

**POTENCIALIDAD EXPORTADORA DEL CACAO PRODUCIDO EN EL
DEPARTAMENTO DE BOLIVAR HACIA EL MERCADO JAPONES**

ADRIANA CORDERO DIAZ

CATHERINE BUSTAMANTE

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MINOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS D. T. y C.

2003

**POTENCIALIDAD EXPORTADORA DE CACAO PRODUCIDO EN EL
DEPARTAMENTO DE BOLIVAR HACIA EN MERCADO JAPONES**

ADRIANA CORDERO DIAZ

CATHERINE BUSTAMANTE

**Monografía para optar al título de
Administración de Empresas**

Asesor

EURIPIDES MARRUGO ESPINOSA

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MINOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS D. T. y C.

2003

Cartagena de Indias, D. T. y C., Noviembre de 2003

Señores

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Minor de Negocios Internacionales.

CUTB

La Ciudad

Apreciados Señores:

Con la presente nos permitimos hacer presentación ante ustedes de la Monografía titulada **“POTENCIALIDAD EXPORTADORA DE CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR HACIA EN MERCADO JAPONES”**, elaborado por los estudiantes Adriana cordero y Catherine Bustamante.

Esperamos que el presente trabajo se ajuste a las expectativas y criterios de la Universidad para los proyectos de grado.

Cordialmente,

ADRIANA CORDERO DIAZ

CATHERINE BUSTANTE GOMEZ

Cartagena de Indias, D. T. y C., Noviembre de 2003.

Apreciados Señores:

Con la presente me permito hacer presentación ante ustedes de la Monografía titulada “**POTENCIALIDAD EXPORTADORA DE CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR HACIA EL MERCADO JAPONES**”, elaborada por los estudiantes ADRIANA CORDERO DIAZ Y CATHERINE BUSTAMANTE , a quienes asesoré en su ejecución.

Atentamente,

EURIPIDES MARRUGO ESPINOSA
ASESOR

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

INTRODUCCIÓN

El objetivo de alcanzar un mejor nivel de desarrollo social y económico en Colombia, basados en las megatendencias mundiales actuales, como son: la globalización de la economía, la reducción del papel del Estado y el protagonismo del sector privado en la gestión del desarrollo y la permanente búsqueda de la eficiencia, ha favorecido la ejecución de proyectos productivos sostenibles, competitivos y rentables, orientados hacia la comercialización internacional de sus productos, convirtiéndose éstos en instrumentos para la obtención de dicho fin.

Es así como el cultivo de cacao, surge entonces como una alternativa muy atractiva para jalonar el desarrollo de la economía nacional, básicamente por las buenas perspectivas que ofrece desde el punto de vista ambiental, social y cultural. El reto es hacer de éste un cultivo rentable y competitivo, con potencialidad para ingresar a los mercados internacionales.

Por estas razones nace la idea de realizar la presente investigación, con el fin de demostrar las características del cacao, como un cultivo rentable, sostenible y competitivo, con grandes oportunidades para la economía del departamento de Bolívar y para los agentes económicos que intervengan en el mismo y con potencialidades para ingresar a los mercados internacionales, especialmente el mercado japonés, cumpliendo con todos los parámetros y estándares internacionales de calidad.

Para el desarrollo de este análisis, se ha dividido el presente documento en cuatro capítulos, todos importantes para su comprensión global.

El primer capítulo presenta las características, el estado actual y la evolución del cultivo de cacao.

El segundo capítulo hace referencia al desarrollo de la cadena productiva de cacao a nivel mundial y en Colombia, haciendo énfasis en la evolución y perspectivas de este cultivo en el departamento de Bolívar.

El tercer capítulo se refiere a las potencialidades del mercado japonés para el cacao cultivado en Colombia, especialmente el producido en el departamento de Bolívar.

Finalmente el cuarto capítulo presenta una evaluación general de los impactos que genera el cultivo de cacao al entorno económico de la región.

I. EL CULTIVO DE CACAO: CARACTERÍSTICAS, ESTADO ACTUAL Y EVOLUCION

1.1. DESCRIPCION

El árbol de cacao es una planta tropical que crece en climas cálidos y húmedos, concentrándose su producción en una banda estrecha de no más de 20 grados al norte y al sur de la Línea Ecuatorial. Aunque su uso más conocido es como el ingrediente principal del chocolate, existen en realidad cuatro productos intermedios que se derivan del cacao en grano: licor de cacao, manteca de cacao, torta de cacao y cacao en polvo.

1.2. ORIGEN

Se cree que el árbol de cacao es originario de la Amazonía, y que más tarde se extendió a América Central, en especial México. Las culturas nativas de esta región, por ejemplo los Olmec y los Mayas, ya lo conocían y lo utilizaban, y lo consideraban como "el alimento de los dioses". En particular, los granos de cacao eran utilizados como moneda por los Aztecas quienes también lo disfrutaban como bebida. Cristóbal Colón descubrió el cacao en América, pero el cacao en grano no fue bien acogido en aquel momento en Europa. Unos 20 años más tarde, Hernán Cortés descubrió la bebida amarga consumida por los Aztecas y envió los granos

de cacao y la receta al Rey Carlos V. Los españoles cambiaron la receta, añadiendo azúcar y calentando los ingredientes para mejorar el sabor.

