

1-1-2016

## **Características generales de la estructura y dinámica en la cadena del cacao en Colombia 2005-2015**

Alex Quijano Rivas  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_agronegocios](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_agronegocios)

---

### **Citación recomendada**

Quijano Rivas, A. (2016). Características generales de la estructura y dinámica en la cadena del cacao en Colombia 2005-2015. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_agronegocios/141](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_agronegocios/141)

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Agropecuarias at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Agronegocios by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

**“CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ESTRUCTURA Y  
DINÁMICA EN LA CADENA DEL CACAO EN COLOMBIA”  
2005-2015**



**Autor:** Alex Quijano Rivas Cod. 12101006

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS  
BOGOTÁ D.C  
2016**

**“CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ESTRUCTURA Y DINÁMICA EN LA  
CADENA DEL CACAO EN COLOMBIA”  
2005-2015**

**Autor:** Alex Quijano Rivas

Trabajo de grado para optar al título de  
Administrador de Empresas Agropecuarias

**Director:** Wilson Vergara Vergara

UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS  
BOGOTÁ D.C

2016

“Ni la universidad, ni los jurados ni el  
Director, son responsables de las  
Ideas propuestas por los graduados”

**Artículo 95. Párrafo 1 Reglamento Estudiantil**

**Nota de aceptación.**

---

---

---

---

---

---

**Firma del jurado.**

---

**Firma del jurado.**

**Bogotá. 2016.**

## **DEDICATORIA**

*A la vida por haberme permitido llegar hasta este momento con salud y así poder lograr un objetivo más, a mi Madre Amparo Rivas y mi hermano Javier Quijano por ser los pilares fundamentales en todo lo que soy como persona, por su ánimo y su cariño, por su atención en mi formación académica y especialmente por el apoyo incondicional que me brindaron para la realización de este proyecto y llegar a un feliz término de mi carrera como profesional.*

*A la Universidad de la Salle y sus profesores por compartir sus concomimientos dentro y fuera de la institución, porque han sido soporte y compañía por medio de sus docentes durante todo el proceso formativo como profesional, que se resume en satisfacciones académicas, además de su infinita bondad y amabilidad.*

*A mi director de tesis, El profesor, Wilson Vergara por sus consejos y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda concluir mis estudios con éxito.*

***Alex Quijano Rivas***

## **DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD**

Rector

Hno. CARLOS GABRIEL GÓMEZ R.

Vicerrector Académico

Hno. CARLOS ENRIQUE CARVAJAL C.

Vicerrector de Promoción  
y Desarrollo Humano

Hno. FRANK LEONARDO RAMOS B.

Vicerrector Administrativo

Dr. EDUARDO ANGEL REYES

Vicerrector de Investigación  
y Transferencia

Dr. LUIS FERNANDO RAMIREZ.

Decana Facultad de Ciencias Agropecuarias

Dra. CLAUDIA AIXA MUTIS B.

Directora del Programa de Administración de  
Empresas Agropecuarias

Dra CLAUDIA PATRICIA ALVAREZ O.

## **RESUMEN**

La Universidad de La Sallé con sus estudiantes de pregrado adelantan la caracterización y organización de los datos, información y actualización de los datos históricos de las Agro cadenas en Colombia, con el objetivo de continuar el proceso llevado a cabo por el Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural en su Observatorio de agro cadenas de Colombia. En este proyecto de grado se trabajó específicamente con la Agro cadena de Cacao en Colombia, proporcionando una base de datos, que será puesta en el mismo observatorio de agro-cadenas de Colombia por parte de la Universidad de la Sallé para las personas en general e interesadas en el tema puedan revisar un documento actualizado; con la función de dar bases a la generación de mayor conocimiento, que de una perspectiva y una visión global de las características específicas de esta cadena, la relación entre cada uno de sus eslabones. Su comportamiento a nivel internacional y su desempeño general en el territorio nacional.

Se realizó una consulta literaria, de diferentes fuentes secundarias: documentos, informes, páginas web, noticias y libros de entidades públicas y privadas, que ofrecen información verídica y confiable. Este trabajo consta de la parte teórica en cuanto a la situación general de la Agro cadena del cacao; la cual se subdivide en tres partes principales, una visualización general del cacao a nivel mundial, otra focalizada en el mercado nacional, y una tercera en la que se desglosan los componentes de la Agro cadena para llevar a cabo su caracterización, en la cual se especifican las características generales y situacionales de la cadena.

Por lo anterior y como resultado final, con la recolección de la información se concluyen puntos clave en torno al Cacao y una actualización documental de su comportamiento en el mercado durante los últimos 10 años, en los que se publicó un documento que incluyera toda esta información.

***Palabras claves:*** Caracterización, Mercado, Producción de Cacao.



## **ABSTRACT**

The University of La Salle through its observatory for Agro chains in Colombia advance the characterization and organization of data, information and update the historical data of Agro chains in Colombia. In this graduation project, we worked with the Agrocadena of Cocoa in Colombia, providing a database, which will be placed in the same observatory for agro-chains in Colombia by the University of La Salle, for the people in general and interested in the subject can review an updated document; with the function of providing bases, generating greater knowledge, that of a perspective and an overview of the specific characteristics of this chain, the relationship between each of the links. His behavior at international level and their overall performance in the country.

documents, reports, web pages, news and books of public and private entities that provide accurate and reliable information: a literary consultation was made it, different secondary sources was conducted. This work consists of the theoretical part as to the general situation of the cocoa's Agro chain; which is divided into three main parts, a general display of cocoa globally, another focused on the domestic market, and a third in which the components of the Agrocadena are broken down to carry out its characterization, which are specified the general and situational characteristics of the chain.

For this reason and as a final result, with the collection of key information points around Cocoa and documentary update their behavior in the market over the past 10 years, in a document containing all this information it was published are concluded.

**Keywords:** characterization, market, Cacao Production.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>II. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>15</b>
<b>III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>16</b>
<b>IV. OBJETIVOS.....</b>	<b>16</b>
<b>objetivo general .....</b>	<b>16</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>16</b>
<b>V. JUSTIFICACION.....</b>	<b>17</b>
<b>1. MARCO TEORICO.....</b>	<b>18</b>
1.3. Cadena de valor cacao .....	20
<b>2. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>23</b>
2.1. Agro cadena .....	23
2.2. El Cacao .....	23
2.2.1. Agro cadena de cacao .....	24
2.3. Eslabones .....	25
<b>3. MARCO GEOGRAFICO .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1. República de Colombia.....</b>	<b>25</b>
3.2. Clima.....	27
3.3. Ventajas de la ubicación geográfica de Colombia .....	27
3.4. Infraestructura .....	27
<b>4. DISEÑO METODOLOGICO .....</b>	<b>28</b>
<b>4.1. Tipo de investigación .....</b>	<b>28</b>
4.1.1. Investigación descriptiva .....	28
<b>4.2. METODO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>29</b>
4.2.1. Método deductivo .....	29
<b>4.3. HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION.....</b>	<b>29</b>
4.3.1. Fuentes secundarias .....	29
4.3.2. CADIAC .....	30
<b>5. DESARROLLO.....</b>	<b>30</b>

<b>5.1. CONTEXTO INTERNACIONAL .....</b>	<b>30</b>
5.1.1. Producción mundial .....	30
5.1.2. Consumo Mundial de Cacao .....	32
5.1.3. Consumo .....	32
5.1.4. Comercio.....	33
5.1.5. Convenios e instituciones internacionales .....	34
5.1.6. Institucionalidad internacional.....	36
La organización internacional del Cacao .....	36
<b>5.2. CONTEXTO NACIONAL.....</b>	<b>38</b>
5.2.1. Producción nacional.....	38
5.2.2. Regulación de la contribución parafiscal .....	42
5.2.3. Demanda de Cacao en Colombia.....	44
5.2.4. Demanda (Compra) de Cacao por parte de Casa Luker y Nutresa .....	44
5.2.5. Evolución de los precios medios de compra de Cacao .....	46
5.2.6. Comercio Exterior de la Cadena del Cacao.....	48
<b>6. ESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA AGRO CADENA DEL CACAO EN COLOMBIA. ....</b>	<b>52</b>
<b>6.1. El cacao en Colombia.....</b>	<b>52</b>
<b>6.2. Agro cadena del cacao .....</b>	<b>53</b>
<b>6.3. La estructura de la Agro cadena cacao en Colombia .....</b>	<b>54</b>
6.3.1. Eslabones .....	55
6.3.4. Eslabón industrial o terciario .....	61
6.3.5. Entorno organizacional .....	63
6.3.6. Entorno Institucional.....	64
<b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>67</b>
<b>8. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>70</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Cuadro geográfico de Cundinamarca.....	25
<b>Tabla 2.</b> Compañías y Organizaciones relacionadas con la ICCO .....	37
<b>Tabla 3.</b> Producción de Cacao por Departamento, Toneladas y Participación, 2000 y 2011. ....	39
<b>Tabla 4.</b> Principales Municipios Productores de los Mayores Productores de Cacao en Colombia, Año 2011.....	41
<b>Tabla 5.</b> Participación de los Parafiscales a nivel Departamental, 2000 – 2011.....	42
<b>Tabla 6.</b> Correlación entre Producción y Parafiscales, por departamento (2000 - 2010) .....	43
<b>Tabla 7.</b> Participación de la Compra de Cacao por parte de Casa Luker y Nutresa. ....	44
<b>Tabla 8.</b> Volumen de Compra (Toneladas), por Departamento (Centro de Acopio – Santander, Cundinamarca y Huila).....	45
<b>Tabla 9.</b> (Continuación). Volumen de Compra (Toneladas), por Departamento (Centro de Acopio-Antioquia, Caldas y Nariño). ....	45
<b>Tabla 10.</b> Volumen de Compra (Participación - %), por Departamento (Centro de Acopio – Santander, Cundinamarca y Huila).....	46
<b>Tabla 11.</b> Lista de organizaciones disponibles para los Cacaoteros. ....	64

## INDICE DE GRAFICAS

<b>Grafica 1.</b> Producción porcentual de Cacao por regiones a nivel mundial.....	31
<b>Grafica 2.</b> Producción global de Cacao (Toneladas métricas).....	32
<b>Grafica 3.</b> Evolución Precios Medio de Compra de Cacao por parte de Nutresa y Casa Luker, Bogotá, 2000-2009.....	47
<b>Grafica 4.</b> Evolución Precios Medio de Compra de Cacao por parte de Nutresa y Casa Luker, Bucaramanga, 2000 - 2009. ....	47
<b>Grafica 5.</b> Evolución Precios Medio de Compra de Cacao por parte de Nutresa y Casa Luker, Medellín, 2000 - 2009.....	48
<b>Grafica 6.</b> Exportaciones 2006.....	49
<b>Grafica 7.</b> Exportaciones 2010.....	50
<b>Grafica 8.</b> Importaciones 2006.....	51
<b>Grafica 9.</b> Importaciones 2010.....	52
<b>Grafica 10.</b> Cadena de valor del Cacao.....	20
<b>Grafica 11.</b> Agentes proveedores de la Agrocadena de Cacao. ....	58

## INDICE DE DIAGRAMAS

<b>Diagrama 1.</b> Esquema de la cadena productiva .....	19
<b>Diagrama 2.</b> Estructura de la cadena productiva del Cacao .....	55
<b>Diagrama 3.</b> Modelo propuesto para la cadena productiva de Cacao. ....	56
<b>Diagrama 4.</b> Lista de Compañías participantes en la transformación del Cacao. ....	62
<b>Mapa 1. Mapa político de la república de Colombia</b> .....	25
<b>Mapa 2.</b> Principales países productores de cacao en grano. ....	30
<b>Mapa 3.</b> Participación Departamental en la Producción de Cacao en Colombia – 2011.....	40

## I. INTRODUCCIÓN

La Universidad de La Sallé propone continuar con lo desarrollado por el observatorio de agro cadenas de Colombia, donde se han venían realizando unos análisis de Agro cadenas para diversos productos a nivel nacional, actualizar con información actual y verídica. Y así poder crear una Red de Información y comunicación del Sector Agropecuario Colombiano que centraliza información y contenidos, para que las personas en general puedan consultar información actualizada y verídica de cada uno de los sectores de interés, abarcando distintos rubros, que se consideran como potenciales para el crecimiento del sector agropecuario en el territorio nacional. En este caso específico se tomó la Agro cadena del cacao para Colombia en general.

Como base fundamental “El Cacao es un alimento altamente nutritivo y un producto *commoditie*<sup>1</sup> que se posiciona en el tercer lugar después del azúcar y el café en el mercado mundial.” Además, es uno de los productos que cuentan con ventajas comparativas en Colombia derivadas de las condiciones naturales para su producción, esto es, de las características agroecológicas en términos de clima y humedad, y su carácter de sistema agroforestal conservacionista del medio ambiente. Los mercados, cada vez son más exigentes y además consientes de pagar calidad. El cacao no es la excepción. La identificación de los parámetros que pueden hacer mucho más rentable el Cultivo de cacao se debe encaminar a producir materia prima para mercados nacionales e internacionales cada día más exigentes en calidad. (Cubillos, Merizalde, & Correa, 2008)

El congreso colombiano decreta La Ley 811 de 2003, definiendo las cadenas productivas como “*el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario, hasta su comercialización final.*” La Cadena puede ser conformada de común acuerdo, a nivel nacional, a nivel de una zona o región productora, por los productores, empresarios, gremios y organizaciones más representativos tanto de la producción agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, como de la transformación, la comercialización, la distribución, y de los proveedores de servicios e insumos. El sector de cacao es una muestra de la integración propia de los sistemas de cadena productiva agroindustrial, donde el encadenamiento de actividades de producción agrícola, transformación industrial, comercialización intermedia y final, y consumo, son desarrollados por distintos sistemas productivos que se ubican campos diversos de la economía, como el agrícola, el manufacturero y el de servicios

Para 2008, prácticamente toda la producción de Cacao es demandada por la industria de chocolates la cual la recibe a precios inferiores a los internacionales aún sin internarlo. Pese a

---

<sup>1</sup> bienes que conforman las materias primas esenciales de nuestra economía y del mundo, constituyen una alternativa más de inversión para distintos perfiles de inversionistas.

ello la Industria en los últimos años ha tenido que recurrir a la importación del grano por cuanto la producción nacional de éste bien ha venido en descenso. Las variables que explican la disminución de la producción están sustentadas en los menores rendimientos por hectárea y la caída del área, que a su vez son el resultado del envejecimiento de los cultivos, la falta de renovación de los cultivos, la falta de mejoramiento genético, la presencia creciente de enfermedades que atacan los cultivos y la falta de capacitación del capital humano que permita una mayor transferencia de tecnología. De hecho, según el censo cacaotero la tecnología predominante empleada en el cultivo es catalogada como de nivel bajo. (Cubillos, Merizalde, & Correa, 2008)

De acuerdo con Agro cadenas (2006), la Cadena Productiva de Cacao-chocolate aporta el 2,4% del empleo agrícola; en la industria de transformación del cacao y de fabricación de chocolates el aporte es de 1,5% al total de la industria de alimentos y del 0,3% en el total de la industria manufacturera. El aporte a la producción manufacturera también es considerable si se tiene en cuenta que el valor en la industria transformadora de cacao para el año 2004 superó los 700.000 millones de pesos, alcanzando una tasa de crecimiento de 4,1% anual desde mediados de los años noventa (DANE, 2004). Así mismo, el nivel de exportaciones de las partidas arancelarias asociadas al cacao y su transformación, han tenido un crecimiento promedio del 4,5% durante el periodo 1998-2005, con un valor acumulado superior a los US\$ 198 millones

En base a lo anterior se recopiló de forma teórica una base de datos para generar un documento actualizado sobre las Agro cadenas competitivas de Colombia por parte de la universidad de la Sallé, que sustenta como base brindar conocimiento general a las personas interesadas en el sector específico, y además estén interesadas en tener participación o que de alguna manera deseen desarrollar conocimientos generales en cuanto a la situación actual de las agro cadenas en Colombia, en este caso específicamente hablando de la producción de Cacao.

## **II. DESCRIPCION DEL PROBLEMA**

En la estrategia de extensión, planteada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural de Colombia, por parte de la Universidad de la Sallé, constituye el eje de una red de integración y coordinación de los servicios estatales vinculados a las actividades agropecuarias, que son lideradas y controladas por el Ministerio de Agricultura y desarrollo rural. Estos servicios son responsabilidad, en primera instancia, de las instituciones formalmente ligadas al Sector Agropecuario nacional, pero también involucra a todas aquellas requeridas por la demanda de los diferentes agro cadenas nacionales, regionales o locales para su pleno desarrollo. Igualmente, la metodología de extensión bajo el enfoque de agro cadenas centra su atención en apoyar especialmente a las organizaciones de pequeños agricultores(as).

De acuerdo al contexto anterior “Es necesario caracterizar los sistemas de beneficio que se acostumbra emplear en las fincas de las distintas localidades o zonas de producción, para que sirvan de referencia y ajustar las prácticas a lo que realmente se debe y puede hacer de acuerdo con las condiciones socio-económicas de los agricultores, pero con el propósito de mejorar la calidad del producto y el nivel de vida de los productores. (Cubillos, Merizalde, & Correa, 2008)”; Todo esto supondría que con una base de datos actualizada, que ofrezca información verídica y confiable, pueda ayudar a los pequeños productores a tener una idea general de cómo se constituye la cadena, en que aspectos se puede fortalecer y además puedan determinar específicamente en que eslabón están ubicados ellos mismos.

Por lo tanto se deben generar documentos que apoyen esta labor, actualicen y además brinden bases teóricas e intelectuales a los productores, estudiantes y demás personas en general que deseen tener acceso a la información; las últimas actualizaciones que se tienen en el observatorio nacional de agro cadenas de Colombia datan de hace más de 5-10 años, lo cual en estos momentos de constante cambio en los mercados y tecnologías constituyen una desventaja frente a otros países que constantemente están generando información para los productores en general. Y los que suponen una ventaja competitiva en el manejo de la información en la actualidad.



### III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con el contexto anterior, la caracterización de este tipo de proyectos, se ofrece a manera de herramientas una información actualizada, de fácil acceso y de breve comprensión. De tal manera que, con este tipo de documentos, las personas en general puedan acceder a documentos que puedan ser de vital ayuda para sus propios proyectos de investigación y de negocios.

Actualmente en Colombia la información más actual acerca de las Agro cadena en Colombia, se registró en el año 2005, Cuando el Observatorio nacional de agro cadenas por parte del Ministerio de Agricultura y desarrollo rural registro un estudio con estos componentes, lo cual evidencia la falta de documentos de este carácter que den una vista general de la situación actual y reciente del mercado colombiano frente a este producto en particular, la características que lo conforman, cómo interactúan sus eslabones y un breve análisis de su situación actual; dada esta situación se formula:

*¿Cuáles son las características de la Agro cadena de cacao en Colombia?*

### IV. OBJETIVOS

#### Objetivo general

*Caracterizar la Agro cadena del Cacao en Colombia determinando su comportamiento en el mercado.*

#### Objetivos específicos

Establecer el contexto internacional de la Agro cadena de **Cacao**.

Determinar el contexto nacional de la Agro cadena de **Cacao**

Analizarla estructura y características generales de la Agro cadena del **Cacao** en Colombia.

## **V. JUSTIFICACION**

Según el ICA El Observatorio es un instrumento usado para estudiar la competitividad y rendimiento de las cadenas de agro - producción, a través del análisis exhaustivo de los vínculos se determinan funciones que sirvan como un punto de referencia competitiva de las cadenas, que determine las políticas que afectan su rendimiento, entre otros componentes.

