. Sergio Cedeño	Amador APROCAFA
Sr. José Sierra Fiallos	REPEC S.A.
Sr. Gonzalo Romero	REPEC S.A.
Sr. Gustavo Rodríguez	INTERCA
Sr. Alejandro Orellana Jara	EXITORE CIA. LTDA.
Eco. José Ampuero Balda	ATLANTIC COCOA
Ing. Askley Delgado	ASDE
Ing. Alfredo Villavicencio	UNOCACE
Sr. René Rodríguez	ANECACAO
Ing. Carlos Elizalde	ANECACAO
Ing. Rosa Pérez	UNOCACE
Ing. Jacinto Velásquez	UNOCACE
Sr. Jaime Zea	INMOBILIARIA GUANGALA
Ing. Freddy Amores	INIAP (PICHILINGUE)
Ing. Eduardo Crespo del Campo	APROCAFA
Sr. Javier Elizalde Romero	CORPEI-GUAYAQUIL
Ing. Lorena Vasquez Gonzales	NESTLE-ECUADOR
Ing. Bolívar Cano (Secretario Técnico)	INEN

Anexo 4.

NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 177:95

Cacao en grano – Muestreo

1 OBJETO.

1.1 Esta norma establece el procedimiento para la toma de muestra del cacao en grano.

2 ALCANCE.

2.1 Lote. Es la cantidad específica de cacao en grano con características similares, que se somete a inspección como un conjunto unitario.

2.2 Muestra. Es un grupo de granos extraído de un lote, que sirve para obtener la información necesaria que permite apreciar una o más características de ese lote, lo cual servirá de base para tomar una decisión sobre dicho lote.

2.3 Muestra elemental. Es la cantidad de granos tomada de una sola vez y de un solo punto del lote determinado.

2.4 Muestra global o total. Es el conjunto de muestras elementales.

2.5 Muestra reducida (porción). Es la cantidad de cacao en grano que se obtiene al reducir de tamaño la muestra global.

2.6 Muestra de laboratorio. Es la cantidad de cacao en grano obtenida de la muestra reducida, que está en condiciones de ser enviada al laboratorio, para en ella efectuar los ensayos correspondientes.

2.7 Muestra de ensayo. Es la parte de la muestra de laboratorio destinada a un análisis o ensayo.

2.8 Nivel de calidad aceptable (AQL). Es el máximo porcentaje defectuoso, o el mayor número de defectos en 100 unidades, que debe tener el producto para que el plan de muestreo de por resultado la aceptación de la mayoría de los lotes sometidos a inspección.

2.9 Nivel de inspección. Es el número que identifica la relación entre el tamaño del lote y el tamaño de la muestra.

2.10 Envase (saco). Es el recipiente que contiene cacao en grano y que está destinado a protegerlo del deterioro, contaminación y a facilitar su manipulación.

2.11 Sacamuestras. Instrumento que se utiliza para extraer el producto de un embalaje.

2.12 Producto granel. El que no está envasado.

3 DISPOSICIONES GENERALES

3.1 Se deberá tomar todo tipo de precauciones para evitar la contaminación del cacao en grano durante el muestreo.

3.2 Las muestras serán identificadas consecutivamente según hayan sido tomadas.

3.3 Las muestras se protegerán contra los cambios en su composición, pérdidas y contaminación por impurezas, etc.

4 MUESTREO.

4.1 Toma de muestras

4.1.1 Si el cacao en grano que se va a muestrear se presenta en envases de distintos tamaños se deberá agrupar en lotes de acuerdo con la capacidad de los envases, es decir, en cada lote deberá haber envases de una misma capacidad.

4.1.2 El número de muestras elementales extraídas completamente al azar, estarán en función de lo indicado en la tabla 1, y serán tomadas en gramos.

4.1.3 Las muestras elementales que en conjunto forman la muestra global, podrán ser de aproximadamente de 100 a 1.000 gramos, las mismas que serán divididas de acuerdo a lo indicado en el numeral

4.4.1., hasta obtener una muestra reducida de 1.500 gramos.