En 1828 se inventó la prensa para cacao que permitió la extracción de la manteca de cacao. Más tarde (alrededor de 1879), los suizos desarrollaron el chocolate con leche y el chocolate sólido.

El cacao de la cabecera de la Cuenca del Amazonas, es decir, desde su origen, se dispersó en dos direcciones: para el oriente a lo largo del río Amazonas, originando el cacao tipo Forastero Amazónico y para el norte y occidente cruzando la cordillera de los Andes y ubicándose en Centroamérica, dando origen al cacao tipo Criollo.

El primer encuentro de Europa con este producto precolombino, se dio a principios del siglo XVI, cuando Colón, anclado frente a las costas caribeñas de Honduras, recibió como presente de los nativos unas nueces ovaladas de color marrón, con las cuales localmente se elaboraba el xocolatl, bebida fuerte que producía energía y vitalidad. Sin embargo, solo podría hablarse del real descubrimiento del cacao por parte de los españoles, hasta la llegada de Hernán Cortés a México en 1519.

Es durante el siglo XVIII cuando el chocolate se empieza a preparar con leche y azúcar, y las damas francesas ponen de moda la degustación de los bon bon, sin

embargo, es solamente a partir de inicios del siglo XIX cuando se empieza a fabricar el chocolate en forma de tabletas, tal y como lo conocemos hoy en día, y se desarrollaron novedosos productos como la cocoa.

1.3. ASPECTOS TÉCNICOS

El árbol de cacao, (*Theobroma cacao* L. de la familia Sterculiaceae – Ver Tabla No. 1) es normalmente un árbol pequeño, tiene entre 4 y 8 metros de alto, aunque si recibe sombra de árboles grandes, puede alcanzar hasta los 10 metros de alto. El tallo es recto, la madera de color claro, casi blanco, y la corteza es delgada, de color café. El fruto (la nuez de cacao) puede alcanzar una longitud de 15-25 centímetros. Cada fruto contiene entre 30 y 40 semillas, que una vez secas y fermentadas se convierten en cacao en grano. Las semillas son de color marrón-rojizo en el exterior y están cubiertas de una pulpa blanca y dulce.

Para obtener una producción ideal, los árboles de cacao necesitan una precipitación anual entre 1150 y 2500 mm y temperaturas entre 21°C y 32°C.

Existen tres variedades de árboles de cacao. La más conocida es la variedad Forastero, que representa el 90% del cacao producido en el mundo. Se encuentra en África del Oeste y Brasil. El segundo grupo es el Criollo, que produce "cacao fino y de aroma", cultivado principalmente en el Caribe, Venezuela, Nueva Guinea

Papua, las Antillas, Sri Lanka, Timor Oriental y Java. Por último, existe la variedad Trinitario, que es un cruce entre el Criollo y el Forastero.

A pesar de que los frutos maduran a lo largo del año, normalmente se llevan a cabo dos cosechas en un año: la cosecha principal y la cosecha intermedia. La cosecha intermedia es en general menor que la cosecha principal, sin embargo, el tamaño relativo varía según a cada país. El cacao se clasifica como cultivo permanente, con un ciclo de duración de casi treinta años.

TABLA No. 1
DESCRIPCION TAXONÓMICA

1	Reino	Vegetal
2	Tipo	Espermatofita
3	Sub tipo	Angiosperma
4	Clase	Dicotiledónea
5	Sub clase	Dialipétala
6	Orden	Malvales
7	Familia	Esterculíacea
8	Tribu	Buettneriea
9	Género	Theobroma
10	Especie	Cacao

Fuente: Robledo, Emilio. Citado por Arguello, O, Mejía Luis A., Palencia G. En Tecnología para el mejoramiento del Sistema de Producción de Cacao. Publicación de Corpoica. Bucaramanga 2000, Pág., 10.

La cosecha del cacao consiste en cortar los frutos maduros de los árboles, abrirlos

(normalmente con un machete) y extraer las semillas de los frutos. Estas semillas se ponen a fermentar entre 2 y 8 días antes de secarlas al sol. Los granos se ponen luego en sacos y se embarcan.

El cacao se debe sembrar en filas, espaciadas entre sí de 3 metros, lo cual da una densidad de alrededor 950 a 1330 árboles/hectárea, dependiendo de la fertilidad de la tierra y del clima.

Antes de sembrar el cacao es necesario sembrar árboles de sombra temporal y permanente de 6 a 9 meses. La siembra del cacao debe realizarse en la primera mitad de la temporada de lluvia para tener suficiente tiempo para que el árbol se establezca antes de la siguiente temporada seca. A pesar de que el cacao madura 24 meses después de la siembra inicial, los árboles llegan a ser productivos únicamente después de cinco años. Los rendimientos son máximos entre el octavo y décimo año, pero se pueden obtener buenos rendimientos durante varias décadas. En condiciones normales, los árboles tradicionales rinden entre 300 y 500 kg/ha por año. Los árboles híbridos presentan rendimientos mayores, por encima de los 1000 kg/ha.

Una vez procesado, el cacao es un excelente energético. La cafeína y la teobromina, por ejemplo, poseen propiedades terapéuticas. La primera estimula el sistema nervioso y la actividad de los neurotransmisores en el cerebro; la segunda

actúa como diurético. Recientes estudios han comprobado que existe en el cacao una sustancia química propia de las oleginosas, el flavanol, que contribuye a optimizar las funciones cardiovasculares¹.