Además, Según FEDECACAO, el cultivo de cacao se convierte en un cultivo de economía de subsistencia, del cual el agricultor percibe aproximadamente el 75% de su ingreso. El cultivo del cacao demanda gran cantidad de mano de obra, se estima que de esta actividad viven aproximadamente 35.000 familias. Además FEDECACAO agremia a 15.885 productores, valor que permite tener un conocimiento aproximado del número de productores en el país. Para los cuales las bases de datos pueden llegar a ser un punto determinante y clave en pro del desarrollo de este sector.

Es por eso que esta investigación busca mediante la búsqueda de información actualizar la caracterización de la agro cadena del Cacao en Colombia frente al mercado mundial, con una breve mirada a la competitividad que genera la producción. para presentarse como parte de unos documentos diagnósticos e informativos que puedan dar una panorámica interna y externa de su participación y comportamiento en el mercado, permitiendo relacionar los diferentes marcos productivos, económicos, políticos, sociales y culturales que interactúan directa o indirectamente con la competitividad de este producto en el mercado internacional, nacional y regional.

## 1. MARCO TEORICO

### 1.1. Definición de agro cadena

El congreso colombiano decreta La Ley 811 de 2003, definiendo las cadenas productivas como *“el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario, hasta su comercialización final.”* La Cadena puede ser conformada de común acuerdo, a nivel nacional, a nivel de una zona o región productora, por los productores, empresarios, gremios y organizaciones más representativos tanto de la producción agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, como de la transformación, la comercialización, la distribución, y de los proveedores de servicios e insumos.

Por otro lado, Según la Dirección General de Promoción Agraria (Perú) – DGPA, presenta la definición de cadena productiva:

*“Es un conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final.”*

Cuando estos agentes económicos están articulados en términos de tecnología, financiamiento y/o capital bajo condiciones de cooperación y equidad, entonces nos encontramos frente a una Cadena Productiva Competitiva capaz de responder rápidamente a los cambios que ocurran en el mercado internacional, transfiriendo información desde el productor último eslabón de la cadena hasta el mismo predio del productor agropecuario.

El concepto de cadena agroalimentaria permite establecer la contribución de todos los actores y procesos que intervienen en la transformación de un producto de origen agropecuario, desde su producción en la finca por parte de un agricultor, hasta que es comprado en la forma de otros productos por parte de los consumidores finales. La cadena agroalimentaria, como unidad de análisis y de formulación de políticas, es importante por al menos dos razones fundamentales. En primer lugar, porque permite entender y valorizar la contribución de la agricultura a la economía del país. Y, en segundo lugar, porque el buen funcionamiento de y la adecuada articulación entre los diferentes eslabones de las cadenas agroalimentarias son elementos fundamentales para incrementar la competitividad del sector agropecuario y de la economía de los países.

Según el manual del joven empresario del 2012, del grupo Romero (Perú).

“Una cadena productiva es un sistema constituido por personas y empresas relacionadas entre sí, por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado.”

Por ejemplo, para obtener las semillas de frijol o papa se requiere de fertilizantes que lo producen y abastecen terceros, y cuando ya obtienes las semillas necesitas una movilidad para transportarlas. Los proveedores de fertilizantes y los transportistas forman parte de tu cadena productiva.

## 1.2. Estructura de una cadena productiva.

Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, los cuales comprenden conjuntos de empresas con funciones específicas dentro del proceso productivo.(Castro, 2004)

En la gráfica 3. Se muestra la estructura en esquema que conforman una cadena productiva y los eslabones que participan en ella.

**Diagrama 1.** Esquema de la cadena productiva



Fuente. Manual de mini cadenas productivas (ONUDI, 2004)

- ❖ **Productores** son aquellos encargados de generar la materia prima o producto que se moverá a través de los demás eslabones. Es el que concentra todas las actividades primarias y de producción.
- ❖ **Transportadores** aquellos encargados de mover las producciones desde el lugar de producción hacia los siguientes agentes encargados de reunirlos para su consiguiente comercialización.
- ❖ **Acopiadores** los que se encargan de reunir el producto y determinan en unos procesos de selección, cuál será su siguiente método o canal de comercialización.
- ❖ **Procesadores industriales** encargados de la transformación del producto de una materia prima a productos con valor agregado en distintas presentaciones para su consumo final.
- ❖ **Distribuidores** aquellos que reciben el producto transformado y los comercializan para su consumo final

- ❖ **Consumidor Final** son los que reciben el producto y pagan por el valor completo de toda la cadena, y proceden a darle uso o consumo al producto.

### 1.3. Cadena de valor cacao

La cadena de valor del Cacao comprende todo el proceso de conversión del grano de Cacao hasta un producto final para el consumo; De la torta de chocolate alemana de cacao en Suiza, hoy, la gente de todo el mundo disfruta de chocolate en miles de diferentes formas, consumiendo más de 3 millones de toneladas de granos de cacao al año. A lo largo de su evolución, una cosa ha permanecido constante-el chocolate nunca ha carecido de un siguiente ávido de personas que aman el "alimento de los dioses." ( WCF, 2013)

La siguiente grafica muestra las actividades que generan ventaja competitiva y lo que se traduce en los pasos que toma el café desde su producción hacia el consumidor final.

*Grafica 1. Cadena de valor del Cacao*



*Fuente. World Cocoa Foundation, 2014*

1. **Crecimiento:** Los árboles de cacao crecen en pequeñas granjas en ambientes tropicales, dentro de 15 a 20 grados de latitud del ecuador. El cacao es un cultivo delicado y sensible, y los agricultores deben proteger los árboles de viento, el sol, las plagas y las enfermedades. Con el cuidado adecuado, los árboles de cacao comienzan a producir vainas en los niveles de máxima producción en el quinto año, y pueden continuar a este nivel durante diez años.
2. **Cosecha:** Las vainas maduras se pueden encontrar a lo largo de la temporada de crecimiento continuo; Sin embargo, la mayoría de los países tienen dos cosechas de máxima producción por año. Los cambios en los patrones climáticos pueden afectar drásticamente los tiempos y rendimiento de las cosechas, causando fluctuaciones de un año a otro. Los agricultores eliminan las vainas de los árboles utilizando herramientas de acero de mango largo. Las vainas se recogen y se abren con un palo resistente o machete, y en su interior se eliminan los granos. Un agricultor puede esperar de 20 a 50 granos por vaina, dependiendo de la variedad de cacao. Se necesitan aproximadamente 400 granos para hacer una libra de chocolate.
3. **Fermentación y secado:** Los agricultores empacan los granos frescos en cajas o los amontonan en pilas cubiertas con esteras u hojas de plátano. La capa de pulpa que rodea los granos naturalmente se calienta y se fermentan los granos. La fermentación dura de tres a siete días, y es el paso crítico que produce el sabor del chocolate familiar. Los granos se secan a continuación durante varios días en el solo bajo los secadores solares.
4. **Comercialización:** Después de que los granos están secos son empacados en sacos, el agricultor los vende a una estación de compra o agente local (Acopiadores), que transporta las bolsas a una empresa exportadora. El exportador inspecciona el cacao y lo transporta a un almacén cerca de un puerto.
5. **Embalaje y transporte:** Los exportadores envían los granos a la ubicación de procesamiento, donde el cacao se trasladó a un almacén muelle hasta que se necesite. Los detalles del proceso de exportación varían según el país. El comprador lleva a cabo un control de calidad para aceptar la entrega y el cacao se almacena hasta que se solicite por el procesador o fabricante. Camiones o trenes llevan el cacao en grandes bolsas de asas o suelto en el remolque a las instalaciones del fabricante, sobre la base de "just-in-time"<sup>2</sup>.
6. **Tostado y Molienda:** Antes de la transformación, los granos son inspeccionados y limpiados a fondo. El interior del grano de cacao se denomina la punta. Dependiendo de las preferencias del fabricante, los granos se pueden asar enteros, o la punta se pueden

---

<sup>2</sup>El **método justo a tiempo** (traducción del inglés *Just in Time*) es un sistema de organización de la producción para las fábricas, de origen japonés. También conocido como *método Toyota* o *JIT*, permite aumentar la productividad.

asar sola. Una vez que los granos han sido descascarados y tostados (o pelados y asados), la semilla se muele en una pasta. El calor generado por este proceso hace que la pulpa del cacao se pueda fundir, creando "licor de cacao." El licor de cacao no contiene alcohol y es sólido a temperatura ambiente. Puede ser aún más refinada, que se vende como el chocolate para hornear sin azúcar, o utilizado en la fabricación de chocolate.

- 7. Presionado:** El licor de cacao es alimentado en prensas hidráulicas que dividen licor en las tortas de manteca de cacao y cacao. La torta de cacao se puede vender en el mercado de genéricos torta de cacao, o muele en un polvo fino. El procesador puede pre-tratar el licor de cacao con una solución alcalina (alcalinizante), lo que reduce la acidez. Este tratamiento se conoce como "proceso holandés" y produce cacao procesado holandés cuando se presiona. Licor alcalizado se vuelve más oscura, se desarrolla un sabor de chocolate más robusto, y permanece en suspensión más larga en líquidos, como la leche.
- 8. Transformación y Fabricación:** Para hacer chocolate, licor de cacao se mezcla con la manteca de cacao, azúcar, leche y algunas veces. La mezcla se vierte en agitadoras de conchas grandes que levantan y suavizan la mezcla en caliente. En general, el chocolate ya es enconchado, más suave será. El conchado puede durar desde unas pocas horas a tres días completos. Después de conchado, el chocolate líquido puede ser enviado en tanques o templado y se vierte en moldes de bloques para la venta a los confiteros, lecherías, o panaderos.
- 9. Consumo:** Hoy en día, la gente de todo el mundo disfruta de chocolate en miles de diferentes formas, consumiendo más de 3 millones de toneladas de granos de cacao al año. Cada país y región tiene sus preferencias únicas y mezclas distintivas para dulces y postres.

El cacao, chocolate y confitería lo emplean cientos de miles de personas en todo el mundo y tiene un uso clave para otros sub-productos agrícolas, como el azúcar, productos lácteos, frutos secos y frutas.

## **2. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.1. Agro cadena**

El congreso colombiano decreta La Ley 811 de 2003, definiendo las cadenas productivas como *“el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario, hasta su comercialización final.”* La Cadena puede ser conformada de común acuerdo, a nivel nacional, a nivel de una zona o región productora, por los productores, empresarios, gremios y organizaciones más representativos tanto de la producción agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, como de la transformación, la comercialización, la distribución, y de los proveedores de servicios e insumos.

La organización de cadena, es un espacio de diálogo y su misión surge de una libre decisión de sus integrantes de coordinarse o aliarse para mejorar su competitividad, después de un análisis del mercado y de su propia disposición para adecuarse a las necesidades de sus socios de cadena. Los integrantes de una organización de cadena ponen a disposición de esta sus organizaciones y sus estrategias, que en lugar de confrontarse se coordinan con el fin de obtener un mejor desempeño económico a su vez colectivo e individual.

### **2.2. El Cacao**

El cultivo de cacao se establece entre un rango de altura sobre el nivel del mar de 0 a 1.200 metros, los terrenos ubicados en esta altura están clasificados como óptimos, sin restricciones para este cultivo. Se cultiva conjuntamente con otras especies vegetales, principalmente café, plátano, frutales y maderables, los cuales le producen sombra y permiten al agricultor acceder a otras alternativas de ingresos<sup>5</sup>. El periodo vegetativo del cacao comprende en general los tres primeros años, aunque este periodo puede variar de acuerdo con el tipo de cacao cultivado. La densidad de siembra oscila entre 1.000 y 1.100 árboles por hectárea. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2005)

Existen tres tipos de cacao conocidos en el mundo, que se usan para producción y consumo.





Cacao Criollo



Cacao Forastero



Cacao Trinitario

- ❖ **Cacao Criollo** Su fruto, también llamado mazorca, es alargado y con surcos. Es un cacao delicado, sensible a enfermedades y de baja producción, pero de muy alta calidad. Se sigue cultivando en América Central, Colombia y Venezuela y en algunas regiones de Asia.
- ❖ **Cacao Forastero** Es el más cultivado. Su mazorca es más redondeada y prácticamente lisa, de un color verde que se transforma en amarillo en la madurez. Se cultiva en Brasil, el Oeste Africano, Latinoamérica y Ceilán.
- ❖ **Cacao Trinitario** Es considerado un cruce de los dos anteriores su presentación es de un color violeta oscuro que pasa a colores anaranjados en la madurez. Da un cacao de cualidades similares al forastero.

### 2.2.1. Agro cadena de cacao

La Cadena suscribió el Acuerdo Nacional de Competitividad en octubre de 2001, con el propósito de implementar estrategias de transferencia de tecnología, investigación e innovación y desarrollo de mercados, que conduzcan al aumento de las siembras y mejoramiento de la productividad del grano de cacao y posicionamiento en los mercados interno y externo con productos de mayor valor agregado.

Esta Cadena está conformada por los eslabones industrial, que corresponde a los productores de chocolates y confites; del comercio interno de productos elaborados; exportadores de semi-elaborados y de grano; y de producción primaria del grano.

El Consejo Nacional Cacaotero, está integrado por representantes de Casa Luker, Compañía Nacional de Chocolates, Chocolate Gironés, Colombina, Fedecacao, la Cámara de Alimentos de la Andí y dos representantes de las organizaciones de los principales núcleos productores. Tiene

el apoyo de las instituciones del sector público como los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural y de Comercio, Industria y Turismo; ICA; Sena; y de los entes de investigación como Corpoica y de la academia. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2008)

### 2.3. Eslabones

En la cadena productiva del Cacao intervienen principalmente cuatro tipos de agentes: agricultores (aproximadamente 25.000), acopiadores, exportadores y la industria procesadora. En este sentido la cadena se divide en tres eslabones de acuerdo a cada etapa del proceso productivo. Entonces, contiene un eslabón primario, un eslabón de comercialización y uno industrial. El eslabón primario hace referencia a la siembra, mantenimiento y recolección de cacao. A este eslabón pertenecen todos los agricultores o dueños de las tierras y productores de insumos necesarios para la producción de cacao. El segundo eslabón abarca la comercialización del grano, tanto a nivel interno como externo. Esta etapa hace referencia al grano de cacao desde que es comprado por los agentes o comisionistas hasta que es puesto en la puerta de las fábricas procesadoras o en el país de destino de las exportaciones. Por último, el eslabón industrial, comprende el procesamiento del grano para producir pasta, manteca, polvo de cacao, chocolates y confites que contengan chocolate. A este eslabón pertenecen las industrias procesadoras de cacao y productoras de chocolates, así como las productoras de confites con chocolates.

## 3. MARCO GEOGRAFICO

### 3.1. República de Colombia

**Tabla 1.** Cuadro geográfico de Colombia

<b>Superficie</b>	1'141.748 Km <sup>2</sup>
<b>Población</b>	48.609.406 Habitantes
<b>Densidad</b>	42 habitantes por Km <sup>2</sup>

*Fuente. Instituto Geográfico Agustín Codazzi*

### Mapa 1. Mapa político de la república de Colombia



*Fuente. Instituto Geográfico Agustín Codazzi*

La República de Colombia se localiza al noroeste del continente de América del Sur. Al norte limita con la República de Panamá y el mar Caribe, por el Oriente con las Repúblicas de Venezuela y Brasil, por el sur con las Repúblicas de Perú y Ecuador, y por el occidente con el océano Pacífico.

Su territorio tiene 1.141.748 km<sup>2</sup> de superficie continental, sumadas las aguas marinas y submarinas, 928.660 kms, la extensión es de 2.070.408 km<sup>2</sup>.

El país está dividido en 32 departamentos y un distrito capital (Bogotá), además de contar con seis grandes regiones: Andina, Caribe, Pacífica, Orinoquía, Amazonía e Insular.

Colombia se extiende desde los 4° 13' 30" de latitud sur, hasta los 12° 27' 46" de latitud norte; y desde los 66° 50' 54" al occidente del meridiano de Greenwich por el oriente, hasta los 79° 0' 23" del mismo meridiano, por el occidente.

### **3.2. Clima**

Según el IDEAM El clima de Colombia está determinado por los aspectos geográficos y atmosféricos que incluye: precipitaciones, intensidad radiación solar, temperatura, sistemas de vientos, altitud, continentalidad y humedad atmosférica.<sup>1</sup> Estos factores desarrollan un amplio mosaico de climas y microclimas en Colombia, que van desde los más calurosos a 30 °C en las costas y llanuras hasta lo más frío, temperaturas bajo 0 °C en los picos de las montañas de la Cordillera de los Andes y la Sierra Nevada de Santa Marta.

### **3.3. Ventajas de la ubicación geográfica de Colombia**

Según la CEPRI Colombia cuenta con una posición geográfica estratégica en el hemisferio americano. Por una parte, es un punto de enlace entre los países del norte y del sur en el hemisferio y, por otra, posee amplias costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico. Dicha ubicación le permite ser la puerta de entrada a América del Sur y disponer de puertos hacia el resto de América, Europa y los países de la Cuenca del Pacífico.

Además, su localización en la zona ecuatorial determina la existencia de una gran variedad de climas y ecosistemas. Debido a que la línea del ecuador atraviesa el país por el sur, toda Colombia queda en la zona tórrida o intertropical, región de bajas latitudes; lo que ocasiona que cuente con la misma iluminación solar todo el año, así como, los días y las noches cuenten con igual duración.

Colombia es una privilegiada “casa de esquina”. Así la han llamado los geógrafos en el noroeste de América del Sur, muy bien situada, con frentes sobre dos importantes avenidas; dos grandes océanos; el Pacífico, que baña al país por el oeste y el Atlántico, que forma el mar Caribe o de las Antillas.

La cercanía del canal de Panamá, la circunstancia de ser paso y escala de las principales líneas aéreas del continente y el establecimiento de puertos en las costas oceánicas dan a Colombia gran importancia estratégica para las comunicaciones y el comercio. Además, por los ríos internacionales Amazonas y Orinoco transitan barcos comerciales.

Su posición la ha colocado como sitio de convergencia para rutas marítimas y aéreas; su cercanía al canal de Panamá le facilita el comercio. Su situación presenta posibilidades para la construcción de nuevos canales interoceánicos, si se aprovechan el Atrato y otros ríos del Chocó.

### **3.4. Infraestructura**

Colombia presenta un atraso en infraestructura vial, petrolera, minera y tecnológica. Existen deficiencias o carencias en puentes, aeropuertos, puertos marítimos, transporte fluvial y ferrovías. En respuesta a esta situación y ante el crecimiento económico y la apertura comercial, se han hecho esfuerzos por mejorar la infraestructura del país, aumentando la inversión en grandes proyectos. Cabe destacar, entre ellos, la Ruta del Sol, autopista que optimizará la conexión entre el centro del país y la costa atlántica; la Troncal Bogotá-Buenaventura, que incluye el túnel vehicular más largo de América Latina y permitirá conectar la capital con el principal puerto sobre el Pacífico; y la Transversal de Las Américas, en la costa Caribe, entre otras grandes obras. Colombia es el país de la región que más invierte en infraestructura, solo superado por Brasil. (MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, 2008)

## **4. DISEÑO METODOLOGICO**

### **4.1. Tipo de investigación**

#### **4.1.1. Investigación descriptiva**

Según García Salinero j, 2004; la investigación descriptiva trata de describir las características más importantes de un determinado objeto de estudio con respecto a su aparición y comportamiento, o simplemente el investigador buscará describir las maneras o formas en que éste se parece o diferencia de él mismo en otra situación o contexto dado. Los estudios descriptivos también proporcionan información para el planteamiento de nuevas investigaciones y para desarrollar formas más adecuadas de enfrentarse a ellas. De esta aproximación, al igual que de la del estudio exploratorio, tampoco se pueden obtener conclusiones generales, ni explicaciones, sino más bien descripciones del comportamiento de un fenómeno dado.