4.1.4 Las muestras en los lotes para producto envasado o empacado se obtendrán realizando un muestreo al azar, para lo cual se enumerarán las unidades del lote, se utilizarán los números aleatorios, y el número de muestras según lo establecido en la tabla 1. En los envases la muestra se obtendrá introduciendo el calador (ejemplo Fig. 1) en un solo punto, este deberá penetrar por lo menos hasta la mitad diagonal el saco, y por lo menos en tres puntos seleccionados al azar, cuando se utilice uno de los caladores que se indican como ejemplo en las figuras 2, 3 y 4.

Cuando por condiciones del sitio de almacenamiento no sea posible movilizar el producto, se podrá muestrear las caras visibles del lote.

Cuando las partes interesadas consideren conveniente se hará un corte longitudinal el mismo que deberá llegar hasta el fondo del lote, con lo cual se tendrá dos caras adicionales para muestrear.

Siempre se utilizará un sistema de muestreo aleatorio, para lo cual el número de muestras elementales establecidos en la tabla 1, serán divididas para el número de caras visibles del lote.

4.1.5 Para muestreo de productos a granel y para obtener una muestra verdaderamente representativa, este deberá efectuarse en el lugar y momento adecuado, que será de preferencia en el momento de la carga, descarga o empaque del producto; cuando no se puedan aplicar los criterios anteriormente indicados, las muestras elementales serán tomadas en forma aleatoria o completamente al azar y a diferentes profundidades, y con uno de los caladores que se indican como ejemplo en las figuras 1 y 5.

El lote de productos a granel se reducirá matemáticamente a sacos de (n) kilogramos y se aplicará la tabla 1.

4.1.6 Cuando el producto esté en movimiento, durante las operaciones de carga y descarga, la toma de unidades de muestreo se hará a base del tiempo que va a durar el producto en movimiento, y se dividirá dicho tiempo para el número de muestras elementales que se deben tomar de acuerdo a lo establecido en la tabla 1. El resultado indica la frecuencia de la extracción. En la figura 6 se indica un ejemplo de muestreado para productos en movimiento.

4.2. Sacamuestras

Dependiendo de la forma de presentación se podrá utilizar:

Calador sacamuestras de compartimiento de doble tubo. Compuesto de dos tubos metálicos concéntricos, ambos con aberturas que coincidan entre sí. El diámetro del tubo interior es ligeramente menor al del tubo exterior, lo cual hace posible la rotación mediante el uso de la manivela.

La forma y dimensiones del calador sacamuestras de compartimiento se indican en el ejemplo de la figura 1.

Sacamuestras de los ejemplos de las figuras 2 a 5, y para productos en movimiento ejemplo figura 6.

4.3. Divisores

Divisor tipo Boerner. Aparato constituido por un alimentador (a) una serie de tubos distribuidores (b) y un recipiente (c). Sirve para distribuir el producto, dividiendo las muestras en dos porciones representativas, y también para homogenizar la muestra haciéndola pasar varias veces por el aparato cuarteador que consta en el ejemplo de la figura 8.

4.4. Reducción por cuarteo.

4.4.1. Tanto para el cuarteo que se efectúe en forma manual o mecánicamente, la cantidad del producto de la recolección de las muestras elementales se mezclará muy bien para tomar la muestra global, para luego dividirla en 4 partes iguales; se eliminarán dos porciones diagonalmente opuestas, las otras dos se

mezclarán de nuevo y se repetirá sucesivamente la operación hasta obtener el tamaño requerido de muestra reducida (1.500 gramos) según lo establecido en el numeral 4.1.3.

4.5. Condiciones posteriores al muestreo.

4.5.1. La muestra reducida (1.500 gramos) se dividirá en tres muestras iguales, destinadas: una al vendedor, otra al comprador para destinarla al laboratorio de análisis y la tercera a la entidad que debe actuar en casos de discrepancia.