1.3.1 Características

Las principales características del cacao se pueden resumir en las siguientes:

- Es un cultivo tropical que se produce durante todo el año y en áreas no mayores a 20 grados hacia el norte y hacia el sur de Ecuador.
- Este árbol demora de cuatro a cinco años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción.
- Sus frutos son una especie de vainas y aparecen sobre la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Cuando están maduros, las vainas se cortan y se extraen los frijoles que hay dentro de ellas para luego ser fermentados y secados.
- Los productos derivados del cacao, son aquellos que resultan de la elaboración o procesamiento del cacao. Uno de los productos derivados del cacao mayor utilizados es la manteca de cacao, utilizada para la preparación de medicamentos, cosméticos, y en mayor proporción para la elaboración de chocolates

1.4. ASPECTOS AMBIENTALES

¹ Chocolate Information Center. En www.chocolateinfo.com

El cultivo de cacao constituye una actividad productiva con un mínimo impacto ambiental, ya que su explotación exige la presencia de sombríos y otras especies vegetales, conformando un sistema heterogéneo de árboles que preserva y protege el medio ambiente, garantizando con ello la sostenibilidad ecológica.

1.5. CALIDAD

Existen dos clases de cacao: el cacao básico y el cacao fino y de aroma. Más del 90% del cacao producido cada año puede considerarse como cacao básico o a granel. El cacao básico procede en su mayoría de África y Brasil, en especial de la variedad forastero. El cacao fino y de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor, buscadas por los fabricantes de chocolate. Representa únicamente 5% de la producción mundial de cacao.

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

En todo el mundo, los estándares contra los cuales se mide el cacao son los del

cacao de Ghana. El cacao se clasifica sobre la base de la cuenta de los granos defectuosos en la prueba de corte. Los granos defectuosos no deben exceder los siguientes límites:

Grado I

- Granos mohosos, máximo 3%;
- Granos pizarrosos, máximo 3%;
- Granos planos, germinados o dañados por insectos, máximo en total 3%.

Grado II

- Granos mohoso, máximo 4%;
- Granos pizarrosos, máximo 8%;
- Granos planos, germinados o dañados por insectos, máximo 6% en total.

1.6. LA INDUSTRIALIZACION DEL CACAO

El proceso industrial del cacao en grano, es decir, de las semillas del fruto del cacaotero, genera una serie de productos intermedios con destino a las fabricas y una serie de productos finales que van al mercado de los consumidores. Estos son:

- **Licor de cacao o pasta de cacao:** Es el producto obtenido de la molienda del grano, previa una limpieza, tostada y descascarillada.
- **Manteca de cacao:** Es la sustancia ólea, amarillenta, que constituye la materia grasa que posee el grano de cacao, y se obtiene mediante el prensado del licor o pasta de cacao.
- **Torta de cacao:** Es el residuo que queda, una vez que se le ha extraído la manteca al licor o pasta de cacao.
- **Chocolates:** Son los productos finales con destino a los consumidores, tales como el chocolate de mesa, las cocoas, las barras de chocolate y los artículos rellenos, todos estos, se enmarcan con el nombre genérico de Chocolate. Este producto es un alimento de gran valor nutricional.

1.7. SECTORES DE UTILIZACIÓN

A partir de las semillas del cacao se obtiene el cacao en grano, los cuatro productos intermedios (licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo) y el chocolate. A pesar de que el mercado de chocolate es el mayor consumidor de cacao en términos de equivalente en grano, productos intermedios tales como el cacao en polvo y la manteca de cacao son utilizados en diversas áreas.

El cacao en polvo se usa esencialmente para dar sabor a galletas, helados, bebidas y tortas. Además de su utilización para dar sabor, se emplea también en

la producción de coberturas para confitería y en postres congelados. El cacao en polvo lo consume también la industria de bebidas, por ejemplo en la preparación de batidos de chocolate.

Además de los usos tradicionales en la producción de chocolate y confitería, la manteca de cacao se utiliza también en la producción de tabaco, jabón y cosméticos. En medicina tradicional es un remedio para las quemaduras, la tos, los labios secos, la fiebre, la malaria, el reumatismo, las mordidas de culebra y otras heridas. Se dice que es antiséptico y diurético.

1.8. MERCADOS

El cacao es un producto de amplio intercambio mundial. En el año 2002, y según cifras de FAO, se comercializó el 80% de la producción total. El cacao se cultiva casi exclusivamente en el trópico y generalmente por parte de pequeños productores. África es el continente que actualmente es el mayor productor. También Asia ha incrementado su participación en la producción en las últimas dos décadas.

En la actualidad, este árbol se cultiva comercialmente en Sudamérica y en las indias occidentales, en el oeste de África, en Malasia y en Nueva Guinea. La mayor parte del cacao destinado al comercio internacional se cultiva en África occidental, siendo el cacao de Ghana el de mayor calidad. El cultivo del cacao en

Malasia se ha desarrollado rápidamente en los últimos años, pero el producto suele ser de baja calidad y se vende a precios bajos.