**Análisis en los estudios descriptivos:** Se deben analizar la prevalencia, la relación entre la incidencia y la prevalencia y los indicadores de relación o “asociación” entre las variables. (Salinero, 2004)

Esta investigación va a caracterizar las actividades y procesos más importantes dentro de la agro cadena productiva del Cacao, proporcionando información para nuevas investigaciones, funcionando como base descriptiva de los eslabones y su participación de la cadena generadora de valor, comprendiendo un estudio transversal desde el periodo comprendido entre los años 2005 – 2015, actualizando la información desde los contextos demarcados por la metodología CADIAC, que comprenden, el entorno internacional, el entorno nacional, la estructura que comprende la cadena productiva y el análisis de la participación de los Cacaoteros en Colombia frente a estos contextos.

## **4.2. METODO DE INVESTIGACIÓN**

### **4.2.1. Método deductivo**

Según Ruiz R (2007); La inducción se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general. Esto implica pasar de los resultados obtenidos de observaciones o experimentos (que se refieren siempre a un número limitado de casos) al planteamiento de hipótesis, leyes y teorías que abarcan no solamente los casos de los que se partió, sino a otros de la misma clase; es decir generaliza los resultados (pero esta generalización no es mecánica, se apoya en las formulaciones teóricas existentes en la ciencia respectiva) y al hacer esto hay una superación, un salto en el conocimiento al no quedarnos en los hechos particulares sino que buscamos su comprensión más profunda en síntesis racionales (hipótesis, leyes, teorías).

La deducción desempeña un papel muy importante en la ciencia. Mediante ella se aplican los principios descubiertos a casos particulares. El papel de la deducción en la investigación científica es doble:

- a) Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de otros conocidos.
- b) También la deducción sirve científicamente para describir consecuencias desconocidas, de principios conocidos.

Este trabajo usa la deducción para describir a través de conocimientos ya planteados y plasmados en documentos trabajados por expertos en el área de la agro cadena del cacao, usando estos conocimientos como apoyo, para llevar a cabo la caracterización de la cadena productiva y todos aquellos que participan directa o indirectamente con ella.

## **4.3. HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION**

### **4.3.1. Fuentes secundarias**

La información secundaria consiste en los datos, hechos cifras... que alguien reunió anteriormente para su propia investigación o proyecto y el estudio o informe que elaboro con ellos. Esta información puede ser utilizada por otros investigadores para sacar adelante sus proyectos, evitando así gastos de tiempo y dinero. (McGraw-Hill, 2014)

### **4.3.2. CADIAC**

Dado que los sistemas agroalimentarios están siendo afectados por las tendencias a la liberalización de la economía, sumado a un debilitamiento de la función directiva del Estado en los asuntos económicos y todo esto complementado con la pérdida de poder de las instituciones ligadas a la agricultura, se ha hecho necesario que los países en desarrollo tiendan a un enfoque participativo que les permita tener una capacidad de negociación y cierto manejo en los cambios que se van dando. (IICA, 2012)

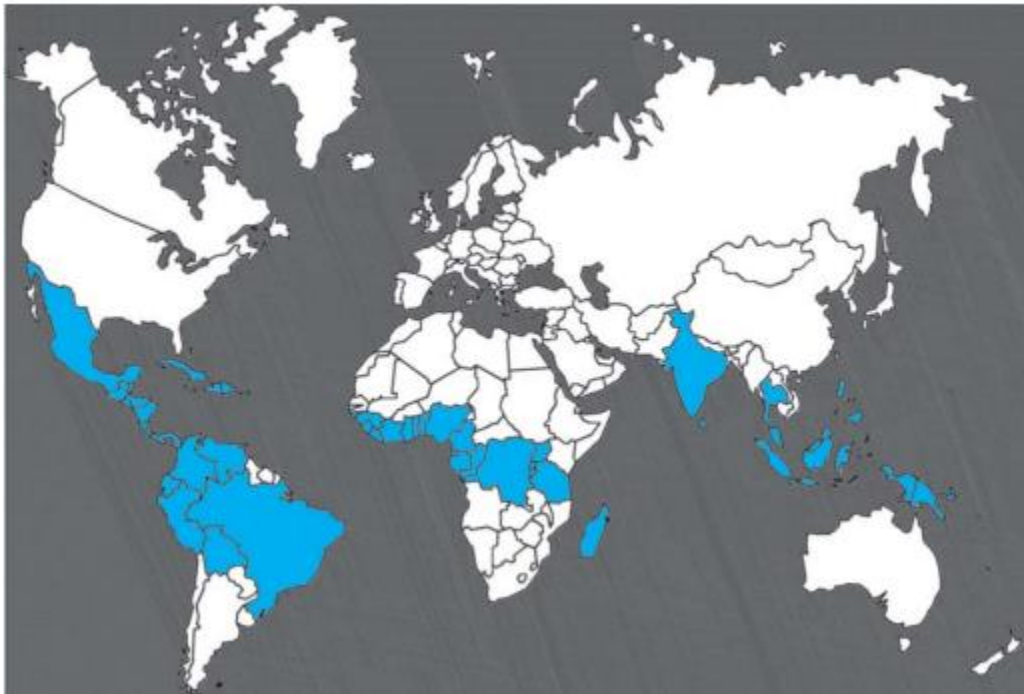
## **5. DESARROLLO**

### **5.1. CONTEXTO INTERNACIONAL**

#### **5.1.1. Producción mundial**

Los árboles de Cacao crecen en ambientes tropicales, dentro de 15 a 20 grados de latitud del ecuador. El clima ideal para el cultivo del cacao es caliente, lluvioso y tropical, con abundante vegetación para dar sombra a los árboles de cacao. Las regiones principales de cultivo son África, Asia, y América Latina. El país productor más grande por volumen es Costa de Marfil, que produce el 33% de la oferta global. (WFC, 2014)

**Mapa 2.** Principales países productores de cacao en grano.

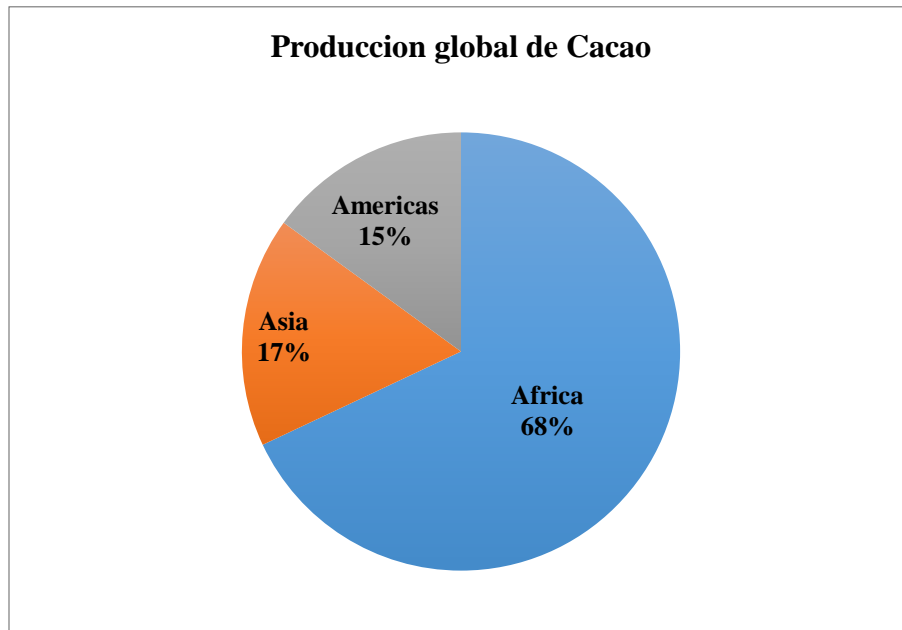


Fuente: ICCO (2006).

Los principales países productores de cada región incluyen:

- **África** Costa de Marfil, Ghana, Nigeria, Camerún
- **Asia** Oceanía, Indonesia, Malasia, Papúa Nueva Guinea
- **Américas** Brasil, Ecuador, Colombia.

**Grafica 2.** Producción porcentual de Cacao por regiones a nivel mundial



Fuente. WCF (2014).

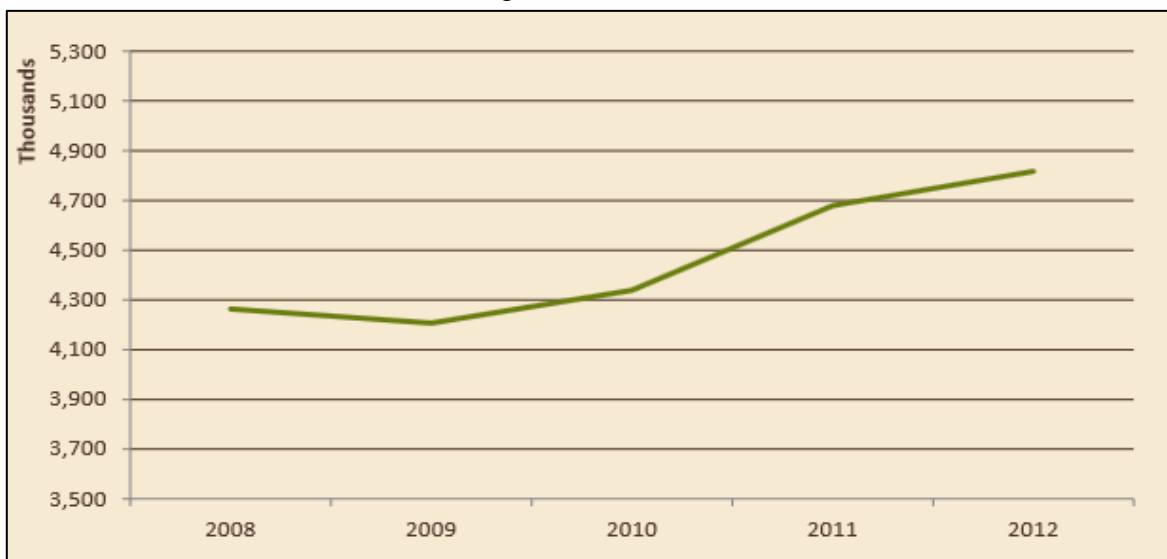
A diferencia de los grandes cultivos industriales, el 80% a 90% de cacao proviene de pequeñas granjas, de gestión familiar, con aproximadamente cinco a seis millones de agricultores de cacao en todo el mundo. En África y Asia, la granja típica cubre tres y cincuenta y ocho hectáreas (de cinco a diez hectáreas). Cada hectárea produce entre 300 y 400 kilogramos de semillas de cacao en África y cerca de 500 kilogramos en Asia. Granjas de cacao en las Américas tienden a ser un poco más grande y producir de 500 a 600 kilogramos de cacao en grano por hectárea. El rendimiento por hectárea varía no sólo según la región, pero también por el país y por tipo de cacao.

La balanza comercial, los precios y los contratos de futuros dependen de estimaciones precisas de suministro, por lo que la producción de cacao se controla toda la cadena de suministro, así como por los gobiernos y las organizaciones internacionales.



Como se muestra a continuación, la producción total se ha incrementado en un 13%, pasando de 4,3 millones de toneladas métricas en 2008 a 4,8 millones de toneladas métricas en 2012, lo que representa un aumento promedio del año-sobre-año de la producción del 3,1%.

**Grafica 3.** Producción global de Cacao (Toneladas métricas)



*Fuente. WCF (2014).*

Esta tasa de crecimiento puede ser lenta en los próximos años, como los árboles de cacao son sensibles a los cambios en los patrones climáticos. Los períodos de sequía y de lluvia excesiva o el viento pueden impactar negativamente en el rendimiento, y seguirán fluctuando como el cambio climático se intensifique.

### **5.1.2. Consumo Mundial de Cacao**

Una vez que los granos de cacao se han cosechado, fermentado, secado, y se transporta, se procesan en componentes separados para el consumo comercial. Procesador moliendas de cacao en grano sirven como medida clave para los analistas del mercado, para una visión global de la demanda histórica y esperada. El procesamiento es la última fase en la que la demanda de granos de cacao puede ser equitativa en comparación con la oferta y después de este paso, los componentes individuales del grano se venden en muchas industrias destinados para la fabricación de dulces, jabones y artículos de cosmética.

### **5.1.3. Consumo**

Según la FAO En 2010, las molturaciones mundiales de granos de cacao, un sustituto para calcular el consumo mundial de cacao, ascenderían a 3,6 millones de toneladas, lo que refleja un crecimiento medio anual de 2,1 por ciento con respecto a los 2,8 millones de

toneladas producidos durante el período base. El consumo seguiría concentrándose en los países desarrollados, que deberían absorber el 64 por ciento del consumo mundial de cacao en 2010. En estos países el consumo tendría una tasa de crecimiento anual de 2,2 por ciento, desde 1,8 millones de toneladas durante el período base a 2,3 millones de toneladas en 2010.

Según las proyecciones, el consumo en Europa crecerá anualmente en un 1,7% por ciento y llegará a 1,4 millones de toneladas. Europa continuará siendo con toda probabilidad la mayor zona consumidora de cacao en el mundo, con un 40% por ciento del consumo mundial de cacao en 2010. En la UE, el chocolate y los productos derivados del cacao se rigen actualmente por una directiva que autoriza el reemplazo de la manteca de cacao con sucedáneos más baratos en un cinco por ciento del peso total del producto terminado.

En los países en desarrollo como grupo el consumo ascendería a 1,3 millones de toneladas en 2010, lo cual representa una tasa de crecimiento anual de 1,8% por ciento. África, donde la formación de capital para las molturaciones ha crecido rápidamente durante el último decenio, seguirá siendo la principal región consumidora de este grupo, representando el 35 por ciento del consumo de los países en desarrollo. La parte del consumo correspondiente a América Latina y el Caribe, donde el costo relativo de las molturaciones es mayor que en África, debería pasar de 32% por ciento a 28% por ciento. En el Lejano Oriente, donde el consumo por habitante todavía es reducido, el porcentaje del consumo pasaría de 31 por ciento durante el mismo período a 34 por ciento en 2010.

#### **5.1.4. Comercio**

Según la FAO Las proyecciones para 2010 indican que el mercado mundial del cacao se mantendrá más o menos estable. La mayor parte de las exportaciones de cacao seguirá siendo de cacao en grano, a pesar de un cierto aumento de la capacidad de elaboración de los países productores, especialmente de África. Según las proyecciones, las exportaciones mundiales de cacao en grano alcanzarán los 3 millones de toneladas en 2010, lo que representa una tasa de crecimiento anual de 2,8 por ciento. Se prevé que las exportaciones totales de África aumentarán en un 2,8 por ciento anual, Según las previsiones, las exportaciones del Lejano Oriente, que aumentaron rápidamente durante los años 1980 y continuaron creciendo a una tasa menor durante los años 1990, seguirán aumentando hasta alcanzar las 529.000 toneladas en 2010. El incremento registrado en el Lejano Oriente durante los años 1980 se debió sobre todo al rápido crecimiento de los envíos de Malasia que representaron el 54 por ciento de las exportaciones de la región. Sin embargo, las exportaciones descendieron espectacularmente durante los años 1990 cuando los productores cambiaron el tipo de producción.

Las proyecciones indican que en América Latina y el Caribe las exportaciones de cacao aumentarán de 97.000 toneladas durante el período base a 130.000 toneladas, debido al aumento de las exportaciones del Brasil, donde la producción debería de recuperarse de las pérdidas causadas por la enfermedad de la escoba de bruja.

#### **5.1.5. Convenios e instituciones internacionales**

El Cacao al igual que la mayoría de productos que se negocian internacionalmente, siendo uno de los más importantes en el comercio internacional de productos Commodities, tanto en materia prima como de sus derivados; Se han formado varias instituciones y en ellas se han convido varios acuerdos para la producción, transformación y comercio global.

#### **Convenio de 1993**

Los objetivos del Convenio Internacional del Cacao, 1993 (en adelante denominado "el presente Convenio"), habida cuenta de la resolución 93 (IV), de la Nueva asociación para el desarrollo: El Compromiso de Cartagena y de los objetivos pertinentes contenidos en el "Espíritu de Cartagena", aprobados por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, son los siguientes:

- a) Promover el desarrollo y el fortalecimiento de la cooperación internacional en todos los sectores de la economía mundial del cacao;
- b) Contribuir a la estabilización del mercado mundial del cacao en interés de todos los miembros, en particular tratando de:
  - Favorecer la expansión equilibrada de la economía mundial del cacao con miras a facilitar los reajustes necesarios en la producción y a promover el consumo de modo que se garantice el equilibrio a medio y a largo plazo entre la oferta y la demanda;
  - Garantizar un suministro suficiente a precios razonables y equitativos para productores y consumidores;
- c) Facilitar la expansión del comercio internacional del cacao;
- d) Fomentar la transparencia en el funcionamiento de la economía mundial del cacao mediante la recogida, el análisis y la difusión de estadísticas pertinentes y la realización de estudios adecuados;
- e) Fomentar la investigación y el desarrollo científicos en el campo del cacao;
- f) Ofrecer una tribuna apropiada para el examen de todas las cuestiones relacionadas con la economía mundial del cacao.

#### **Convenio de 2001**

1. Los objetivos del Sexto Convenio Internacional del Cacao son los siguientes:

- a) Promover la cooperación internacional en la economía mundial del cacao;
  - b) Facilitar un marco apropiado para el debate de todas las cuestiones relacionadas con todos los sectores de dicha economía;
  - c) Contribuir al fortalecimiento de las economías cacaoteras nacionales de los países Miembros, en particular mediante la preparación de proyectos apropiados que se someterán a las instituciones pertinentes con miras a su financiación y ejecución;
  - d) Contribuir a la expansión equilibrada de la economía mundial del cacao en interés de todos los Miembros mediante las medidas apropiadas, incluidas las siguientes:
    - i) fomentar una economía cacaotera sostenible;
    - ii) fomentar la investigación y la aplicación de sus resultados;
    - iii) fomentar la transparencia en la economía mundial del cacao mediante el acopio, análisis y difusión de estadísticas pertinentes y la realización de estudios apropiados; y
    - iv) promover y alentar el consumo de chocolate y productos a base de cacao, con objeto de aumentar la demanda de cacao en estrecha cooperación con el sector privado.
2. Al promover estos objetivos los Miembros procurarán, dentro del marco apropiado, alentar la mayor participación del sector privado en la labor de la Organización.