4.5.2. La muestra reducida y dividida según se indica en el numeral anterior (4.5.1.) Se distribuirá en recipientes adecuados (envases plásticos, etc.), limpios y secos, que se cerrarán herméticamente, se les pondrá los sellos o firmas de las partes interesadas.

4.5.3. Se deberá suscribir un acta de muestreo que incluya la siguiente información.

- a) Número de la norma INEN de referencia: NTE INEN 177.
- b) Dirección donde se realizó el muestreo.
- c) Lugar y fecha donde se realizó el muestreo (establecimiento, bodega, etc.).
- d) Nombre de la compañía comercializadora del cacao en grano y nombre del comprador.
- e) Nombre comercial del cacao en grano (clasificación-tipo, nombre científico).
- f) Número de lote.
- g) Capacidad de los envases del lote, o cantidad a granel.
- h) Número de envases y/o empaques muestreados.
- i) Tamaño de la muestra en gramos del cacao en grano muestreado.
- j) Observaciones sobre condiciones en que se encuentra el cacao en grano.
- k) Nombre y firma de la persona que realizó el muestreo.
- l) Nombre y dirección de las partes interesadas.

4.5.4. La muestra (500 gramos) destinada al análisis deberá enviarse al laboratorio tan pronto como se haya tomado, si no es posible hacer esto, se deberá guardar de tal modo que no se altere la calidad del cacao en grano, el tiempo que dure guardado no deberá ser mayor de 15 días. Las dos muestras restantes se almacenarán por el término de 30 días para efectos de discrepancia entre los interesados, y en condiciones que no afecte la calidad del cacao en grano.

Figuras de sacamuestras y divisores.

Figura 1. Sacamuestras con compartimientos.

Figura 2. Sacamuestras abierto.

Figura 3. Sacamuestras abierto.

Figura 4. Calador tipo saco

Figura 5. Pala de mano.

Figura 6. Muestreador para producto en movimiento.

Figura 7. Divisor de muestras tipo Boerner.

Figura 8. Cuarteador.

Apéndice Z

Z.1. Documentos normativos a consultar

No requiere de otros documentos normativos para su aplicación.

Z.2. Bases de estudio

Norma Colombiana ICONTEC 1252. Industrias alimentarias. Cacao.

Bogotá. 1988.

Norma Cubana NC 87-05.1987. Cacao beneficiado. Especificaciones de calidad.

La Habana, 1982.

Norma Ecuatoriana INEN 255: 1976. Control de calidad. Procedimientos de muestreo y tablas para la inspección por atributos. Quito, 1976. *International*

Standard ISO 950. Cocoa beans sampling. Geneva, 1973.

Datos proporcionados por varias empresas en la fase de estudio al nivel de campo.

Anexo 5.



Ministerio de Agricultura y Ganadería
Despacho del Ministro

DEL CONSEJO
CONSULTIVO DEL
CACAO

ACUERDO MINISTERIAL No. 070

EL MINISTRO DE AGRICULTURA Y GANADERIA

CONSIDERANDO

Que, el cacao constituye el producto agrícola de mayor incidencia en la Historia Nacional del Ecuador por sus connotaciones de antigüedad y su contribución al desarrollo social, económico y político.

Que, el incremento de la superficie del cultivo a través de los siglos fue el factor preponderante para la formación de los pueblos y su identidad con la región del litoral, la subregión andina y la región amazónica ecuatoriana.

Que, el prestigio histórico del cacao ecuatoriano fino y de aroma se han manifestado en su sabor insuperable por lo que es reconocido en todo el mundo, especialmente por la Organización Internacional del Cacao "IICO" y demás organismos nacionales e internacionales.

Que, el auge del cultivo propició la bonanza económica de la región y a la fundación de las primeras instituciones privadas de crédito que contribuyeron al financiamiento de importantes obras nacionales y otras de carácter particular.

Que, la función social del cacao involucra a 147.000 agricultores que cultivan 365.000 hectáreas y adicionalmente todos los beneficios de la cadena en las actividades industriales y de exportación.