Según el Acuerdo de competitividad de la cadena de cacao existe una marcada diferencia del mercado agrícola e industrial. En efecto, la producción de cacao como materia prima se concentra en los países tropicales, mientras que la producción de bienes intermedios y finales como mantecas y grasas y productos elaborados del cacao como chocolatinas y confites se ha centrado en los países con alto desarrollo tecnológico como los de Europa (Suiza, Holanda, Alemania, Francia e Inglaterra) y Norteamérica (Estados Unidos y Canadá). Sin embargo, algunos de los países productores de cacao como Costa de Marfil, Nigeria y Brasil han añadido valor a sus exportaciones instalando plantas para la obtención de productos derivados.

Las principales formas de comercialización del cacao son en grano o en productos derivados como chocolate y preparados de chocolate, manteca, grasa y aceite de cacao, cacao en polvo y licor de cacao. Cabe destacar que aproximadamente el 90% de la producción de cacao se destina para la elaboración de chocolate.

En cuanto al consumo, el chocolate ha alcanzado la mayoría de las regiones del mundo pero el nivel de consumo varía ampliamente. Las naciones desarrolladas generalmente tienen niveles altos de consumo de chocolate comparado con los

países del subdesarrollo.

Dado que el cacao es un producto agrícola de origen tropical que debe ser procesado para consumo humano, el mercado del cacao es complejo. Como cadena productiva se divide en tres segmentos: el bien primario (grano de cacao), los bienes intermedios (aceite-manteca, polvo y pasta), y los bienes finales (chocolate y sus preparados). Como mercado se divide en dos: los países que se especializan en producir el bien primario, el grano, y los países que se especializan en producir los bienes intermedios y finales: tanto el cacao elaborado como el chocolate y sus preparados.

Aunque en el segmento intermedio del cacao elaborado, como el polvo, el aceite y la manteca e, incluso, en el del bien final, como el chocolate, muchos de los principales productores de grano incursionaron en el mercado internacional en el transcurso del siglo XX, muy pocos lo han hecho con éxito, ese es el caso específico de Malasia y Costa de Marfil. En general, los países productores de grano no son grandes consumidores de chocolate y sus preparados. Los principales mercados del chocolate son principalmente países desarrollados, especialmente los europeos, que son los primeros importadores de bienes primarios e intermedios y los primeros productores y exportadores de chocolates.

II. DESARROLLO DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO.

2.1. LA PRODUCCIÓN MUNDIAL

La producción de cacao a nivel mundial se concentra en los países tropicales, principalmente en los continentes de África y América. La producción de bienes intermedios y finales se centra en los países desarrollados como los de Europa y América del Norte.

La producción mundial de cacao mantuvo una tendencia creciente a lo largo de la década de los noventa, pero desde el 2001 se ha visto afectada, entre otras cosas, por los problemas políticos imperantes en Costa Marfil (principal productor de cacao en grano en el mundo), la disminución en la producción de Indonesia y Ghana y la disminución en el área cultivada de cacao en Brasil, la cual fue afectada por el hongo escoba de bruja desde 1989. En el 2002 la producción mundial cae a 2'830.724 toneladas después de obtener 3'442.637 toneladas en el año 2000.

La tabla 2 muestra los principales productores de cacao en el mundo. Africa aparece como el continente de mayor concentración de la producción con Costa de Marfil (primer productor), Ghana (segundo productor), Nigeria y Camerún, representando el conjunto de estos países cerca del 65,5% del total mundial.

Brasil, Ecuador, Colombia, República Dominicana, México, Perú, Venezuela figuran igualmente entre los primeros quince productores, representando en conjunto el 14,9 % del total del mundo. En el 2002, los países con mayores rendimientos por hectárea son Indonesia (0,97 Tm/Ha) y Malasia (0,69 Tm/Ha), quienes superan ampliamente el resto de los países productores.

En términos de crecimiento, los primeros productores presentan las mayores tasas anuales. Vale la pena anotar que Colombia, Ecuador, México y especialmente Brasil, muestran decrecimiento relativo de la producción, aunque en el caso de Colombia hay un crecimiento aceptable anual de los rendimientos. Esto indicaría que si a mediano plazo esta tendencia no se modifica, estos países estarían perdiendo sus lugares en el contexto mundial como productores de cacao. Es interesante anotar, cómo siendo México uno de los países donde se enmarca el origen de este producto, ocupa sin embargo, una modesta posición como productor mundial.