## **Convenio de 2010**

### Objetivos

Con el fin de reforzar el sector cacaotero mundial, de apoyar su desarrollo sostenible y de aumentar los beneficios para todas las partes interesadas, los objetivos del Séptimo Convenio Internacional del Cacao son los siguientes:

- a) Promover la cooperación internacional en la economía mundial del cacao;
- b) Facilitar un marco apropiado para el debate de todos los temas relacionados con el cacao entre los gobiernos y con el sector privado;
- c) Contribuir al fortalecimiento de las economías cacaoteras nacionales de los países Miembros, mediante la preparación, el desarrollo y la evaluación de proyectos apropiados, que se someterán a las instituciones pertinentes con miras a su financiación y ejecución, y la búsqueda de financiación para proyectos que beneficien a los Miembros y a la economía cacaotera mundial;
- d) Procurar obtener precios justos que aseguren un rendimiento económico equitativo tanto para los productores como para los consumidores dentro de la cadena de valor del cacao, y contribuir al desarrollo equilibrado de la economía mundial del cacao en interés de todos los Miembros;

- e) Fomentar una economía cacaotera sostenible en términos económicos, sociales y medioambientales;
- f) Alentar la investigación y la aplicación de sus resultados mediante la promoción de programas de formación e información que den lugar a la transferencia a los Miembros de tecnologías apropiadas para el cacao;
- g) Fomentar la transparencia en la economía mundial del cacao, y en particular en el comercio del cacao, mediante la recolección, el análisis y la difusión de estadísticas pertinentes y la realización de los estudios apropiados, y además promover la eliminación de las barreras comerciales;
- h) Promover y fomentar el consumo de chocolate y productos del cacao con objeto de aumentar la demanda de cacao, entre otras cosas mediante la promoción de los atributos positivos del cacao, incluidos los beneficios para la salud, en estrecha cooperación con el sector privado;
- i) Alentar a los Miembros a promover la calidad del cacao y a desarrollar procedimientos apropiados de seguridad alimentaria en el sector cacaotero;
- j) Alentar a los Miembros a desarrollar y aplicar estrategias para mejorar la capacidad de las comunidades locales y de los pequeños agricultores para beneficiarse de la producción de cacao y así contribuir al alivio de la pobreza;
- k) Mejorar la disponibilidad de información sobre herramientas y servicios financieros que puedan ayudar a los cacao-cultores, incluidos el acceso al crédito y las estrategias para la gestión de riesgos.

#### **5.1.6. Institucionalidad internacional**

##### **La organización internacional del Cacao**

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) es una organización global, compuesta por dos productores, consumidores de cacao y los países miembros, En Londres la ICCO fue establecida en 1973 para poner en vigor el primer Convenio Internacional del Cacao, que se negoció en Ginebra en la Conferencia Internacional del Cacao de las Naciones Unidas. Desde entonces ha habido siete Acuerdos. El Séptimo Convenio Internacional del Cacao, negociado en 2010 en Ginebra, entró en vigor provisionalmente en octubre de 2012. Para el año 2008 La Organización reunía 42 países Miembros Exportadores e Importadores con el cometido de trabajar para lograr los objetivos del Convenio Internacional del Cacao de 2001; a saber:

- a) Fomentar la cooperación internacional en la economía cacaotera mundial.
- b) Facilitar un marco adecuado para debatir todos los asuntos que afecten a sus debatir distintos sectores.

- c) Contribuir al fortalecimiento de las economías cacaoteras nacionales de los países miembros, especialmente a través de la preparación de proyectos adecuados para su presentación ante las instituciones pertinentes para su financiación y puesta en práctica.
- d) Contribuir al desarrollo equilibrado de una economía cacaotera mundial en interés de todos los miembros a través de medidas apropiadas, como:
  - i. El fomento de una economía cacaotera sostenible.
  - ii. El fomento de la investigación y la aplicación de las conclusiones a las que llegue.
  - iii. El fomento de la transparencia en la economía cacaotera mundial a través de la recolección, el análisis y la difusión de datos estadísticos pertinentes, así como de la realización de estudios adecuados.
  - iv. El fomento y la promoción del consumo de chocolate y demás productos de cacao con el objetivo de aumentar la demanda de cacao en estrecha colaboración con el sector privado.

La ICCO, con su papel central en la industria internacional del cacao, mantiene relaciones con un gran número de organizaciones y compañías. La lista a continuación muestra las principales organizaciones y compañías con las que la ICCO mantiene contactos regulares.

**Tabla 2.** Compañías y Organizaciones relacionadas con la ICCO

<b>Organizaciones Cacaoteras</b>
ANECACAO (Ecuador)
Asociación de Industriales Procesadores de Cacao (APROCAO) (Venezuela)
Asociación de Industrias del Chocolate, Galletas y Confitería de la Unión Europea (CAOBISCO)
Asociación de Empresas de las Industrias de Confitería de la Federación de Rusia (ASKOND) (Rusia)
Associazione Industrie Dolciarie (Italia)
Autorité de Régulation du Café et du Cacao (ARCC)
Biscuit, Cake, Chocolate and Confectionery Association (BCCCA) (Reino Unido)
Bourse du Café et du Cacao (BCC) (Côte d'Ivoire)
Bundesverband Der Deutschen Süßwarenindustrie EV (Alemania)
Chocosuisse (Suiza)
Cacao VRAE SA, Proyecto Cacao del VRAE (Perú)
Cámara Venezolana de Productores - Exportadores de Cacao y Café (CAPEC) (Venezuela)
Cocoa Association of Nigeria
Cocoa Board of Papua New Guinea
Cocoa Producers' Alliance (CPA) Comisión Nacional del Cacao (República Dominicana)

Comité de Co-ordination pour les Filières Café et Cacao (CCFCC) (Côte d'Ivoire)
Conseil Interprofessionnel du Cacao Café (Camerún)
Federation of Cocoa Commerce Ltd (UK)
Federación Nacional de Cacaoteros (FEDECACAO) (Colombia)
Fonds de Développement et de Promotion des Activités des Producteurs de Café et de Cacao (Côte d'Ivoire)
Fonds de Garantie des Coopératives Café-Cacao (Côte d'Ivoire)
Ghana Cocoa Board Indonesian Cocoa Association (ASKINDO)
Malaysian Cocoa Board National Cocoa and Coffee Board of Cameroon (ONCC)
Fundación Mundial del Cacao (World Cocoa Foundation)
<b>Institutos de investigación</b>
CABI Bioscience (Reino Unido)
Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (Francia)
Centre National de Recherche Agronomique (Côte d'Ivoire)
Cocoa and Coconut Institute of Papua New Guinea
Cocoa Research Institute of Nigeria
Cocoa Research Institute of Ghana Cocoa Research Unit (Trinidad)
Cocoa Research (UK) Ltd (Reino Unido)
Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (Brasil)
Institut de Recherche Agricole pour le Développement (Camerún)
Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria (Ecuador)
Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas (Venezuela)

*Fuente. Tabla de autoría propia con datos de la IICO*

## 5.2. CONTEXTO NACIONAL

En general la información tomada para visualizar la situación del mercado de Cacao en este documento y específicamente para el desarrollo de esta parte del documento se basó en la consigna de datos por parte de la Superintendencia de industria y comercio de Colombia, desarrollado en el “*Estudio sectorial sobre el sector del Cacao*”, elaborado por el grupo de estudios económicos, que datan a la fecha octubre de 2012.

### 5.2.1. Producción nacional

La producción del grano de Cacao a nivel nacional ha estado concentrada en aproximadamente seis departamentos (Antioquia, Arauca, Huila, Nariño, Norte de

Santander, Santander y Tolima). La Tabla 4. muestra la producción de Cacao por departamento, en toneladas y su participación sobre la producción total.

**Tabla 3.** Producción de Cacao por Departamento, Toneladas y Participación, 2000 y 2011.

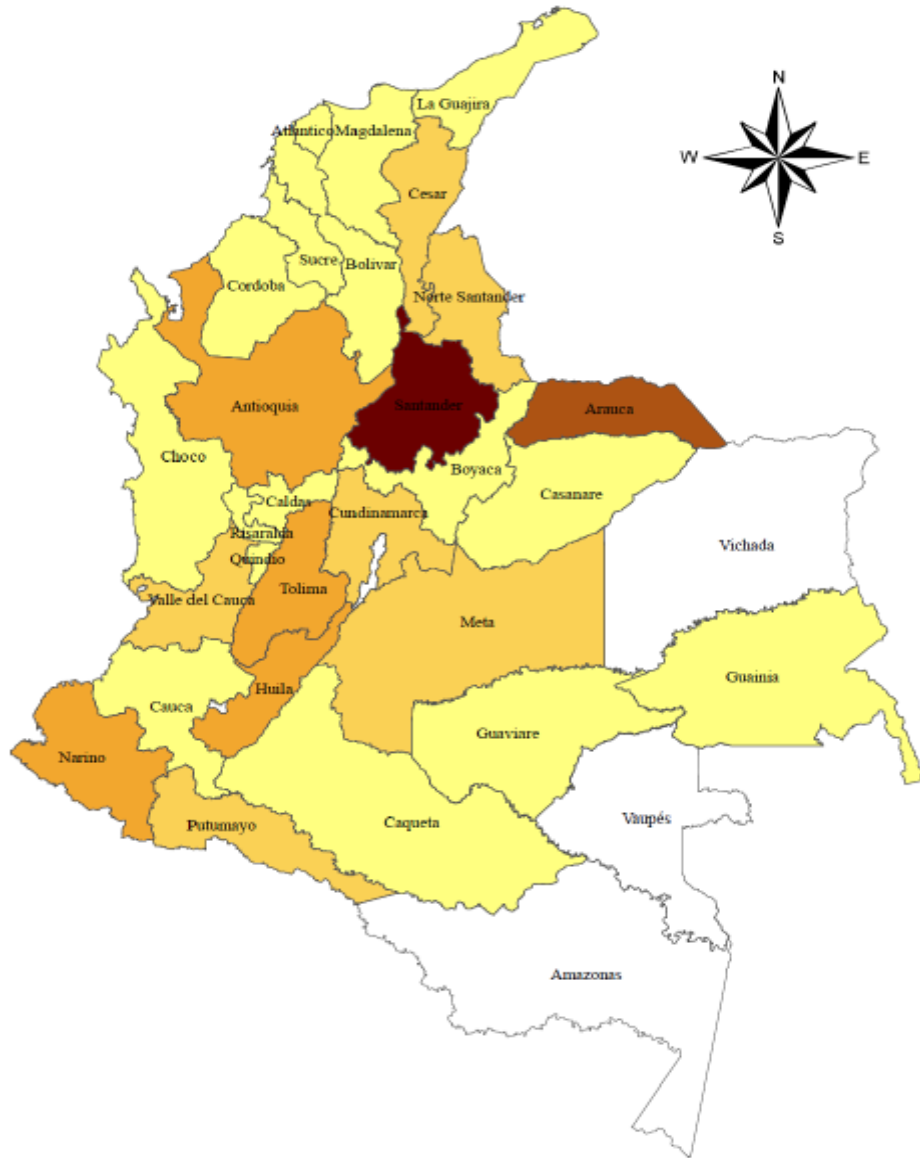
DEPARTAMENTO	2000		2011	
	Producción (Toneladas)	%	Producción (Toneladas)	%
ANTIOQUIA	1.673.62	4.6%	2.536.56	6.8%
ARAUCA	2.670.38	7.3%	6.494.58	17.5%
ATLANTICO	0.00	0.0%	0.00	0.0%
BOLIVAR	27.45	0.1%	196.63	0.5%
BOYACÁ	170.00	0.5%	199.45	0.5%
CALDAS	917.14	2.5%	166.22	0.4%
CASANARE	0.00	0.0%	12.25	0.0%
CAQUETÁ	100.98	0.3%	144.98	0.4%
CAUCA	27.30	0.1%	286.55	0.8%
CESÁR	633.35	1.7%	729.34	2.0%
CHOCÓ	101.36	0.3%	23.93	0.1%
CORDOBA	89.96	0.2%	221.44	0.6%
CUNDINAMARCA	941.33	2.6%	629.90	1.7%
GUAJIRA	0.00	0.0%	0.00	0.0%
GUAINIA	5.82	0.0%	0.27	0.0%
GUAVIARE	0.00	0.0%	14.12	0.0%
HUILA	3.246.24	8.8%	2.171.55	5.8%
MAGDALENA	51.17	0.1%	181.40	0.5%
META	1.168.98	3.2%	562.96	1.5%
NARIÑO	2.576.44	7.0%	2.289.02	6.2%
NTE. SANTANDER	1.622.97	4.4%	1.001.62	2.7%
PUTUMAYO	0.00	0.0%	436.94	1.2%
QUINDIO	0.00	0.0%	0.00	0.0%
RISARALDA	265.27	0.7%	256.28	0.7%
SANTANDER	17.202.07	46.8%	16.164.74	43.5%
SUCRE	0.00	0.0%	0.00	0.0%
TOLIMA	2.290.59	6.2%	1.568.64	4.2%
VALLE	948.34	2.6%	913.47	2.5%

*Fuente: Cálculos GEE-SIC con base en información de FEDECACAO (2012).*

Para el año 2011, estos seis departamentos producen el 86.6%, correspondiente a 32,227 Toneladas, de la producción total de Cacao - Antioquia (2,536.56 Toneladas –6.8%), Arauca (6,494.58 Toneladas –17.5%), Huila (2,171.55 Toneladas –5.8%), Nariño (2,289.02 Toneladas –6.2%), Norte de Santander (1,001.62 Toneladas - 2.7%), Santander (16,164.74 Toneladas –43.5%) y Tolima (1,568.64 Toneladas –4.2%) -Llama mucho la atención el incremento en la producción del departamento de Arauca alrededor del 143% (de 2,670.38 Toneladas a 6,494.58 Toneladas).



**Mapa 3.** Participación Departamental en la Producción de Cacao en Colombia – 2011.



**Convenciones  
(Porcentaje de Producción Total)**

- Sin Información
- 0% - 0,77%
- 0,78% - 2,69%
- 2,7% - 6,82%
- 6,83% - 17,46%
- 17,47% - 43,45%

Fuente. SIC a partir de datos de FEDECACAO (2012).

Para el año 2011, se observa que Antioquia es un departamento que se caracteriza por estar conformado por muchos municipios productores (con diferentes participaciones), los cuales concentran el 81.83% de la producción del departamento. Por otro lado, para el mismo año, Nariño concentra el 92.88% de la producción en el municipio de Tumaco y el 4% en Pasto. Norte de Santander concentra el 100% entre los municipios de Ocaña (49.72%), Tibu (35.32%) y Cúcuta (65.30%).

**Tabla 4.** Principales Municipios Productores de los Mayores Productores de Cacao en Colombia, Año 2011

Departamento	Municipio	Producción	TOTAL	Departamento	Municipio	Producción	TOTAL
ANTIOQUIA	Apartado	21.94%	81.83%	NARIÑO	Tumaco	92.88%	99.10%
	Chigorodo	11.81%			Pasto	4.19%	
	Medellín	6.61%			Policarpa	2.02%	
	Cañasgordas	5.43%		NORTE DE SANTANDER	Ocaña	49.72%	100.00%
	Dabeiba	4.59%			Tibu	35.32%	
	Montelíbano	4.21%			Cucuta	14.96%	
	Maceo	3.32%		SANTANDER	Bucaramanga	57.39%	98.59%
	Yali	2.36%			San Vicente de Chucuri	17.42%	
	Nariño	2.32%			El Carmen	7.73%	
	Tamesis	2.08%			Landazuri	5.04%	
	Itagüí	1.98%			El Playón	3.16%	
	Antioquia	1.98%			Santa Helena de Opon	2.70%	
	Buriticá	1.82%			Giron	2.00%	
	Frontino	1.67%			Cimitarra	1.63%	
	Argelia	1.65%			Rionegro	1.53%	
	Vegachi	1.65%			TOLIMA	Icononzo	
	San Luis	1.55%		Chaparral		20.72%	
	Yarumal	1.48%		Ibague		7.28%	
	Sonson	1.33%		Falan		4.78%	
	Remedios	1.04%		Purificación		4.65%	
San Pedro de Urabá	1.01%	Alpujarra	3.61%				
ARAUCA	Araucanía	48.43%	100.00%	Alvarado	2.68%		
	Saravena	33.79%		Mariquita	1.67%		
	Tame	17.78%		Ataco	1.38%		
				Natagaima	1.09%		
HUILA	Neiva	19.99%	90.29%				
	Hobo	15.03%					
	Gigante	11.91%					
	Rivera	9.44%					
	Tesalia	5.82%					
	Tello	4.87%					
	Garzón	4.24%					
	Pitalito	3.93%					
	Colombia	3.29%					
	Campoalegre	3.28%					
	Guadalupe	2.88%					
Algeciras	2.25%						
Timaná	1.70%						
Palermo	1.67%						

Fuente. Cálculos GEE-SIC con base en información de FEDECACAO (2012).

Se presenta la relación de la participación del área sembrada por departamento en el año 2011, observando que los principales productores (Santander, Antioquía, Arauca, Nariño, Huila, Norte de Santander, Tolima) presentan las participaciones más altas, como es de esperar. Estos departamentos concentran el 69.9% del área sembrada a nivel nacional en el año 2011— Santander (33%), Antioquía (7.6%), Arauca (6.3%), Nariño (7.4%), Huila (8.5%), Norte de Santander (8.5%), Tolima (7.1%).

## 5.2.2. Regulación de la contribución parafiscal

La Cuota de Fomento Cacaotero es una contribución parafiscal de carácter obligatorio que debe ser utilizada según las leyes y decretos, en la Ejecución o Financiamiento de proyectos de investigación, Tránsito de Tecnología y Comercialización. Según la Ley 67 de 1983, la Cuota de Fomento Cacaotero es del 3% por el precio de venta de cada kilogramo de Cacao producido.

El dinero que se recauda con la Cuota de Fomento Cacaotero está destinado al fomento del cultivo de Cacao y a su vez se ve sujeto a un presupuesto que es aprobado por la Comisión de Fomento. Esta Comisión está conformada por el Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o su Delegado, el Ministro de Hacienda y Crédito Público o su Delegado, el Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su Delegado, el Jefe del Departamento de Planeación o su Delegado y, tres (3) miembros adicionales que son elegidos por la junta Directiva de la Federación Nacional de Cacaoteros.

En la gráfica se muestra como ha sido el comportamiento de la participación de los parafiscales a nivel departamental durante los últimos 11 años.

**Tabla 5.** Participación de los Parafiscales a nivel Departamental, 2000 – 2011.

DEPARTAMENTO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ANTIOQUIA	4.68%	4.26%	5.26%	5.05%	6.35%	5.66%	5.91%	6.29%	5.25%	5.58%	7.67%	5.84%
ARAUCA	7.49%	6.50%	7.47%	7.59%	9.25%	9.35%	7.83%	5.76%	11.07%	10.99%	9.54%	18.05%
ATLANTICO	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
BOLIVAR	0.08%	0.00%	0.01%	0.05%	0.03%	0.03%	0.04%	0.03%	0.56%	0.85%	0.51%	0.26%
BOYACA	0.49%	0.32%	0.27%	0.31%	0.36%	0.36%	0.18%	0.16%	0.26%	0.60%	0.46%	0.12%
CALDAS	2.56%	1.34%	1.22%	1.34%	1.56%	1.33%	1.54%	1.61%	1.54%	1.35%	1.18%	0.44%
CASANARE	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.02%	0.02%	0.01%	0.15%	0.01%	0.03%
CAQUETA	0.28%	0.24%	0.22%	0.16%	0.17%	0.21%	0.28%	0.22%	0.27%	0.32%	0.29%	0.39%
CAUCA	0.07%	0.08%	0.15%	0.28%	0.67%	0.41%	0.34%	0.50%	0.72%	0.70%	0.77%	0.75%
CESAR	1.79%	2.86%	3.37%	2.62%	1.42%	1.93%	1.14%	1.62%	2.47%	2.48%	1.74%	1.13%
CHOCO	0.28%	0.14%	0.28%	0.10%	0.27%	0.08%	0.07%	0.11%	0.05%	0.17%	0.04%	0.06%
CORDOBA	0.25%	0.17%	0.25%	0.23%	0.18%	0.08%	0.08%	0.26%	0.31%	0.23%	0.51%	0.46%
CUNDINAMARCA	2.63%	2.80%	3.35%	1.86%	1.53%	1.36%	3.55%	3.19%	2.05%	1.51%	2.24%	0.80%
GUAJIRA	0.00%	0.00%	0.00%	0.05%	0.03%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.02%	0.00%	0.00%
GUAINIA	0.02%	0.02%	0.03%	0.11%	0.07%	0.01%	0.00%	0.01%	0.01%	0.03%	0.01%	0.00%
GUAVIARE	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.04%
HUILA	5.99%	8.39%	8.00%	8.40%	11.31%	10.81%	10.55%	10.46%	8.69%	8.24%	9.92%	5.71%
MAGDALENA	0.14%	0.25%	0.63%	0.37%	0.33%	0.20%	0.20%	0.41%	0.51%	0.52%	0.55%	0.48%
META	3.27%	2.29%	1.72%	1.67%	1.27%	1.14%	1.63%	1.88%	1.62%	1.88%	2.28%	1.48%
NARIÑO	7.37%	7.77%	3.46%	4.46%	4.92%	7.15%	5.94%	5.32%	4.32%	4.38%	2.67%	6.16%
N. SANTANDER	4.58%	7.35%	8.74%	10.00%	6.67%	4.28%	5.91%	5.39%	3.76%	3.76%	3.80%	1.05%
PUTUMAYO	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.03%	0.30%	1.16%
QUINDIO	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
RISARALDA	0.74%	0.97%	1.00%	0.75%	0.49%	0.41%	0.51%	0.80%	0.09%	0.08%	0.93%	0.67%
SANTANDER	48.27%	45.83%	48.65%	47.54%	46.56%	49.12%	49.83%	49.97%	49.19%	49.27%	46.14%	48.94%
SUCRE	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
TOLIMA	6.34%	5.87%	3.78%	4.99%	5.10%	3.49%	2.17%	4.55%	6.33%	5.65%	6.78%	3.58%
VALLE	2.68%	2.52%	2.15%	2.08%	1.47%	2.58%	2.27%	1.47%	0.92%	1.22%	1.66%	2.41%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Cálculos de la SIC con datos de FEDECACAO (2012).*

Presenta la correlación que existe por departamento entre la producción de Cacao y los parafiscales, los cuales básicamente corresponden a la Cuota de Fomento Cacaotero. Se puede observar entonces que departamentos como Antioquia, Arauca Atlántico, Cauca, Córdoba, Guainía, Guajira, Magdalena, Putumayo y Sucre, presentan una correlación alta (mayor a 0.90) entre los años 2002 y 2011.