ACUERDA:

Artículo 1.- Declarar al Cacao como **PRODUCTO SÍMBOLO DEL ECUADOR**, decisión del Ministerio de Agricultura y Ganadería y como una acción de gratitud y justicia a tan noble producto.

Artículo 2.- Brindar como Ministerio de Agricultura y Ganadería todo el apoyo para el fomento de la producción, comercialización y exportación del CACAO.

Este Acuerdo entrará en vigencia a partir de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

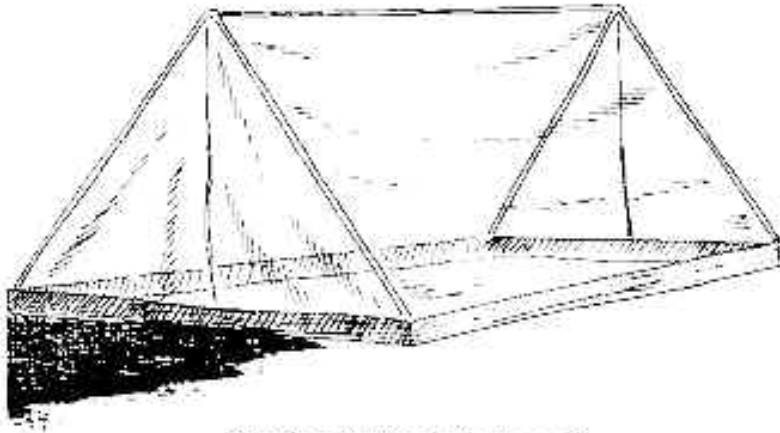
Dado en el Despacho Ministerial, en la ciudad de Quito, a los veinte y dos días del mes de julio del año 2006.

Comuníquese y publíquese.

Ing. Agr. Pablo Nisco Pastor
MINISTRO DE AGRICULTURA Y GANADERIA

UN NUEVO AMANECER PARA LA AGRICULTURA

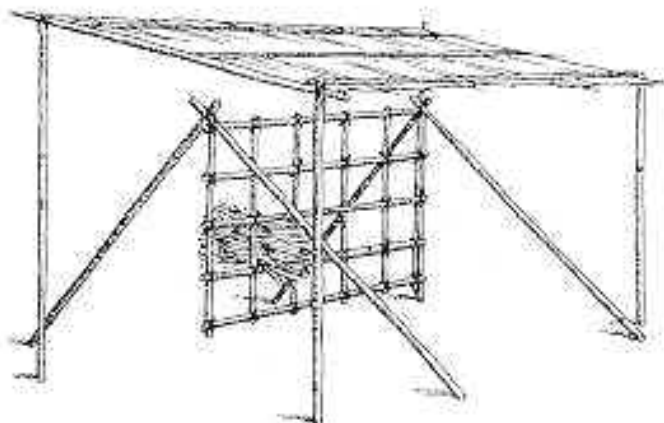
Anexo 6.