TABLA 2.
CACAO: PRODUCCION Y RENDIMIENTO POR PAÍS

Puesto	País ¹	1990		2002		Acumulado Producción 1998-2002	Part ² . (%)	Crecim ³ . (%)	
		(Ton)	(Ton/ Ha)	(Ton)	(Ton/ Ha)			Producción	Rendimiento
1	Costa de Marfil	807.501	0,52	1.000.000	0,45	6.102.980	38,7%	4,4%	-0,6%
2	Ghana	293.355	0,42	380.000	0,30	2.033.660	12,9%	4,0%	-3,0%
3	Indonesia	142.347	0,90	348.000	0,97	2.027.200	12,8%	8,2%	2,0%
4	Nigeria	244.000	0,34	338.000	0,35	1.609.000	10,2%	1,9%	-1,0%
5	Brasil	256.246	0,39	172.743	0,30	1.035.530	6,6%	-5,0%	-5,4%
6	Camerún	115.000	0,32	115.000	0,31	593.600	3,8%	1,1%	0,7%
7	Ecuador	96.722	0,29	106.714	0,35	442.996	2,8%	-0,1%	1,6%
8	Malasia	247.000	0,83	50.000	0,69	379.783	2,4%	-13,1%	-0,1%
9	Colombia	56.153	0,47	47.095	0,48	237.503	1,5%	-2,1%	0,6%
10	Republica Dominicana	43.157	0,36	44.906	0,36	220.455	1,4%	-2,0%	-3,5%
11	México	44.045	0,59	56.233	0,67	216.040	1,4%	-0,5%	-1,7%
12	Papúa Nueva Guinea	38.343	0,43	42.500	0,43	196.600	1,2%	1,7%	1,0%
13	Perú	14.796	0,48	17.837	0,44	109.689	0,7%	3,9%	-0,5%
14	Venezuela	15.527	0,25	18.000	0,28	88.204	0,6%	0,9%	1,2%
15	Sierra Leona	24.000	0,42	10.920	0,36	56.680	0,4%	-1,8%	1,5%
	Otros (44 países)	93.845		82.776		435.817	2,8%		
	Mundo	2.532.037	0,44	2.830.724	0,41	15.785.737	100%	2,0%	-0,8%

Fuente: FAO. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Los países se han ordenado según la participación en la producción acumulada para el periodo 1998-2002.

2. Se refiere a la participación en el acumulado de la producción para el periodo 1998-2002.

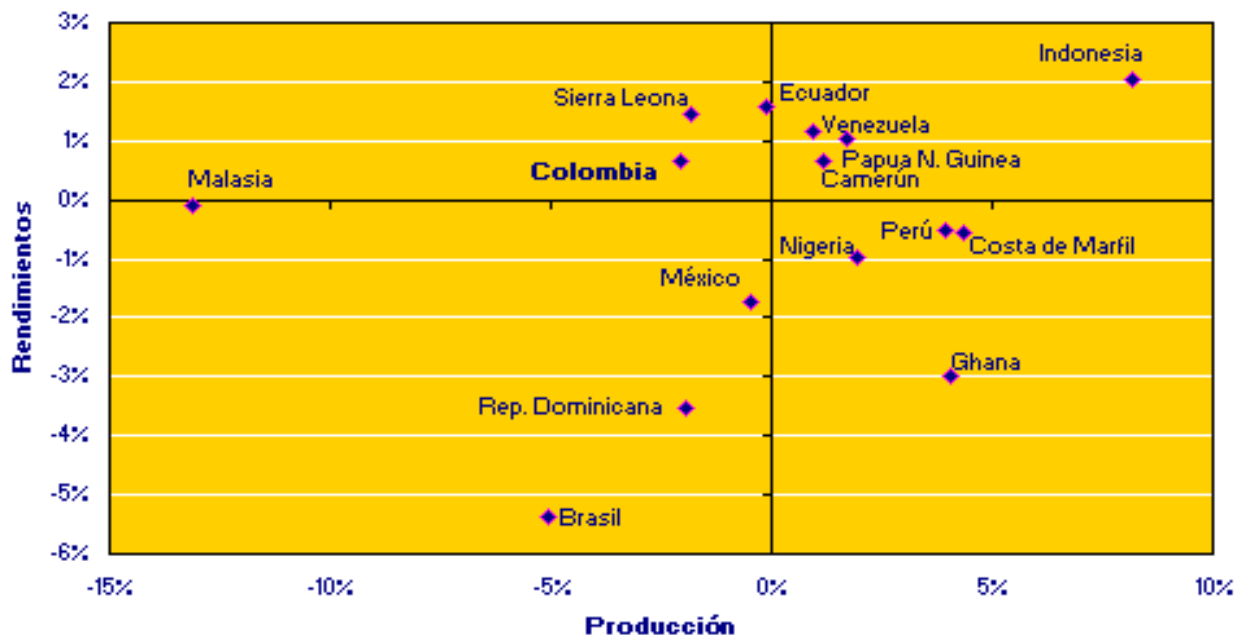
3. Tasa de crecimiento anual para el período 1990-2002.

La gráfica 1 muestra cómo los países con tasas positivas de crecimiento de la producción y del rendimiento (vistos en conjunto), en el período estudiado, son Indonesia, Venezuela, Papúa Nueva Guinea y Camerún². Aunque la participación de Venezuela en la producción mundial es muy pequeña, muestra una dinámica interesante en relación con la producción y la productividad. Brasil, es el productor más importante del hemisferio americano, pero su producción y rendimiento están cayendo a tasas mayores del 5%, signo de que las medidas aplicadas para combatir

² Estos países están posicionados en el cuadrante superior derecho del eje de coordenadas, debido a que ambas tasas de crecimiento son positivas.

la enfermedad de la escoba de bruja que afectó a los cultivos de cacao, aún no han dado resultados.

**GRAFICA 1. CACAO: POSICIONES RELATIVAS DE PRODUCCION Y RENDIMIENTO
(Tasas anuales de crecimiento 15 primeros países)**



Fuente: FAO. Cálculos Observatorio Agrociencias.