**Tabla 6.** Correlación entre Producción y Parafiscales, por departamento (2000 - 2010)

DEPARTAMENTO	Correlación
ANTIOQUIA	0.96967
ARAUCA	0.94668
ATLANTICO	0.99823
BOLIVAR	0.85108
BOYACA	-0.08598
CALDAS	0.37479
CAQUETA	-0.08675
CASANARE	0.61616
CAUCA	0.98203
CESAR	0.54687
CHOCO	0.68368
CORDOBA	0.96623
CUNDINAMARCA	0.40080
GUAINIA	0.92905
GUAJIRA	0.96706
GUAVIARE	NA
HUILA	0.59907
MAGDALENA	0.94095
META	0.52239
N. SANTANDER	0.21715
NARIÑO	0.68762
PUTUMAYO	0.99994
QUINDIO	NA
RISARALDA	0.74715
SANTANDER	0.60068
SUCRE	0.97986
TOLIMA	0.76524
VALLE	0.61984
<b>TOTAL</b>	<b>0.60943</b>

*Fuente: Cálculos SIC con datos de FEDECACAO (2012).*

En el año 2003, por medio de la Ley 818 y el Decreto 2980, se reglamentó la creación de un estímulo tributario para las personas obligadas a declarar el impuesto de renta, con el fin de promover el cultivo de Cacao a través del incremento del área sembrada. Este estímulo consistía en que las rentas que provenían de los nuevos cultivos de Cacao que fueran exportables, quedaban exentos del impuesto de renta por un periodo de 14 años a partir del año 2004.

### 5.2.3. Demanda de Cacao en Colombia

El eslabón industrial de Cacao en Colombia está dominado por dos compañías, Nutresa S.A. y Casa Luker S.A., las cuales procesan alrededor del 87% del Cacao producido en Colombia, Cabe anotar, que estas empresas no solo procesan en Colombia, también lo hacen en otros países a nivel mundial.

### 5.2.4. Demanda (Compra) de Cacao por parte de Casa Luker y Nutresa

En la Tabla 8 se compara la producción Nacional de Cacao y el nivel de compras por parte de las dos principales empresas del mercado, que hacen parte de la cadena Chocolate, Casa Luker y Nutresa. Tal y como se observa, la participación de la compra por parte de estas dos empresas es alrededor de 84.5% en promedio entre el año 2004 y el año 2011, lo cual es un porcentaje importante.

**Tabla 7.** Participación de la Compra de Cacao por parte de Casa Luker y Nutresa.

<b>Año</b>	<b>Compra Nutresa</b>	<b>Compra Casa Luker</b>	<b>Compra Nutresa y casa Luker</b>	<b>Producción Nacional</b>	<b>Participación de la Compra</b>
2004	19.913.935	11.616.016	31.529.951	36.355.652	86,73%
2005	18.011.271	13.344.120	31.355.391	37.099.397	84,52%
2006	14.632.242	9.948.995	24.581.237	30.355.690	80,98%
2007	17.152.673	10.583.912	27.736.585	33.481.501	82,84%
2008	19.784.877	13.051.247	32.836.124	37.719.001	87,05%
2009	18.433.172	12.183.119	30.616.291	36.132.583	84,73%
2010	20.982.370	14.284.697	35.267.067	42.294.161	83,39%
2011	16.760.675	15.143.365	31.904.040	37.202.806	85,76%

*Fuente: FEDECACAO, Nutresa S.A., Casa Luker S.A.*

Si se analiza por departamento, se observa que Nutresa tiene una posición dominante en la compra de Cacao en los departamentos de Santander y Antioquia, mientras que en el departamento de Cundinamarca y Caldas es Casa Luker quién posee mayor participación en la compra. Por otro lado, en los departamentos de Huila y Nariño la participación de ambas empresas ha estado equilibrada.

**Tabla 8.** Volumen de Compra (Toneladas), por Departamento (Centro de Acopio – Santander, Cundinamarca y Huila)

Año	Santander			Cundinamarca			Huila		
	Nutresa	Casa Lucker	Total	Nutresa	Casa Lucker	Total	Nutresa	Casa Lucker	Total
2004	7.972.365	4.038.652	12.011.017	68.557	4.097.143	4.165.700	2.090.853	1.343.785	3.434.638
2005	7.401.014	4.563.255,00	11.964.269	59.965	4.672.307	4.732.272	1.632.259	1.513.449	3.145.708
2006	7.095.388	4.033.896,00	11.129.284	31.075	2.853.682	2.884.757	893.987	1.100.073	1.994.060
2007	8.076.994	3.972.408,00	12.049.402	345.103	3.551.595	3.896.698	1.130.369	1.188.553	2.318.922
2008	9.566.641	3.319.816,00	12.886.457	378.558	6.425.432	6.803.990	1.033.372	1.348.026	2.381.398
2009	9.091.511	3.400.557,00	12.492.068	1.102	5.204.529	5.205.631	1.064.636	1.501.483	2.566.119
2010	9.791.700	3.617.505,00	13.409.205	270.547	6.375.446	6.645.993	1.371.274	1.604.827	2.976.101
2011	5.187.806	3.823.618,00	9.011.424	62.757	6.001.418	6.064.175	796.689	1.008.409	1.805.098

*Fuente: Cálculos de la SIC con base en estadísticas de Fedecacao, Nutresa S.A. y Casa Lucker S.A.*

**Tabla 9.** (Continuación). Volumen de Compra (Toneladas), por Departamento (Centro de Acopio-Antioquia, Caldas y Nariño).

Año	Antioquia			Caldas			Nariño		
	Nutresa	Casa Lucker	Total	Nutresa	Casa Lucker	Total	Nutresa	Casa Lucker	Total
2004	1.760.656	578.774	2.339.430	103.071	624.703	727.774	933.386	932.959	1.866.345
2005	1.362.099	763.212	2.125.311	92.122	467.101	559.223	1.365.994	1.364.796	2.730.790
2006	1.165.548	685.839	1.851.387	67.414	586.092	653.506	692.726	689.413	1.382.139
2007	1.476.217	668.557	2.144.774	137.553	686.784	824.337	517.080	516.015	1.033.095
2008	1.315.650	684.982	2.000.632	129.132	65.216	194.348	638.652	620.831	1.259.483
2009	1.260.006	674.026	1.934.032	128.011	773.016	901.027	764.036	629.508	1.393.544
2010	1.863.351	723.708	2.587.059	185.666	1.206.703	1.392.369	651.278	756.508	1.407.786
2011	1.620.026	599.857	2.219.883	65.170	1.512.538	1.577.708	1.035.820	2.197.524	3.233.344

*Fuente: Cálculos de la SIC con base en estadísticas de Fedecacao, Nutresa S.A. y Casa Lucker S.A.*

El trabajo de Fedesarrollo (2007) presenta resultados interesantes con respecto a la concentración en el mercado del Cacao. Primero, se evidencia alta concentración en el mercado de productos derivados del Cacao, sin embargo, hacen énfasis en que el mercado está lejos de ser considerado un monopolio, ya que para estos existen indicios de otras empresas relevantes presentes en el mercado.

**Tabla 10.** Volumen de Compra (Participación - %), por Departamento (Centro de Acopio – Santander, Cundinamarca y Huila)

Año	Santander		Cundinamarca		Huila		Antioquia		Caldas		Nariño	
	Nutresa	Casa Lucker	Nutresa	Casa Lucker	Nutresa	Casa Lucker	Nutresa	Casa Lucker	Nutresa	Casa Lucker	Nutresa	Casa Lucker
2004	66%	34%	2%	98%	61%	39%	75%	25%	14%	86%	50%	50%
2005	62%	38%	1%	99%	52%	48%	64%	36%	16%	84%	50%	50%
2006	64%	36%	1%	99%	45%	55%	63%	37%	10%	90%	50%	50%
2007	67%	33%	9%	91%	49%	51%	69%	31%	17%	83%	50%	50%
2008	74%	26%	6%	94%	43%	57%	66%	34%	17%	83%	51%	49%
2009	73%	27%	0%	100%	41%	59%	65%	35%	14%	86%	55%	45%
20010	73%	27%	4%	96%	46%	54%	72%	28%	13%	87%	46%	54%
2011	58%	42%	1%	99%	44%	56%	73%	27%	4%	96%	32%	68%

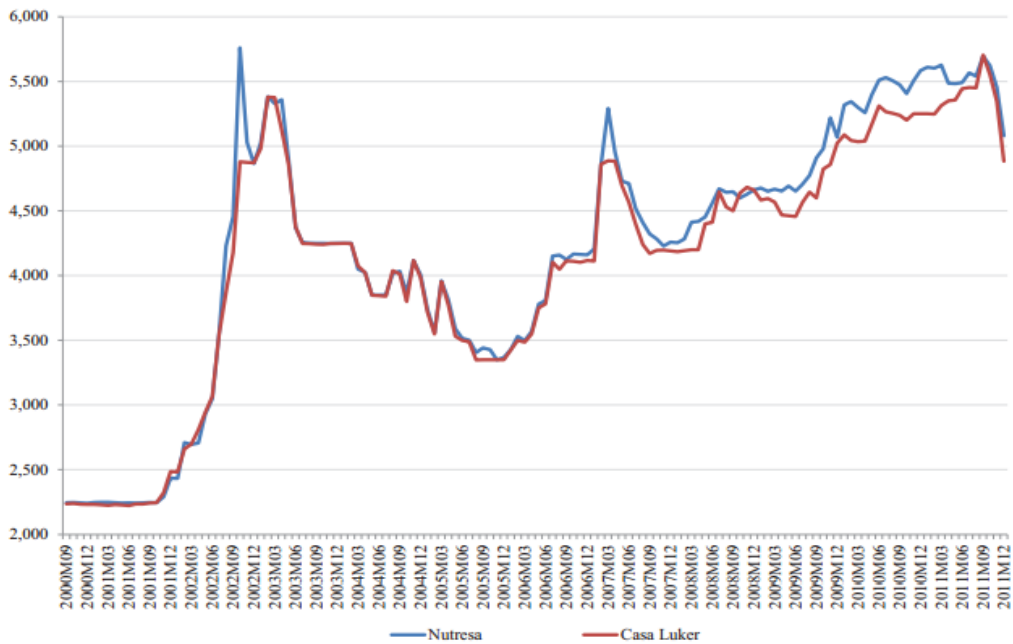
*Fuente: Cálculos de la SIC con base en estadísticas de Fedecacao, Nutresa S.A. y Casa Luker S.A.*

### 5.2.5. Evolución de los precios medios de compra de Cacao

Existen 3 principales centros de Acopio a nivel nacional, Bogotá, Bucaramanga y Medellín. Por disponibilidad de la información, solo se presenta el precio promedio de compra de Cacao por parte de Nutresa y Casa Luker en estos 3 principales centros de acopio a nivel nacional.

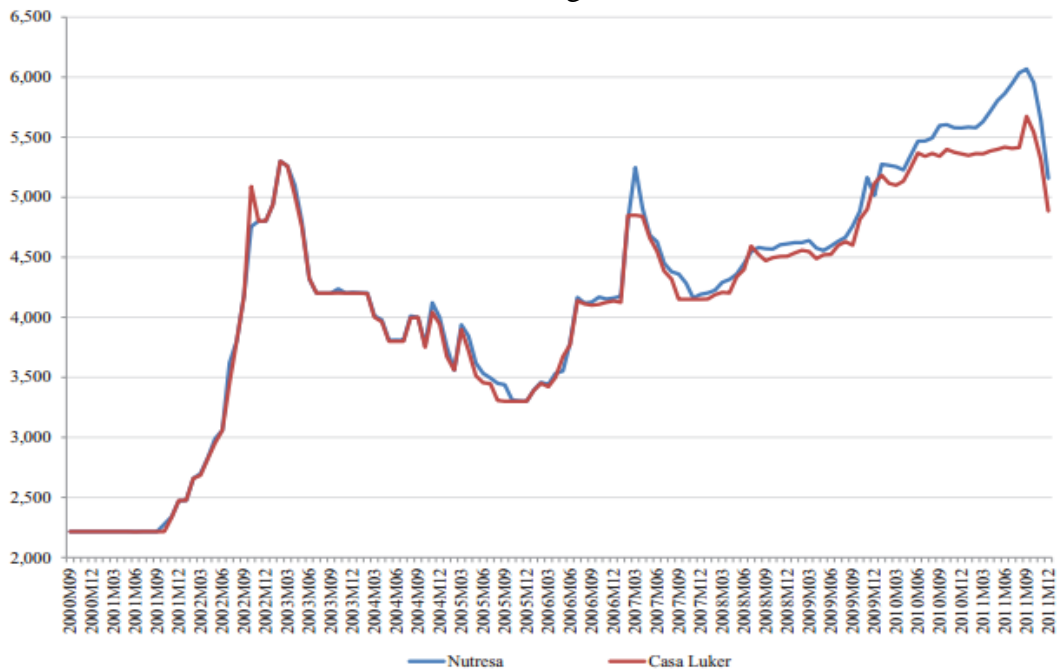
En los Gráficos 6, Gráfico 7 y Gráfico 8 muestran el comportamiento del precio medio de compra de Casa Luker y Nutresa en Bogotá, Bucaramanga y Medellín, respectivamente. Se observa los precios promedio de compra de Cacao por parte de estas empresas ha tenido un comportamiento muy similar

**Grafica 4.** Evolución Precios Medio de Compra de Cacao por parte de Nutresa y Casa Luker, Bogotá, 2000-2009.



Fuente: Nutresa S.A. y Casa Luker S.A.

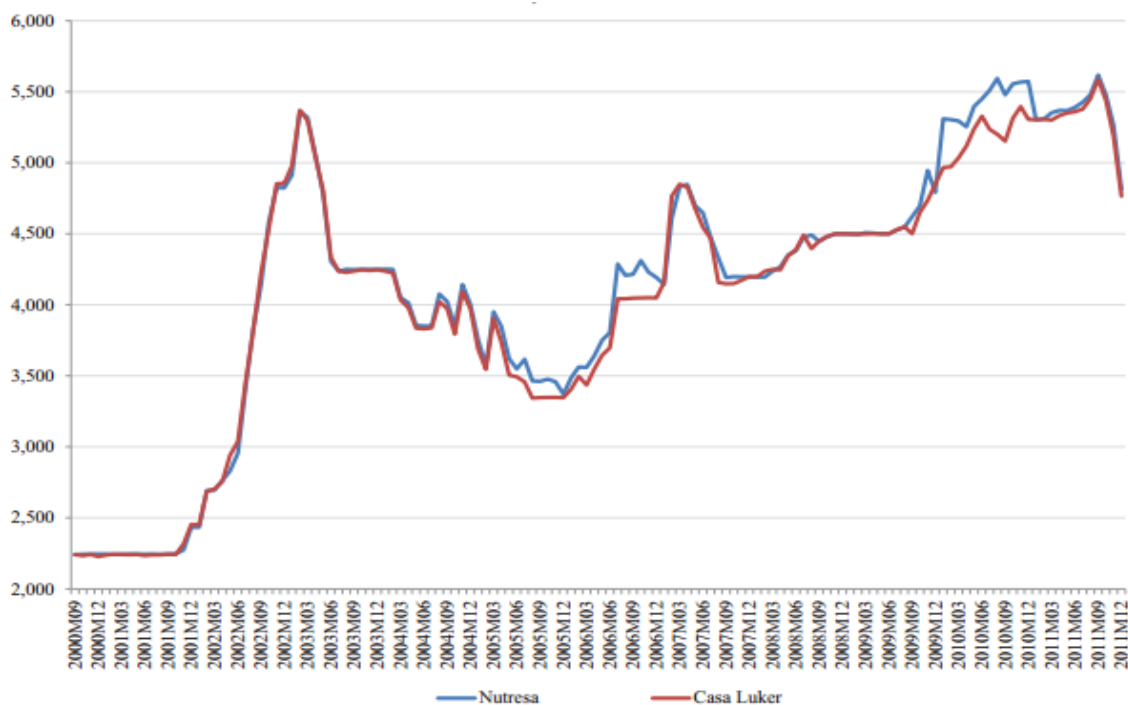
**Grafica 5.** Evolución Precios Medio de Compra de Cacao por parte de Nutresa y Casa Luker, Bucaramanga, 2000 - 2009.





Fuente: Nutresa S.A. y Casa Luker S.A.

**Grafica 6.** Evolución Precios Medio de Compra de Cacao por parte de Nutresa y Casa Luker, Medellín, 2000 - 2009.



Fuente: Nutresa S.A. y Casa Luker S.A.

### 5.2.6. Comercio Exterior de la Cadena del Cacao en Colombia

El comportamiento de las exportaciones y las importaciones de Cacao y sus preparaciones (derivados)<sup>3</sup> es clave para analizar su competitividad, dado que este tipo de bienes constituyen la base de la economía en la mayoría de los países en desarrollo.