Secadora tipo tienda de campaña

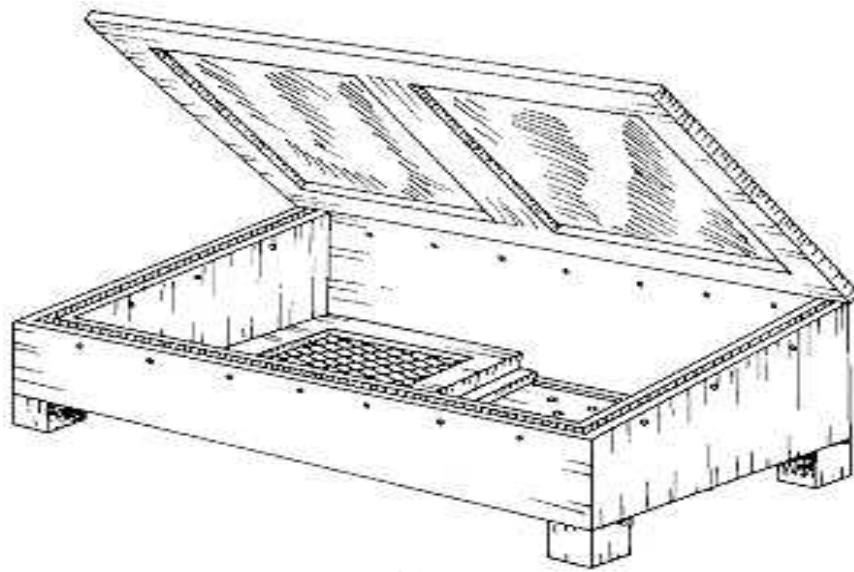


Secadora provista de bandeja corrediza

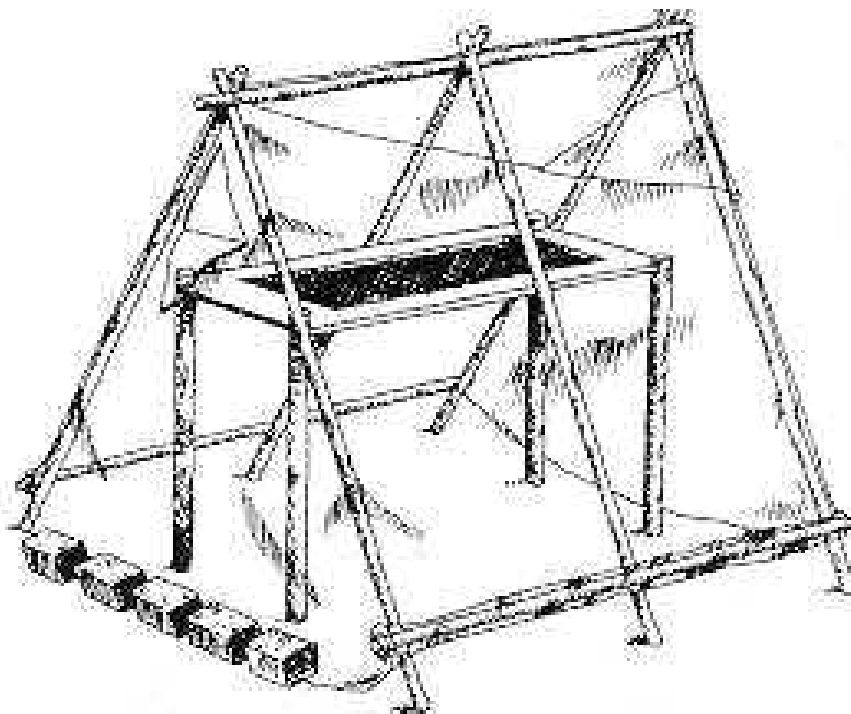


Secado bajo un techo protector

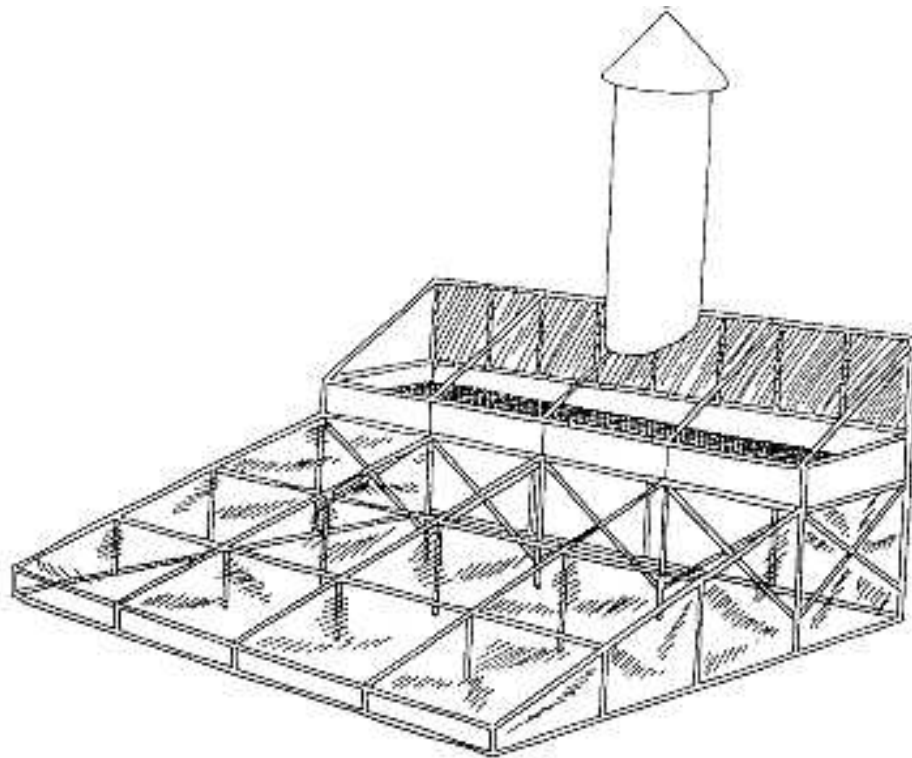
Anexo 7.