2.2. EL COMERCIO INTERNACIONAL

En cuanto al comercio internacional de cacao en grano, la tabla 3 muestra los principales países exportadores. De nuevo es Africa quien lidera la tabla de posiciones por cuenta de cuatro países: Costa de Marfil (primero), Ghana (tercero), Nigeria (cuarto) y Camerún (quinto), concentrando el 67,9% del total mundial; Indonesia figura en segundo lugar con el 12,8% del mercado mundial. Ecuador y República Dominicana, son los dos únicos países latinoamericanos que aparecen en los

primeros lugares de exportación. Colombia, quien aparece entre los primeros productores (tabla 2), ocupa sin embargo el puesto 41 en las exportaciones mundiales, con un decrecimiento promedio anual en ese rubro cercano al -32,5%. Las exportaciones de Países Bajos y Bélgica y Luxemburgo, posiblemente corresponden a producción de ex-colonias, trianguladas.

**TABLA 3. CACAO
PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES Y COLOMBIA
(Toneladas)**

Puesto	País ¹	1990	2001	Acumulado	Part ² (%)	Crecim ³ (%)
1	Costa de Marfil	675.525	1.008.860	5.124.185	44,8%	5,1%
2	Indonesia	104.472	302.670	1.467.912	12,8%	9,8%
3	Ghana	248.970	219.182	1.388.832	12,1%	1,7%
4	Nigeria	147.915	175.272	778.714	6,8%	1,5%
5	Camerún	104.448	109.796	473.802	4,1%	1,1%
6	Países Bajos	17.682	102.670	393.699	3,4%	18,5%
7	Estonia		58.539	281.969	2,5%	125,6%
8	Ecuador	68456	55.420	222.502	1,9%	-2,0%
9	Republica Dominicana	45.840	39.710	188.838	1,7%	-3,2%
10	Bélgica y Luxemburgo	902	42.303	176.566	1,5%	46,7%
11	Papúa Nueva Guinea	36.433	36.500	167.700	1,5%	-0,8%
12	Singapur	67.126	9.302	120.587	1,1%	-18,5%
13	Malasia	162.618	16.284	105.297	0,9%	-25,4%
14	Estados Unidos	11.273	13.576	96.243	0,8%	3,9%
41	Colombia	9.222	513	2.909	0,03%	-32,5%
	Otros (93 países)	195.498	66.751	653.836	5,6%	-9,9%
	Mundo	1.896.380	2.257.348	11.722.191	100%	2,57%

Fuente: FAO. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Los países se han ordenado según la participación en las exportaciones acumuladas para el periodo 1997-2001.

2. Se refiere a la participación en el acumulado de las exportaciones para el periodo 1997-2001.

3. Tasa de crecimiento anual periodo 1990-2001.

4. Se han escogido los países que tienen una participación en el total de las exportaciones superior al 1% y Colombia.

En la tabla 4, se presentan los principales países importadores de cacao en grano en el mundo, entre los que se destacan Estados Unidos, ocho de la Comunidad Europea, Malasia, la Federación Rusa y Canadá, todos los cuáles responden por el

83% de las importaciones mundiales, y exceptuando a Alemania, todos ellos presentan tasas positivas de crecimiento anual de sus compras. Colombia tiene una participación minoritaria en el mercado mundial de importación pero su dinámica de crecimiento es grande hasta el punto de mostrar una tasa anual de crecimiento de ellas de 61%. Esto es coherente con su condición de productor y exportador con tasas de crecimiento decrecientes (Tablas 2 y 3) y podría estar insinuando una tendencia a mayores importaciones en el mediano plazo.

Los Países Bajos y Costa de Marfil son los países con consumos per cápita más altos en el mundo de 23,2 kg por habitantes y 14 kg/hab, respectivamente. El consumo de Costa de Marfil se ha visto afectado por la disminución en la producción. El consumo per cápita de cacao en Colombia es bajo de 1,2 kg/hab, aunque esta por encima del promedio mundial de 0,5 kg/hab.

Es importante aclarar, que el comercio mundial anteriormente descrito, se refiere exclusivamente al cacao en grano, y que por lo tanto, el comercio de otros bienes elaborados con base en este producto, como manteca de cacao, chocolates en polvo y en tabletas, etc., no están registrados en esta información.

**TABLA 4.
CACAO: PRINCIPALES IMPORTADORES MUNDIALES Y COLOMBIA
(TONELADAS)**

Puesto	País¹	1990	2001	Acumulado	Part² (%)	Crecim³ (%)
1	Países Bajos	313.895	567.998	2.224.561	19,6%	4,6%
2	Estados Unidos	337.195	434.105	2.138.564	18,8%	2,4%
3	Alemania	297.154	212.137	1.285.613	11,3%	-3,1%
4	Reino Unido	150.445	148.279	882.841	7,8%	0,2%
5	Francia	67.475	162.295	666.728	5,9%	7,6%
6	Bélgica y Luxemburgo	57.295	95.523	407.278	3,6%	3,1%
7	Malasia	101	139.440	390.395	3,4%	56,6%
8	Italia	54.044	73.898	364.745	3,2%	3,0%
9	Estonia		60.794	306.236	2,7%	61,6%
10	Rusia		63279	294.624	2,6%	4,1%
11	España	42.818	48.059	265.571	2,3%	1,8%
12	Canadá	23374	59.912	244.444	2,2%	5,8%
13	Japón	47.599	49.065	238.028	2,1%	0,7%
14	Brasil	0	33.931	206.735	1,8%	88,6%
15	Polonia	10.975	29.199	163.063	1,4%	7,3%
16	Singapur	92.444	29.222	145.335	1,3%	-12,6%
17	China	10.074	21.134	132.093	1,2%	1,5%
18	Turquía	4.651	37.470	130.541	1,1%	18,7%
19	Suiza	21.366	24.109	111.861	1,0%	0,9%
44	Colombia	0	666	4.783	0,04%	61,0%
	Otros (102 países)	235.356	171.458	764.365	6,7%	-0,1%
	Mundo	1.766.261	2.461.973	11.368.404	100,0%	3,0%

Fuente: FAO. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Los países se han ordenado según la participación en las importaciones acumuladas para el periodo 1997-2001.