#### Exportaciones

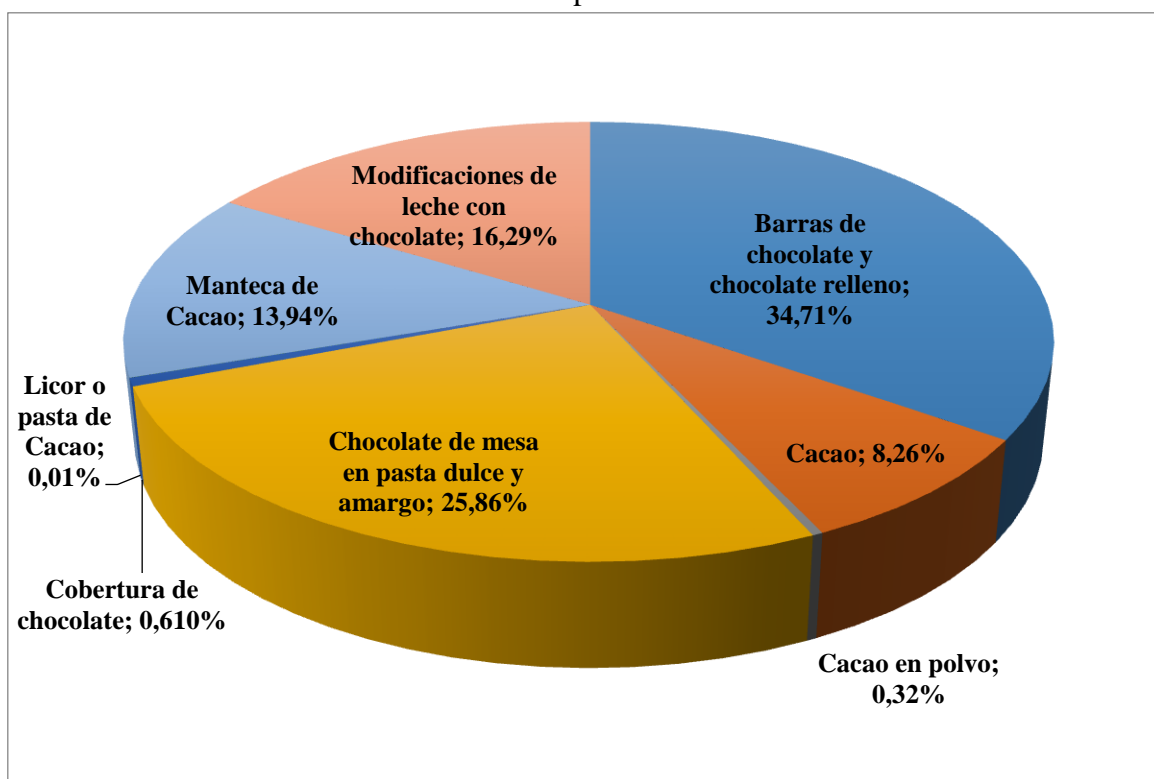
Según la SIC (2012), los comportamientos de las exportaciones de la cadena del Cacao han estado marcadas por un incremento significativo durante la década pasada, pasando de exportar 19, 808,392 dólares en el año 2002, a exportar 71,836,712 dólares durante el año 2010.

<sup>3</sup> Incluye Cacao, Cacao en Polvo, Barras de Chocolate y Chocolates rellenos, Chocolate de mesa en pasta dulce y amargo, Cobertura de Chocolate, Licor o pasta de Cacao, Manteca de Cacao y Modificaciones de Leche con Chocolate.

## Composición de las Exportaciones de la Cadena de Cacao

La participación del Cacao y sus preparaciones en las exportaciones totales de la cadena se pueden observar en los Gráficos 2, 3 y 4, para los años, 2006 y 2010, respectivamente.

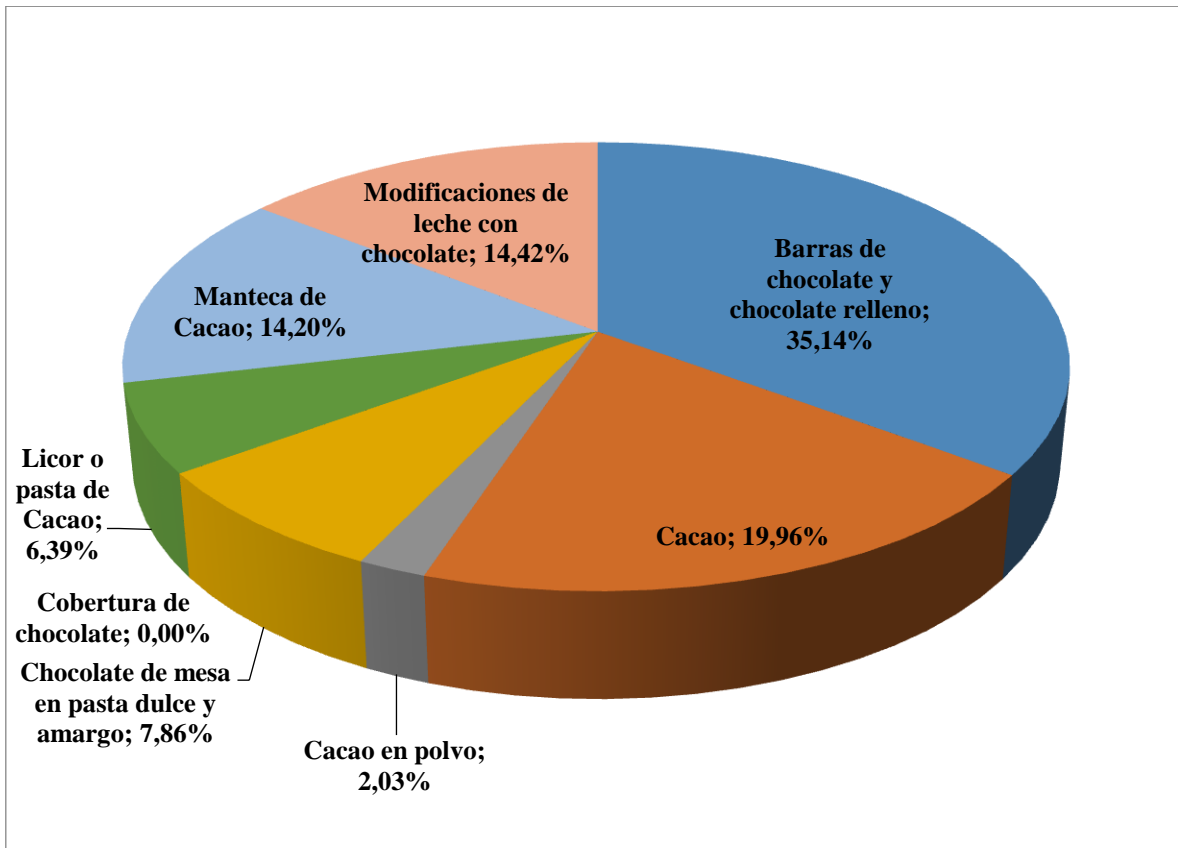
**Grafica 7.** Exportaciones 2006



*Fuente: Cálculos SIC, DNP.*

En el 2010, como se observa en el Gráfico 10, las barras de chocolate y chocolates rellenos continúan liderando la participación en las exportaciones totales de la cadena, con un 35.14%, seguido del Cacao en grano con un 20% aproximadamente. Este incremento de la participación del Cacao en el total de exportaciones de la cadena se puede observar en el Gráfico 19, el cual se presentó a causa del incremento de la demanda de países como Canadá y España por Cacao Colombiano.

**Grafica 8.** Exportaciones 2010

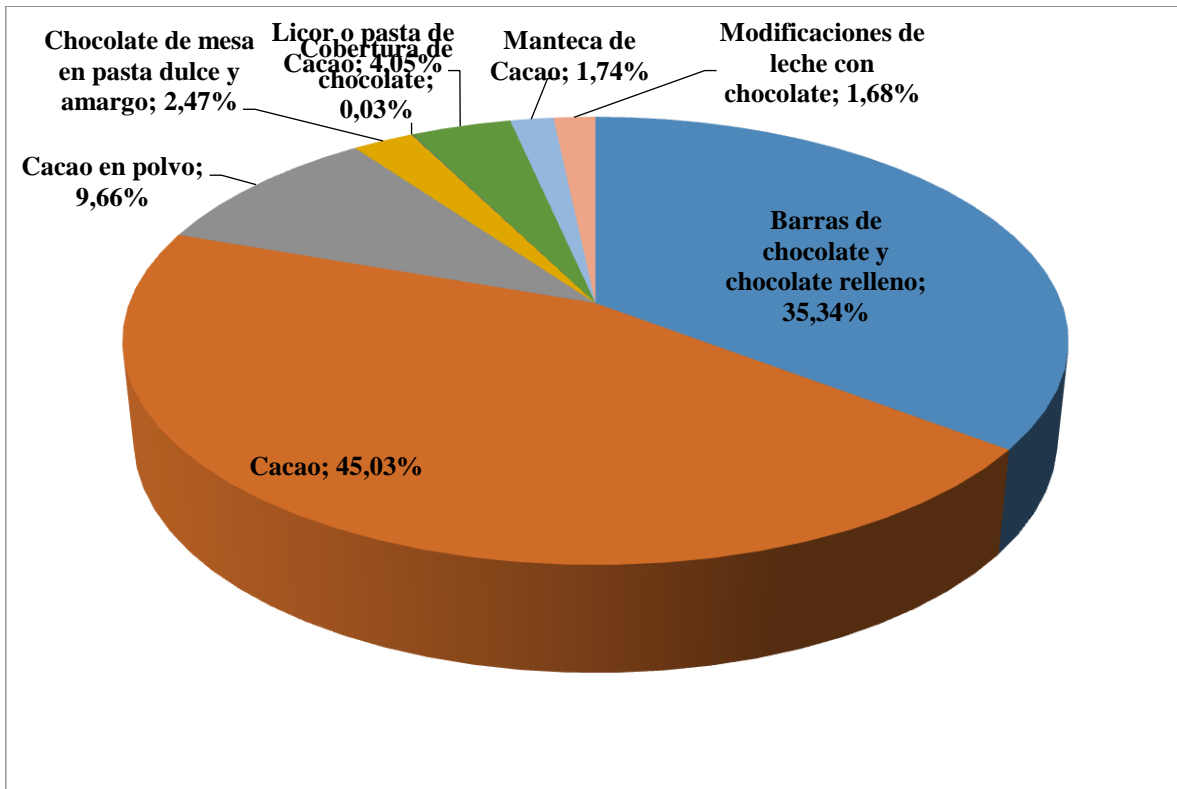


*Fuente: Cálculos SIC, DNP.*

### **Importaciones**

Por el lado de las importaciones, la participación del Cacao y sus derivados en el total de la cadena se pueden observar en el Gráfico 8 y Gráfico 9, para los años 2006 y 2010, respectivamente.

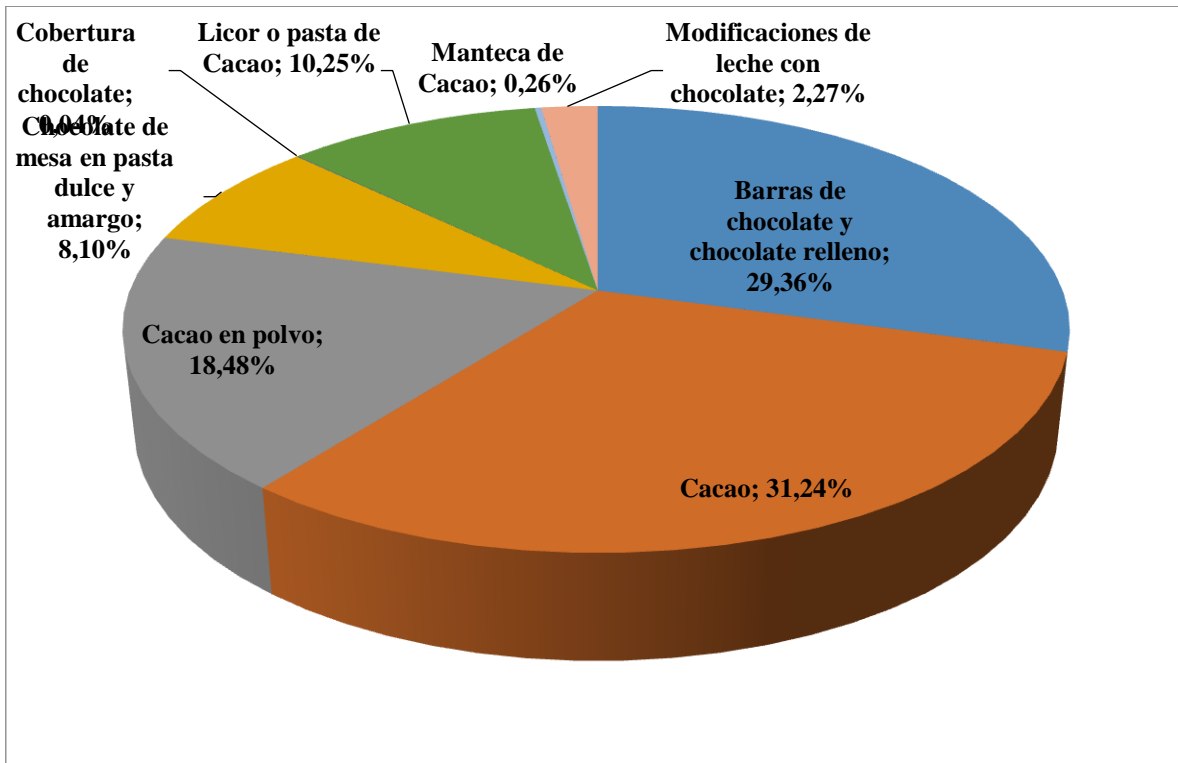
**Grafica 9. Importaciones 2006**



*Fuente: Cálculos SIC, DNP.*

En el año 2010, como se observa en el Gráfico 9 tanto la participación del Cacao en grano como de las barras de chocolate y chocolates rellenos disminuye a causa del incremento de la participación de las importaciones de Cacao en polvo, del licor o pasta de Cacao y del chocolate de mesa en pasta dulce y amarga. El Cacao en grano pasa a tener una participación del 31.24%, las barras de chocolate y chocolates rellenos un 29.36%.

**Grafica 10. Importaciones 2010**



Fuente: Cálculos SIC, DNP.

## **6. ESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA AGRO CADENA DEL CACAO EN COLOMBIA.**

### **6.1. El cacao en Colombia**

El sistema de producción del Cacao (*Theobroma Cacao L.*) En Colombia tradicionalmente ha sido una explotación de economía campesina. Su importancia económica radica en el gran consumo de la materia prima para la elaboración principalmente del chocolate de mesa. Componente básico de la canasta familiar, de productos manufacturados en confitería y algunos excedentes exportables, originando divisas para el país. (Aranzazu Hernández, Martínez , Valencia , Coronado, & Rincón, 2009); En Colombia se producen cacaos comunes y de alta calidad o los llamados Premium, ambos finos de sabor y aroma, y pertenecen al tercer grupo de productos con mayor ventaja comparativa en el país, respecto de sus competidores internacionales, dadas las condiciones agroecológicas en términos de clima y humedad y su asociación con otros cultivos.

En Colombia se ha caído en una dinámica perversa para el desarrollo del cultivo, toda vez que el cacao por su carácter de permanente no requiera grandes inversiones una vez superado el período de desarrollo, razón por la cual es frecuente el abandono del cultivo a su suerte, convirtiéndose en una actividad casi extractiva, en donde solamente se invierte en mejoras cuando el precio interno mejora coyunturalmente. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2005), y de acuerdo con (Agro cadenas, 2005) la producción nacional de cacao es absorbida por las compañías procesadoras a través de acopiadores o agentes autorizados para la compra del grano y el resto es destinado a pequeños procesadores o a la exportación en volúmenes marginales.

FEDECACAO nos confirma que, en Colombia, el cacao es un cultivo tradicional de economía campesina, se desarrolla cultivándolo en parcelas de tamaño pequeño o mediano con unidades productivas de 3,3 hectáreas en promedio. El cultivo de cacao en Colombia presenta niveles de baja productividad en razón a que escasamente se producen 450 kilogramos de cacao seco por hectárea al año. Como causas de esta baja productividad se destacan la baja fertilidad del material genético, el reducido número de árboles por hectárea y la edad avanzada de los cultivos. “En *Colombia, es un cultivo de mucha importancia en ciertas zonas en las cuales se constituye en la principal fuente de ingresos para cerca de 25,000 familias*” (Fedecacao, 2004)

El DANE en el Censo Metodológico realizado para el 2004 del Cacao señalaba que: “el cultivo se encuentra en un nivel bajo de tecnología 78,27%, alrededor de un 22,87% en nivel medio y menos del 1% en un nivel de tecnología alto. En general el agricultor solo realiza las labores básicas de recolección, control de malezas y poda. Adicionalmente, el agricultor tiene que comprar insumos agrícolas y herramientas que le representan un gasto en efectivo, lo que crea un desestimulo en la siembra de la totalidad de las parcelas, generando un fraccionamiento de la producción dirigida al consumo familiar y a la venta en el mercado.

## **6.2. Agro cadena del cacao**

La Cadena suscribió el Acuerdo Nacional de Competitividad en octubre de 2001, con el propósito de implementar estrategias de transferencia de tecnología, investigación e innovación y desarrollo de mercados, que conduzcan al aumento de las siembras y mejoramiento de la productividad del grano de cacao y posicionamiento en los mercados interno y externo con productos de mayor valor agregado.

Esta Cadena está conformada por los eslabones industrial, que corresponde a los productores de chocolates y confites; del comercio interno de productos elaborados;

exportadores de semi-elaborados y de grano; y de producción primaria del grano. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2008)

El crecimiento a nivel local y el desarrollo de tecnologías podrían permitir la inclusión de un producto colombiano más competitivo con referencias de denominación de origen. “...Si no puede competir por volumen es necesario aumentar el nivel de competitividad diferenciando el cacao producido para poder entrar a los mercados nicho que ofrezcan mayores niveles de retorno.” (Aguilar, 2012) Aplicando las buenas prácticas de cultivo y el mayor rendimiento del producto en todos los eslabones de la cadena.

La nueva apertura y dinamización global de los mercados promueve la participación de productos fundamentales para el desarrollo de nuevos valores agregados; la creciente demanda y el nacimiento de nuevos tipos de consumo/uso representan oportunidades para los sectores, es por esto que la participación de un producto tan aceptado y con tantas posibilidades de desarrollo en la cadena, como el Cacao, que podría resultar en un producto nacional (Colombia) altamente competitivo en el globo.

Las Cadenas productivas pecuarias involucran a diversos actores que se encuentran antes del proceso, durante el proceso y después del proceso productivo, así por ejemplo podemos tener a los proveedores de insumos, a las fuentes crediticias, e instituciones asesoras, a los productores y/o procesadores, los comerciantes de los canales de comercialización y los consumidores finales. Se formalizan mediante acuerdos, pactos o alianzas estratégicas de orden productivo.

### **6.3. La estructura de la Agro cadena cacao en Colombia**

Colombia es uno de los países que mayor producción de cacao genera en América después de Brasil, Ecuador, Perú y República Dominicana. Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO). Colombia produce uno de los mejores cacaos del mundo por su aroma y sabor, distinción que solo tiene el 5% del grano mundial.