Anexo 8.



Anexo 9.



Anexo 10



BIBLIOGRAFÍA

- Antecedentes formales del contrato de consultoría presentes en los Términos de Referencia.
- Wikipedia.
<http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>
- ICCO: Internacional Cocoa Organization:
<http://www.icco.org/>
- Breve historia del cacao en el Ecuador, Dr. Jorge Soria Vasco
- Estudio Levantamiento Estadísticas 2008 CORPEI
- FAOStat:
<http://faostat.fao.org>
- Informe Levantamiento Estadístico Cacao 2008 CORPEI
- Estadísticas de Exportaciones Banco Central
- Estadísticas de Exportaciones de ANECACAO Dic. 2008.
- La Cadena del Cacao en Colombia
- Estudio realizado por el Convenio Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador (MAG) y The Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA), Levantamiento Estadísticas Corpei 2008
- Estudio de Rosero, J., del año 2002
- Diario El Comercio, Ecuador, 21 de Noviembre 2008
- COMTRADE:
<http://www.trademap.org/>
- El INIAP (Freddy Amores)
- UNCTAD:
<http://www.unctad.org/Templates/StartPage.asp?intltemID=2068&lang=3>
<http://www.nuestratele.tv/content/once-paises-latinoamericanos-crean-asociacion-exportadores-cacao-fino>
- The 2006-2011 World Outlook for Chocolate and Chocolate-Type Confectionery Products Made from Purchased Chocolate Excluding Products Retailed at Manufacturing Establishment de ICON Group International, Inc. Fuente:
<http://www.gastronomiaperu.com/noticias/detalles.php?d=5188>
- Estudio Situación del Cacao en RAE realizado por GTZ
- Estudio Plan Comercialización Eguiluz
- Banco Mundial- Countries: Ecuador

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/LACEXT/ECUADOREXTN/0,,menuPK:325122~pagePK:141159~piPK:141110~theSitePK:325116,00.html>

- World Bank, Ecuador at-a-glance
http://devdta.worldbank.org/AAG/ecu_aag.pdf
- International Monetary Fund: Ecuador country data
<http://www.imf.org/external/country/ECU/index.htm>
- Cocoa de Arriba Ecuador
<http://www.ecuadorcocoaarriba.com/eng/chain-cocoa-arriba-ecuador-iniciativas.php>
- CORPEI
www.corpei.org
- INIAP
<http://www.iniap-ecuador.gov.ec/>
- SICA
http://www.sica.gov.ec/cadenas/cacao/docs/reportes_especiales.htm
- MAGAP
<http://www.mag.gov.ec/>
- ANECACAO
<http://www.anecacao.com/>
- GTZ
<http://www.gtz.de/en/weltweit/lateinamerika-karibik/629.htm>
- ACDI/ VOCA
<http://www.acdivoca.org/>