2. Se refiere a la participación en el acumulado de las importaciones para el periodo 1997-2001.

3. Tasa de crecimiento anual periodo 1990-2001.

4. Se han escogido los países que tienen una participación en el total de las importaciones superior al 1% y Colombia.

2.3. CADENA DEL PRODUCTO

La cadena de cacao está compuesta principalmente por tres eslabones: producción de cacao en grano; la industria procesadora de cacao, encargada de la molienda de cacao para producir licor o pasta, manteca y polvo de cacao; y la industria del chocolate, la cual utiliza como insumos los productos obtenidos por la industria procesadora. Algunos productos derivados del cacao también son empleados en las industrias farmacéuticas y de cosméticos, y para elaborar productos de panadería y confites que contengan cacao.

En términos generales, existen tres tipos de sistemas de comercialización en los países productores de cacao. Estos sistemas son:

Junta de comercialización: Este sistema se ha usado principalmente en los países productores de habla inglesa en África, como Ghana y, hasta 1986, Nigeria. Se caracteriza por la presencia de un organismo estatal que ejerce un monopolio sobre la comercialización interna y externa del producto. Una vez que el cacao se compra al productor se convierte en propiedad de la junta de comercialización y será manejado por la junta en todas las etapas de la cadena. Los precios se determinan por la junta y se fijan para toda la campaña. La fijación del precio permite reducir la vulnerabilidad de los productores frente a las fluctuaciones mundiales de precios.

Caisse de Stabilisation: A pesar de que presenta similitudes con la junta de comercialización (determina los precios internos y posee la propiedad del cacao dentro de la cadena de comercialización), existe menos intervención por parte del estado que

en el sistema anteriormente mencionado. El manejo físico del producto, desde el productor hasta los puntos de exportación, es llevado a cabo por agentes privados autorizados por la Caisse. Este sistema es muy común en los países productores de habla francesa de África, particularmente Costa de Marfil y Camerún. Hasta 1999 en Costa de Marfil el sistema de estabilización se realizaba a través del barême. El barême era un sistema detallado que fijaba precios garantizados para los productores y precios referenciales de exportación para cada etapa de la cadena. Cuando el cacao se vendía, si el precio de exportación era mayor que el precio referencial establecido por la Caisse de Stabilisation, el exportador debía compensar la Caisse con la diferencia, llamada reversement. Si el precio mundial era inferior, la Caisse compensaba al exportador con un pago (soutien) de sus propios fondos.

Libre Mercado: Bajo este sistema existen una multitud de agentes privados que participan en la cadena de comercialización, no existe una intervención directa del gobierno en la comercialización interna y externa y los precios se determinan de acuerdo a los precios internacionales. La participación del gobierno se limita al control de calidad, los impuestos y la supervisión. Debido a la competencia y a la ausencia de intervención del gobierno, los productores generalmente reciben un porcentaje mayor del precio FOB.

Hasta fechas recientes, los sistemas de comercialización centralizados prevalecían en casi todos los principales países productores en Africa del Oeste y Africa Central. Tras la liberalización, ciertos países como Nigeria, Camerún y Costa de Marfil han privatizado totalmente sus estructuras de comercialización interna y externa, mientras que en Ghana se han generado situaciones de competencia en la comercialización

doméstica al permitir que los agentes privados autorizados compren el cacao a los productores. Brasil, Indonesia y Malasia son países con una tradición de libre mercado en este sector.

2.4. POLITICAS ECONÓMICAS

2.4.1. El Convenio Internacional del Cacao, 2001

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) fue establecida en 1973 para administrar el primer Convenio Internacional del Cacao (1972) y los Convenios sucesivos de 1975, 1980, 1986, 1993 y 2001.

Los objetivos del Sexto Convenio Internacional del Cacao (2001) son:

- Promover la cooperación internacional en la economía mundial del cacao;
- Facilitar un marco apropiado para el debate de todas las cuestiones relacionadas con todos los sectores de dicha economía;
- 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
- Contribuir a la expansión equilibrada de la economía mundial del cacao en interés de todos los Miembros mediante las medidas apropiadas, incluidas las siguientes:

- Fomentar una economía cacaofera sostenible;
- Fomentar la investigación y la aplicación de sus resultados
- 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
- 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.

El Convenio incluye 40 países miembros, tanto exportadores como importadores de cacao y una organización intra-gubernamental (la Unión Europea). En Enero del 2001 los siguientes países eran miembros de ICCO:

Miembros Exportadores : Benin, Brasil, Camerún, Costa de Marfil, Ecuador, Gabón, Ghana, Granada, Jamaica, Malasia, Nigeria, Nueva Guinea Papua, Perú, Sao Tome y Príncipe, República Dominicana, Sierra Leone, Togo, Trinidad y Tobago y Venezuela.