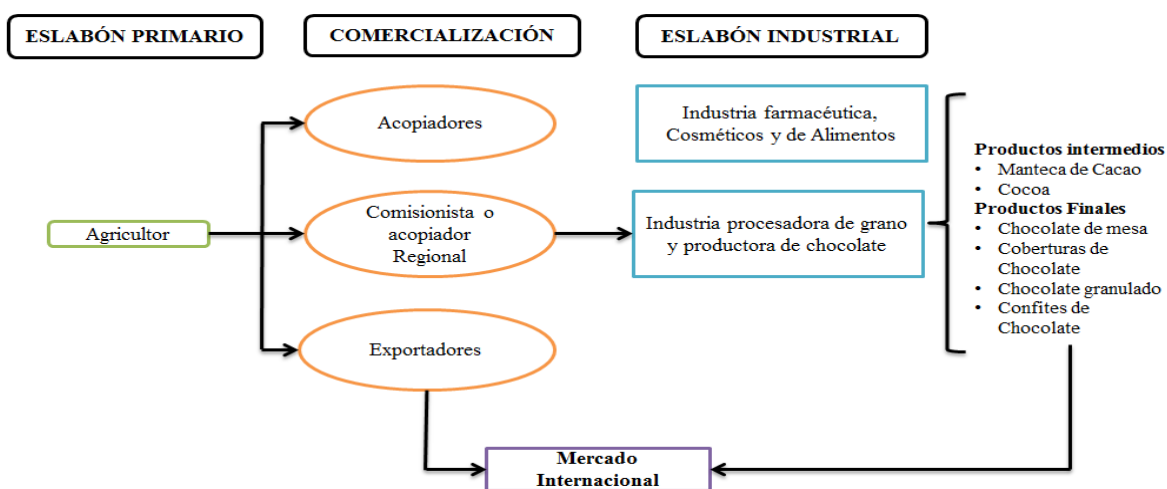
El cultivo de cacao se encuentra presente en casi todas las regiones de Colombia y el Departamento que tradicionalmente ha concentrado la mayor producción de cacao es Santander, que para el 2011 aportó cerca del 38% de la producción nacional (ICCO, 2007)

Según la SIC(2012), La cadena productiva del Cacao en Colombia se puede clasificar básicamente en 3 eslabones; eslabón primario o de producción, eslabón secundario o de comercialización y eslabón terciario o industrial, adicionalmente la cadena productiva contiene los siguientes productos: Cacao, Cacao en Polvo, Barras de Chocolate y

Chocolates rellenos, Chocolate de mesa en pasta dulce y amargo, Cobertura de Chocolate, Licor o pasta de Cacao, Manteca de Cacao y Modificaciones de Leche con Chocolate.

En el diagrama 2. Se muestra la estructura de la agro-cadena del cacao con los eslabones que la conforman, eslabón primario, comercialización y eslabón industrial. El cacao en grano es la materia prima para las industrias confitera, productora de chocolate, de cosméticos y farmacéuticos. La Cadena comprende tres tipos de bienes: 1. primarios: Cacao en grano; 2. Intermedios: Manteca, polvo y pasta de cacao; y 3. Finales: Chocolate para mesa y confites.

**Diagrama 2.** Estructura de la cadena productiva del Cacao



*Fuente: Observatorio de agro-cadenas Colombia, 2005.*

La Cadena de cacao abarca la producción del grano, procesamiento del mismo y producción de chocolates y confites. Según Corpoica, el 75% de cacao es absorbido por las compañías procesadoras a través de acopiadores o agentes autorizados para la compra del grano y el resto se destina a pequeños procesadores o a la exportación en volúmenes marginales. La industria se encarga del procesamiento y elaboración de los derivados del cacao.

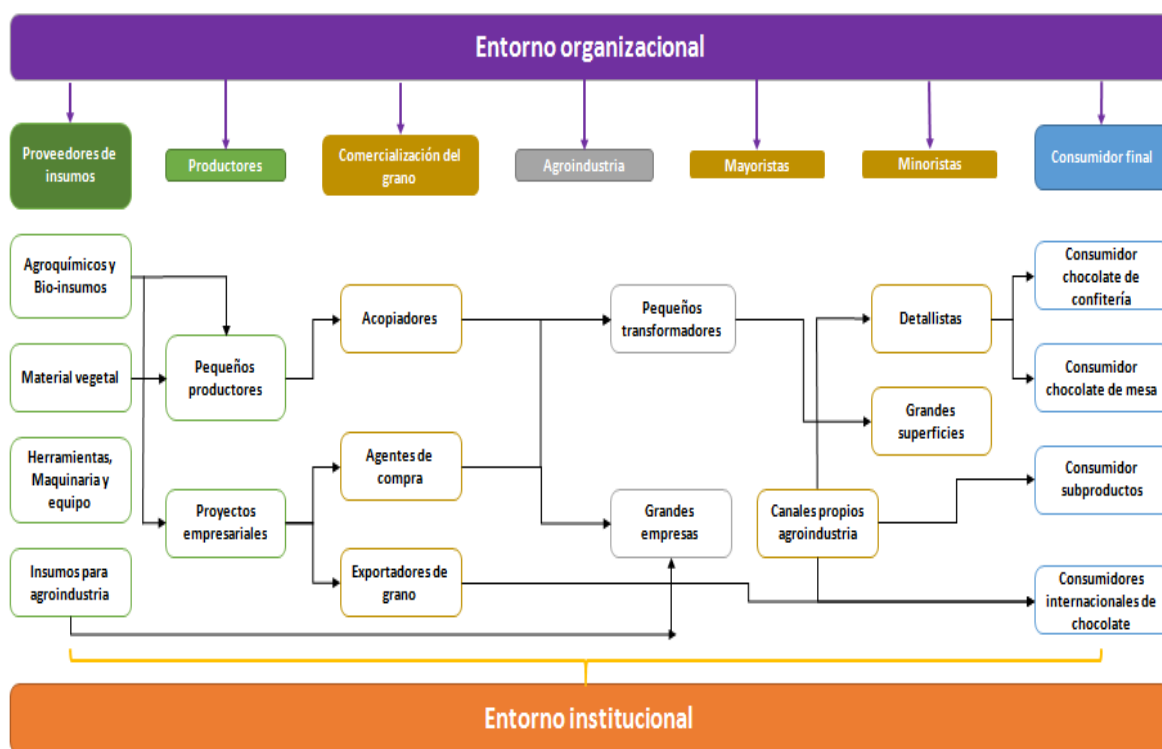
### 6.3.1. Eslabones

Según la SIC(2012), La cadena productiva del Cacao en Colombia se puede clasificar básicamente en 3 eslabones; eslabón primario o de producción, eslabón secundario o de comercialización y eslabón terciario o industrial, adicionalmente la cadena productiva contiene los siguientes productos: Cacao, Cacao en Polvo, Barras de Chocolate y Chocolates rellenos, Chocolate de mesa en pasta dulce y amargo, Cobertura de Chocolate, Licor o pasta de Cacao, Manteca de Cacao y Modificaciones de Leche con Chocolate.



En base a lo desarrollado por la superintendencia de industria y comercio (SIC, 2012) para el estudio sectorial del cacao en Colombia en el año 2012 se desarrolló un nuevo modelo de lo que sería la nueva cadena productiva del cacao.

**Diagrama 3.** Modelo propuesto para la cadena productiva de Cacao.



*Fuente: Elaboración Propia en base de lo desarrollado en la agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de cacao-chocolate en Colombia, 2007.*

La Agro cadena sigue dividiéndose en los 3 eslabones básicos, como lo son el primario que caracteriza la producción, el secundario en el que desarrollan las actividades de comercialización y terciario o industrial en el que se realiza la transformación antes de llegar al consumidor final. Esencialmente la cadena sigue siendo la misma, solo con la diferencia que anteriormente no se tomaban en cuenta varios actores que actúan directamente con la cadena, en el caso específico dos aspectos muy importantes que anteriormente no se tomaban en cuenta eran los entornos organizacionales e institucionales.

A continuación, se presentan los actores directos de la Agro cadena de Cacao

- ❖ **Proveedores de Insumos:** integra las actividades de quienes comercializan insumos y materias primas necesarias para el cultivo del cacao y para los procesos de transformación propios de la agroindustria.

- ❖ Productores del Grano: agrupa a las fincas ubicadas en las regiones productoras de cacao del país, donde además coexisten proyectos empresariales destinados al mejoramiento de los niveles de producción y estructuras de beneficio propias.
- ❖ Comercializadores del Grano: hace referencia a los actores ubicados en las cabeceras de los municipios productores, quienes realizan el acopio del grano y son el puente entre el cultivador y la industria.
- ❖ Agroindustria de transformación del cacao: integra las actividades dirigidas fundamentalmente al procesamiento de productos para la industria alimenticia de chocolate.
- ❖ Mayoristas: eslabón constituido por los encargados de la venta y distribución de grandes cantidades de productos transformados.
- ❖ Minoristas: este eslabón agrupa a los actores que comercializan los productos transformados al detal.
- ❖ Consumidor Final: integra a los consumidores de los productos de la cadena.

En el siguiente proceso se desglosan los agentes que participan en la cadena, con una mirada breve a su situación en el mercado colombiano. Por cada eslabón se describen sus actores y niveles de participación.

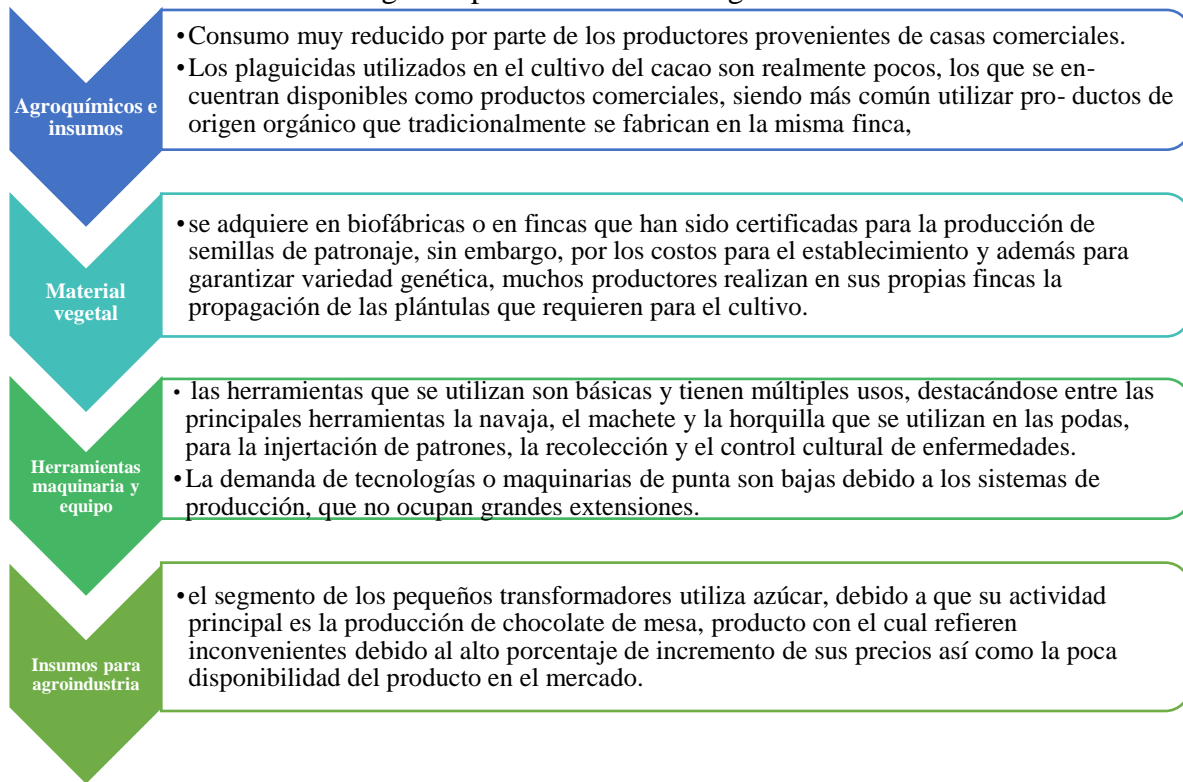
### **6.3.2. Eslabón primario**

En el diagrama 3, el modelo propuesto para la cadena productiva de cacao basado en el diagrama desarrollado por la agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de cacao-chocolate en Colombia, 2007. Se puede identificar de color verde todos aquellos actores que hacen parte de este eslabón primario. Donde encontramos a los proveedores y a los productores.

#### **Proveedores**

Los proveedores de insumos en la cadena se clasifican en dos grandes grupos: los proveedores de insumos para el cultivo, donde se encuentran aquellos comercializadores de material vegetal, agroquímicos y pesticidas, y los proveedores de herramientas y equipo para el cultivo del cacao en las fincas; y por otro lado se encuentran aquellos proveedores de insumos y materias primas para la agroindustria dedicada a la transformación. Surge la siguiente grafica caracterizando estos agentes.

**Grafica 11.** Agentes proveedores de la Agrocadena de Cacao.



*Fuente. Elaboración propia basada en datos de la Agenda Prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de Cacao-Chocolate en Colombia*

### **Agricultor (Productor de Cacao)**

Los productores se dividen en dos (2) los pequeños productores o aquellos bajo un sistema de producción campesina, es decir, el productor vive en la finca, trabaja en ella y deriva la mayor parte de su sustento de ella, y los cuales desarrollan en gran medida la mayor parte de la producción.

Según FEDECACAO, el cultivo de cacao se convierte en un cultivo de economía de subsistencia, del cual el agricultor percibe aproximadamente el 75% de su ingreso. El cultivo del cacao demanda gran cantidad de mano de obra, se estima que de esta actividad viven aproximadamente 35.000 familias. También señala que en Colombia, el cacao es un cultivo tradicional de economía campesina cultivado en parcelas de tamaño pequeño o mediano con unidades productivas de 3,3 hectáreas en promedio.

Y los proyectos empresariales, que buscan a través de distintos planes de negocio servir como fuente de aprovisionamiento para grandes empresas privadas, e indirectamente hacer crecer el mercado nacional, son aquellos en que se invierten en tecnologías y materiales para el desarrollo de productos especializados y con un mercado objetivo específico.

En éste segmento de proyectos empresariales, se encuentran proyectos como el desarrollado por la empresa Agrotropical S.A., conformada por inversionistas particulares de Santander, quienes tienen el 70% de las acciones de la empresa y el restante 30% le corresponde a la Empresa Agrotropical Ecuador S.A., quienes proporcionaron la propuesta tecnológica de producción con la cual se pretenden alcanzar rendimientos que están en el rango de los 2,5 a 3 ton/ha, a partir de una variedad del cacao ecuatoriano, el CCN-51 (Colección Castro Naranjal)

Un ejemplo más reciente es el proyecto COEXCA desarrollado y financiado por la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza (SECO) y cuenta con el apoyo de Proexport, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, de la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia y de la Gobernación de Santander, más el apoyo de alcaldías locales y de las mismas organizaciones de productores. Lo que demuestra que a través de inversiones públicas y privadas se pueda desarrollar un Cacao fino de exportación con características organolépticas que permitan su salida comercial y orientado al proceso de mejoramiento de la calidad del cacao colombiano y su posicionamiento en el mercado internacional como producto de alta calidad y de origen, que es ofrecido por las organizaciones de productores de forma confiable.

### **6.3.3. Eslabón secundario**

En este espacio vamos a ver que la mayor parte de la cadena se desarrolla en este punto, la comercialización determina todos los procesos de intercambio, donde podemos ver la mayor cantidad de actores que participan en la cadena. En el diagrama 3, podemos identificarlos marcados con un color dorado, indicándonos aquellos que son agentes exclusivos en este eslabón.

#### **Acopiadores**

Existen 3 principales centros de Acopio a nivel nacional, Bogotá, Bucaramanga y Medellín no se tienen datos específicos de su capacidad y extensión; recientemente la Acción Social y la oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) inauguraron en Tumaco el primer centro de acopio, fermentación y secado tecnificado de cacao que beneficiará a todos los Cacaoteros de la zona.

#### **Agentes de compra**

Según la IIAP Se trata, de un grupo comerciante, que realiza sus actividades esencialmente con fines de lucro y cuyo principal objetivo es la maximización de sus beneficios. Los

acopiadores se ubican en los centros donde residen los productores o donde hay las mayores posibilidades de conseguir movilidad hacia el mercado.

En este caso los acopiadores tienen un contacto directo con el productor y muchas veces se realiza una acción comercial con agentes comisionistas, y se estima que un 20% de la comercialización del grano de cacao se realiza de esta manera. Lo cual representa un porcentaje alto para una comercialización no tan formal y en la que el agente comisionista a través de la cadena se lleva una fracción que puede verse reflejada al momento de la compra para el consumo final en otros canales de distribución.

### **Exportadores de grano**

Las exportaciones se realizan de forma esporádica debido a que Colombia no genera excedentes exportables y los precios internacionales no son atractivos para los comercializadores. (MADR, 2006).

### **Mayoristas**

También llamados rematistas, los mayoristas, al igual que los acopiadores, son comerciantes cuyo objetivo es la maximización de sus beneficios. Los mayoristas poseen capital financiero para realizar sus operaciones y son conscientes de su poder de negociación frente a los productores y acopiadores, condición que usan para presionar los precios a la baja. (IIAP, 2003)

Según Fedecacao los mayoristas tienen un solo segmento que corresponde a los canales propios de la agroindustria, y que directamente son los encargados de la distribución en grandes volúmenes de los productos que ellos mismos elaboran en el eslabón de agroindustria, es por eso que en esta parte de la Agrocadena en Colombia la agroindustria se encuentra mezclada con el eslabón de agroindustria, en el territorio nacional los mismos encargados de transformar el producto son los que llevan a cabo gran parte de su comercialización y distribución para el consumo final; en el caso de la Compañía Nacional de Chocolates, esta misma creó una red de distribución la cual atiende a más de 800.000 clientes en 850 municipios de los 1.070 que tiene el país lo cual significa el 79,43% del territorio nacional. Además de todo esto posee puntos de venta a lo largo del país, complementada con las filiales Industria colombiana de café (Colcafé), fábrica de café la Bastilla, Doria e Inveralimentos Noel. Cuenta con una red de distribución propia de productos lo cual hace posible cubrir todo el territorio.

Por otra parte, la Casa Lucker posee canales de distribución dependiendo de la línea de productos, Consumo en hogares o fuera de estos. Para el consumo en hogares tiene una

línea de atención directa a clientes en los distintos canales de distribución ya sea a través de grandes cadenas, supermercados, auto servicios, tiendas de barrio y mayoristas.

### **Minoristas**

Este eslabón se subdivide en dos segmentos encargados de la distribución de pequeños volúmenes por parte de los productos elaborados por el agro industria son denominados detallistas y de grandes superficies:

- ❖ **Detallistas** estos están conformados por las tiendas, pequeñas superficies de alimentos como mini mercados, y manejas como principal producto de comercialización el chocolate de mesa y confitería en unidades.
- ❖ **De grandes superficies** En estas se comercializan chocolates de mesa y confiterías, y aunque este segmento muestra un crecimiento moderado con respecto al de detallistas, esto se puede atribuir a que el consumidor está invirtiendo en otros bienes.

Con relación a las cantidades comercializadas y su participación en el mercado según el estudio realizado por ACNielsen se halló como conclusión que tienen una participación del 14% del mercado del país, además han demostrado un crecimiento importante en ventas debido a la cada vez mayor variedad de alimentos de bajo desembolso, Como las pastillas de chocolate de mesa, por el desarrollo de empaques y presentaciones más económicas que permiten la compra fraccionada y menores incremento en el precio en comparación con los supermercados en los últimos años.

#### **6.3.4. Eslabón industrial o terciario**

Este eslabón se muestra en el diagrama 3 en colores grises, en los que encontramos las grandes industrias y las pequeñas, en cuanto a las pequeñas se consideran, empresas de índole familiar donde la transformación es mínima, donde se emplea baja tecnología para su transformación. Se consideran productos artesanales que se venden en localidades. Por eso se enfocará más en las grandes industrias que abarcan y capitalizan gran cantidad de la producción nacional de cacao.

Como se pudo observar en el análisis del contexto nacional el eslabón industrial de Cacao en Colombia está dominado por dos grandes compañías, Nutresa S.A. y Casa Luker S.A., en las cuales se procesa alrededor del 87% del Cacao producido en Colombia, Cabe anotar, que estas empresas no solo procesan en Colombia, también lo hacen en otros países a nivel

mundial, así que también hacen parte de una parte de la exportación de productos ya terminados para el consumidor final. Por su parte de la casa lucker exportan el 35% de la producción actual a 116 países del mundo, somos proveedores de productos industriales hechos a la medida para grandes fabricantes de la industria alimenticia.

Además de estas dos empresas que acaparan la mayor parte de la producción nacional, Entre las empresas que se destacan por el posicionamiento de sus marcas se encuentran: La Compañía Nacional de Chocolates, Comestibles Ítalo, Triunfo y Colombina. Y existen otras grandes compañías que participan en la transformación de productos a base de cacao.

**Diagrama 4.** Lista de Compañías participantes en la transformación del Cacao.



**Arcor de Colombia:** Arcor inició sus actividades en Colombia en octubre de 2000; Las marcas que se comercializan actualmente son Butter Toffees, Bon o Bon, Toy's, caramelos rellenos miel Arcor, Poosh, Nikolo, Golpe, Sapito y Privilegio. Además, posee una importante participación en el mercado de duraznos en conserva.



**Casa Luker S.A:** Es una empresa colombiana de talla internacional, cuenta en su portafolio con una amplia gama de productos de alta calidad en la línea de alimentos y de aseo. Cuenta con plantas de procesamiento para el cacao y además son exportadores.



**Colombina:** Es una compañía de capital colombiano con más de 80 años de experiencia enfocada a la fabricación y comercialización de alimentos en diferentes líneas (confitería, galletería y pastelería, salsas y conservas, helados, embutidos, jugos y compotas) bajo una marca sombrilla “Colombina” altamente reconocida y sinónimo de trayectoria.



**El Grupo Nutresa:** antes llamado **Grupo Nacional de Chocolates**, es una de las empresas más grandes de Colombia. Se fundó el 12 de abril de 1920 en Sonsón, Antioquia, Colombia. Cuentan con una amplia gama de productos como cárnicos, galletas, Chocolates, Tresmontes luccetti, cafés, alimentos al consumidor, Helados y pasta.



**Industrias Noel:** con mas de 100 años de trayectoria en Colombia es una compañía, contando con un portafolio de Galletas, cárnicos y la Compañía está en el negocio de la confitería blanda con la planta Noel en Medellín y Dulces de Colombia en Cartagena que hace recubiertos para dulces y chicle.



**Nestlé:** La multinacional se constituyó en 1944 como la Compañía Colombiana de Alimentos Lácteos S.A. Han transcurrido seis décadas desde que la multinacional Nestlé decidió entrar en el mercado Colombiano. Cuenta con un amplio portafolio de productos de toda clase destacando la confitería y alimentos.

*Fuente. Elaboración propia.*

Hay otro sector en el que el cacao no se usa para consumo en base de alimentos por ejemplo en el sector farmacéutico, la manteca de cacao se utiliza como base de ungüentos y en la producción de supositorios. La industria cosmética utiliza la manteca de cacao para la producción de pintalabios y cremas para el cabello. La manteca de cacao se utiliza en la industria de la alimentación para la leche y el chocolate fondant; se mezcla con masa de cacao como chocolate de pastelería (como cobertura de galletas y chocolates) y, recientemente, ha empezado a ser procesado en el chocolate blanco. (Gustav Hess, 2012)

### **6.3.5. Entorno organizacional**

El Gobierno de Colombia apoya al sector Cacaotero con el Programa de Manejo Social del Campo, con 15 iniciativas de impacto social, también mediante financiamiento a través de FINAGRO, Alianzas Productivas, el Incentivo de Capitalización Rural, con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y Corpoica. Además de otras organizaciones que velan por el sector de manera directa e indirecta para incentivar su crecimiento y desarrollo, y que están disponible para que los productores puedan acceder a ellas. A continuación, en la tabla 11 podemos ver la lista de aquellas organizaciones disponibles para los Cacaoteros.



**Tabla 11.** Lista de organizaciones disponibles para los Cacaoteros.

Organizaciones
Organización de apoyo gubernamental y sector privado
Ministerio de agricultura y desarrollo Rural
La Academia y el SENA
Consejo Nacional Cacaotero
Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao)
Asociaciones Regionales de Cacaoteros
Consejos regionales de cadena
Comité técnico
Fondo para el financiamiento del sector agropecuario (Finagro )
Sector financiero (Banca)
Banco de desarrollo empresarial (Bancodelx)
Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones (Proexport)
Corporación Colombia Internacional (CCI)

*Fuente. Elaboración propia basada en datos de la Agenda Prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de Cacao-Chocolate en Colombia*

### **6.3.6. Entorno Institucional**

#### **FEDECACAO (Federación Nacional de Cacaoteros)**

La Federación Nacional de Cacaoteros es una Asociación Nacional de carácter gremial, de derecho privado, sin ánimo de lucro, integrada por los productores de cacao dentro del territorio de la República de Colombia que manifiesten el deseo de pertenecer a la misma, sean aceptados y cumplan los estatutos, normas y procedimientos establecidos por los órganos de dirección, administración, control y vigilancia de la Federación. Es la administradora del Fondo Nacional del Cacao.

**Misión** La Federación Nacional de Cacaoteros es una organización de carácter gremial dedicada a la investigación, la transferencia de tecnología y la comercialización para el fomento del cultivo del cacao, mejorando las condiciones de vida del productor, generando procesos técnicos eficientes integrales y dinámicos de desarrollo agroindustriales como una actividad rentable, sostenible y competitiva a nivel nacional con la participación de personal competente.

**Visión** Para el año 2013, la Federación Nacional de Cacaoteros será una organización reconocida nacional e internacionalmente por su desarrollo integral y el mejoramiento continuo de sus áreas misionales, ofreciendo soluciones tecnológicas, comerciales, financieras y administrativas, con calidad, competitividad y responsabilidad social.

### **Fondo Nacional del Cacao**

Fondo Nacional del Cacao es una cuenta especial creada por ley para el recaudo y manejo de los recursos provenientes de la Cuota de Fomento Cacaotero, y cuyo propósito es la financiación de programas y proyectos de beneficio para la actividad cacaocultora nacional. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural contrata con la Federación Nacional de Cacaoteros, la administración, recaudo e inversión de la Cuota de Fomento.

Por medio del Fondo se han desarrollado diferentes proyectos que benefician a los productores nacionales en las tres áreas principales que se encuentran establecidas en la ley como son la investigación, la transferencia de tecnología y la comercialización.

Con los trabajos adelantados se pretende tener un sector cada día más competitivo, que responda a las exigencias de la industria nacional y extranjera, teniendo en cuenta que la globalización es un aspecto que atañe a toda la economía y que involucra a pequeños, medianos y grandes productores.

### **Marco jurídico**

- ✓ Constitución política de Colombia de 1991. Artículo 65
- ✓ Ley 101 de 1993 o LEY GENERAL DE DESARROLLO AGROPECUARIO Y PESQUERO, Capítulo V: Contribuciones parafiscales agropecuarias y pesqueras. Artículos del 29-35.
- ✓ Ley 811 de 2003 nuevo capítulo de la ley 101 de 1993, Capítulo XIV. Artículos del 101-108.
- ✓ Ley 31 de 1965 sobre fomento de las industrias de Cacao y cesión de unos bienes. Artículos del 1-11.

- ✓ Ley 67 de 1983 se modifican cuotas de fomento, se crean fondos y se dictan normas para su recaudo y administración. Artículos del 2-13.
- ✓ Decreto 1000 de 1984, por el cual se reglamenta parcialmente la ley 67 de 1983, Capítulos I y II. Artículos del 1-19.
- ✓ Ley 321 de 1996 por el cual se fijan las condiciones para la administración de la cuota de fomento Cacaotero, establecidas por las leyes 31 de 1965 y 67 de 1983. Artículos del 1-6.
- ✓ Decreto No 2025 de 1996 por el cual se reglamenta parcialmente el capítulo V de la ley 101 de 1993, y las leyes 67 de 1983, 40 de 1990, 89 de 1993, y 114, 117, 118 y 138 de 1994, Capítulos I, II Y III. Artículos del 1-14.
- ✓ Decreto 2255 de 1996 por el cual se reglamenta la ley 321 de 1996. Artículos 1 y 2.
- ✓ Decreto 502 de 1998 por el cual se reglamenta parcialmente la ley 67 de 1983. Artículos del 1-4.
- ✓ Decreto 392 de 2001 por el cual se modifica el artículo 2do del decreto 2025 del 6 de noviembre de 1996. Artículos 1 y 2.

### **FNC, Cuota de fomento**

La cuota de fomento cacaotero es una contribución obligatoria de carácter parafiscal, que debe ser utilizada en:

- La ejecución o financiamiento de programas de investigación.
- Transferencia de tecnología.
- Comercialización.

Según la Ley 67 de 1983, la Cuota de Fomento Cacaotero es del tres por ciento (3%) sobre el precio de venta de cada kilogramo de cacao de producción nacional. La liquidación de la Cuota de Fomento Cacaotero se hará con base en el precio al cual se efectuó cada transacción.

### **Recaudadores de la Cuota**

Todas las personas naturales o jurídicas que adquieran o reciban a cualquier título beneficien o transformen cacao de producción nacional, bien sea que se destine al mercado interno o de exportación, serán las encargadas de recaudar dicha cuota. Las personas anteriormente relacionadas no podrán procesar ni beneficiar este producto, mientras no se haya deducido previamente la respectiva Cuota de Fomento.

Los recaudadores deben enviar mensualmente a la Federación Nacional de Cacaoteros – Fondo Nacional del Cacao, las sumas que se recauden por concepto de las cuotas de

fomento, dentro de los diez (10) días del mes siguiente al del recaudo, acompañadas de un resumen de las compras en grano y un consolidado por departamento, debidamente totalizada y firmada por el representante de la entidad recaudadora.

### **El comprador (debe contabilizar los pagos como un gasto)**

Todas las personas naturales o jurídicas que adquieran o reciban a cualquier título beneficien o transformen cacao de producción nacional, bien sea que se destine al mercado interno o de exportación, serán las encargadas de recaudar dicha cuota. Las personas anteriormente relacionadas no podrán procesar ni beneficiar este producto, mientras no se haya deducido previamente la respectiva Cuota de Fomento.

El recaudador deberá registrar la Cuota de Fomento efectuada en su contabilidad como una cuenta por pagar a nombre de la Federación Nacional de Cacaotero – Fondo Nacional del Cacao. Los compradores, comerciantes, exportadores o fábricas procesadoras de cacao, están obligados a hacer uso de la Factura Única numerada que para efectos del recaudo ha diseñado la Federación Nacional de Cacaoteros - Fondo Nacional del Cacao. Así mismo, todas aquellas personas naturales y jurídicas, recaudadoras de la Cuota de Fomento, están obligadas a llevar un libro foliado y sellado por el Administrador o Recaudador de Impuestos Nacionales del lugar, o por el Jefe de la Unidad Técnica de la zona.

Los dineros recaudados se destinarán al fomento del cultivo y estará sujeto a un presupuesto, un plan de inversiones y gastos, que la entidad administradora de los recursos del Fondo elaborará anualmente antes del primero (1) de octubre de cada año, y será aprobado por la Comisión de Fomento, como máximo organismo rector del Fondo y de la cual forman parte el Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o su delegado; el Ministro de Hacienda y Crédito Público o su delegado; el Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado; el Jefe del Departamento de Planeación o su delegado; y, tres (3) miembros elegidos por la Junta Directiva de la Federación Nacional de Cacaoteros.

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

A partir de toda la información recopilada en el documento, podemos verificar como se encuentra el mercado de cacao en estos momentos, su dinámica internacional y además la dinámica en el contexto nacional interno de Colombia.

Se pueden determinar varias conclusiones basados en los datos.

Como conclusión y tomando en cuenta varios documentos, sobre los cuales se desarrolló este trabajo, podemos decir que Colombia tiene ventajas competitivas, una de ellas,

considerada la importante, a ubicación geográfica que determina factores como el clima, la calidad de la tierra para sembrar, De acuerdo con la organización, *United Cacao*, esta materia prima se cultiva exclusivamente en una banda geográfica muy estrecha cerca del Ecuador debido a las exigencias climáticas y de lluvias que requiere su plantación para prosperar; además Colombia tiene disponibilidad de tierras, mano de obra y buen material genético en sus cacaos, condiciones que no se encuentran en otros países.

De acuerdo con Procolombia, el país cuenta con más de 2 millones de hectáreas aptas para el desarrollo de cultivos de cacao con una posición geográfica estratégica en su condición de país tropical, que genera unas condiciones óptimas para que el material genético sea más extenso, Sin embargo, pese a las oportunidades que ofrece la geografía de Colombia evidenciada por el clima en Arauca y Nariño para desarrollar el potencial del cacao, la siembra y el valor agregado de este producto se quedó rezagada en un momento del tiempo con respecto a competidores comerciales como Ecuador, Venezuela y México. Esto por problemas de fitosanidad, baja calidad, y baja eficiencia en la siembra potencial por hectárea.

Según la fundación para la educación superior y el desarrollo el contexto internacional, la industria de chocolates está altamente concentrada, tanto en los eslabones de procesamiento del cacao como en el de producción de chocolates. Una característica propia de las industrias de alimentos que operan con economías de escala para enfrentar una demanda que no tiene una alta elasticidad ingreso. Esta estructura de mercado le ha asignado cada vez más importancia al comportamiento de los inventarios como determinantes de la tendencia a la baja de los precios del cacao, característica de un bien primario o commodity. Las cifras de inventarios de CNCH y Luker las dos empresas más grandes en Colombia, permite inferir que los inventarios también juegan un papel muy importante en la determinación del precio doméstico del cacao.

La cadena de cacao-chocolates en Colombia presenta características similares a las observadas en la industria global, con la presencia de pocas empresas procesadoras de gran tamaño. Sin embargo, el sector en Colombia tiene unas particularidades distintivas.

- Primero, en Colombia existen todos los eslabones de la cadena pues se cultiva cacao. El cultivo tiene debilidades competitivas por la deficiencia del paquete tecnológico y la oferta no alcanza a cubrir las necesidades de la industria procesadora. La brecha se ha venido supliendo con importaciones crecientes, en un contexto en que el consumo aparente del grano varía poco en el país.
- En segundo lugar, el cultivo de cacao no ha recibido apoyo significativo por parte del gobierno, pero si se ha sido objeto de políticas de corte transversal orientadas a mejorar

la competitividad de la cadena en el marco de los Acuerdos de Competitividad de las Cadenas Productivas. Entre los instrumentos previstos en la política de competitividad se destaca el gravamen a la producción y las exportaciones de cacao para financiar iniciativas de fomento al sector y los acuerdos de cooperación realizados con la industria procesadora para que ésta absorba la totalidad de la cosecha nacional del grano.

Particularmente en la Agrocadena del cacao podemos notar la falta de desarrollo en general de la Agrocadena donde la producción no se ha desarrollado lo suficiente como para incursionar en otros mercados por fuera de la producción primaria, las dos grandes empresas transformadoras tienen el control casi total de la producción, lo cual indica que los productores basan sus producciones en ser proveedores, además otra falencia que notamos en la cadena es que a través de terceros en el proceso de comercialización, tales como comisionistas y acopiadores el productor deja de percibir gran parte de la ganancia.

El diagnóstico de la cadena productiva en Colombia permite consolidar un conjunto de información relacionada con las características generales del sector del cacao en el territorio nacional, el proceso y productos, el mercadeo, la asociatividad, el capital humano, la organización e institucionalidad. Para que, a partir de ello, identificar tanto un conjunto de necesidades como de potenciales y perspectivas, que permiten tener un panorama general de la cadena en la región para orientar con pertinencia las actividades futuras. Es importante que la información aquí recolectada y formalizada sea tomada como un punto de referencia que se espera sea actualizado continuamente con la finalidad de contar con información verídica y confiable.

## 8. BIBLIOGRAFIA

WCF. (27 de 09 de 2013). *World Cocoa Foundation (WCF)*. Obtenido de World Cocoa Foundation (WCF) web site: <http://worldcocoafoundation.org/>

Aguilar, A. E. (2012). *Cadena productiva de Cacao de Honduras*. Turrialba, Costa Rica: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE).

Aranzazu Hernández, F., Martínez, N., Valencia, G., Coronado, R., & Rincón, D. (2009). *Federación Nacional de Cacaoteros de Colombia*. Recuperado el 27 de 10 de 2013, de Fedecacao:  
[http://www.fedecacao.com.co/site/images/recourses/pub\\_doctecnicos/fedecacao-pub-doc\\_01B.pdf](http://www.fedecacao.com.co/site/images/recourses/pub_doctecnicos/fedecacao-pub-doc_01B.pdf)

Casa editorial El Tiempo. (2009). *Economía Colombiana: De la estabilidad a la crisis*. Bogotá: El Tiempo.

Castellanos, O. F., Torres, L. M., Fonseca, S. L., Montañez, V. M., & Sánchez, A. (2007). *Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de cacao-chocolate en Colombia*. Bogotá DC: MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL.

Castro, J. G. (2004). Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. *ONUDI*, 10.

CCI. (2002). *Inteligencia de mercados : perfil de producto N° 16*. Bogotá: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Cubillos, G., Merizalde, G. J., & Correa, E. (Octubre de 2008). Manual de beneficio del Cacao. Medellín, Antioquia, Colombia. Recuperado el 13 de 09 de 2013, de Sitio web de Nacional de Chocolates: <http://www.chocolates.com.co/>

El Colombiano. (12 de Enero de 2012). *ElColombiano.com*. Obtenido de El Colombiano web site:  
[http://www.elcolombiano.com/historico/produccion\\_de\\_carbon\\_en\\_colombia\\_podria\\_aumentar\\_14\\_por\\_ciento\\_en\\_2012-BCEC\\_166878](http://www.elcolombiano.com/historico/produccion_de_carbon_en_colombia_podria_aumentar_14_por_ciento_en_2012-BCEC_166878)

FAO. (2004). *FAO PROYECCIONES DE PRODUCTOS BÁSICOS AGRÍCOLAS AL AÑO 2010*. Roma, Italia: Documentos de la FAO sobre productos básicos y comercio.

Fedecacao. (2004). *Cacaocultura en el departamento de Cundinamarca (Colombia)*. Bogota DC: Departamento de Cundinamarca (Colombia).

Gustav Hess. (2012). *Acerca de nosotros: Gustav Hess*. Recuperado el 08 de 10 de 2014, de Gustav Hess: <http://www.gustavheess.com/>

IIAP. (2003). *Instituto de investigaciones ambientales del Pacífico*. Recuperado el 05 de Octubre de 2014, de Sitio web del Instituto de investigaciones ambientales del Pacífico: <http://www.iiap.org.pe/promamazonia/sbiocomercio/LineaProductivaItem.aspx?temaFichad=106>

McGraw-Hill. (20 de 10 de 2014). *Sitio web de McGraw-hill.es*. Obtenido de McGraw-hill: <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448199251.pdf>

MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. (28 de junio de 2008). *Ministerio de comercio industria y turismo*. Obtenido de MINComercio Industria y Turismo web site: <http://www.tlc.gov.co/>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2005). *La Cadena de Cacao en Colombia*. Bogota DC, Cundinamarca, Colombia.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2008). *Un campo para el futuro*. Bogota. Oreja, I. H. (2007). *El libro del Chocolate*. Ediciones Piramide.

Peruzzotti, P. A. (2008). *Exportar con exito*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones CAALEN.

Peruzzotti, P. A. (2008). *Exportar con Exito*. Buenos Aires, Argentina: CAALEN.

Restrepo, L. F. (2004). *Gestión estratégica y competitividad*. En L. F. Restrepo, *Gestión estratégica y competitividad* (pág. 80). Bogota DC: Ed. Universidad del Externado.

Ruiz, R. (2007). *El método científico y sus etapas*. Mexico: Publicaciones AulaFacil.

Salinero, J. G. (2004). *Estudios descriptivos, No 7*. NURE investigacion.

WFC. (2014). *Cocoa Market Update*.