Miembros Importadores : Alemania, Austria, Bélgica - Luxemburgo, Dinamarca, Egipto, España, Federación Rusa, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Japón, Noruega, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Eslovaca, Suecia, Suiza, Unión Europea.

2.4.2. La Utilización de Grasas Vegetales

A partir del año 2000, la Unión Europea ha decidido aceptar un contenido de 5% de grasas vegetales en los productos de chocolate. Esta Directiva significa que en lugar de un contenido graso de 100% de manteca de cacao, hasta un 5% puede ser reemplazado por equivalentes de manteca de cacao tales como aceite de palma, illipe (sebo de Borneo), sal, shea, kokum gurgi y hueso de mango.

Los efectos de esta Directiva CE 2000/36 aun no pueden ser cuantificados, aunque algunos productores de cacao han afirmado que generaría una reducción de la demanda mundial de cacao de hasta 200 000 toneladas al año.

2.5. EL MERCADO NACIONAL

2.5.1. La producción

En los últimos treinta años, la estructura productiva agropecuaria se está transformando, con un aumento de la participación tanto de áreas como de volúmenes de producción de los cultivos permanentes y un retroceso de los transitorios y el café. Este proceso se acentuó en los años noventa con pérdidas de hasta 800.000 has en los transitorios y la siembra de más de 220.000 has en permanentes.

Según cifras del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Colombia alcanzó en el año 2000 una producción de 44.544 toneladas de grano de cacao, mientras que para el año 2002 esta cifra no superó las 35.000 toneladas. Geográficamente el 46% de dicha producción se concentró en Santander y, en promedio, en el periodo 1992-2000 la tasa de participación de este departamento fue del 44,6%. Le siguieron en importancia Norte de Santander con una participación de 9,6% en

promedio, Huila (con 9,5%) y Tolima (con el 7,2%). El cacao es un cultivo que se adapta bien a las condiciones agroecológicas de una gran parte de nuestra geografía: se produce en 30 departamentos y representa para el sector agrícola el octavo producto en términos de escalas comerciales con un área cosechada de 93.492 hectáreas o 2,7% del total agrícola. Actualmente las regiones con mejor proyección en términos de ampliación de áreas cultivadas y de desarrollo tecnológico son el Carare Opón y San Vicente de Chucurí en Santander, el centro-norte del departamento de Norte de Santander, el norte del Huila y el centro-sur del departamento de Tolima.

El cacao se desarrolla, en gran medida, como 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. Según el Censo cacaotero de 1998, el promedio de la explotación en Colombia era de 3,3 hectáreas. Es un cultivo que se encuentra generalmente asociado, ya que el árbol joven necesita sombrío como café, plátano, maderables y frutales.

La producción nacional es permanente a lo largo del año, con dos picos productivos: noviembre—diciembre—enero y abril—mayo—junio. El cacao se comercializa en sacos de fique de 60 kilos y los destinos principales son las ciudades donde más se procesa: Bogotá, Medellín y Manizales. El cacao santandereano se destina a Bogotá, Medellín y Manizales; el huilense a Bogotá y Cali; el tolimense a Medellín, Manizales, Cali y Bogotá; el de Cesar a Bogotá, pasando por Bucaramanga, hacia el centro del país.

En términos de productividad, el rendimiento promedio del cultivo de cacao en la década del noventa fue de 410 kg/ha, un nivel medio respecto al mundo. El principal problema del cultivo ha sido que en Colombia más de la mitad del cacao sembrado en los últimos treinta años no es híbrido. Son variedades comunes que presentan baja densidad y son proclives a los problemas fitosanitarios. El resultado ha sido la existencia de un producto que no cumple totalmente con los requisitos de homogeneidad y calidad requeridos por la Norma Icontec 1252 que define la calidad

estándar del cacao³, frente a competidores como Ecuador, donde predominan los híbridos de alta calidad y un cacao con certificado de origen como de aroma fino.

Del total de producción de cacao en Colombia, se estima que la industria consume el 84.5% de ésta; la diferencia entre ambas brechas, corresponde al autoconsumo o al procesamiento artesanal de cacao en las zonas productoras campesinas. Ambas variables han decrecido, el consumo a una tasa mayor de -3,7% anual promedio, y la demanda industrial permanece estable a una tasa de crecimiento de -0,7%.

En la tabla No. 5 se observa la producción de cacao en Colombia, discriminada por departamentos, con su respectiva participación en el total nacional.

TABLA NO 5. PRODUCCIÓN NACIONAL DE CACAO (TONELADAS)

Departamento	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Crec.* %	Part. % 2000
Santander	20.574	22.063	19.586	26.603	19.000	24.629	26.481	27.722	20.547	2,0	46,1
N. de Santander	2.953	4.921	5.500	5.500	5.227	5.115	6.081	4.482	4.610	38,4	10,3
Tolima	3.480	3.240	3.224	3.310	3.521	3.484	4.033	4.425	4.563	-4,4	10,2
Huila	5.296	5.627	6.391	5.660	4.945	4.500	4.106	3.930	3.884	-5,7	8,7
Arauca	6.749	5.224	5.121	5.238	5.493	4.357	3.238	3.824	3.457	-7,9	7,8
Antioquia	3.163	2.674	2.514	2.425	2.160	1.817	1.683	1.826	1.501	-8,7	3,4
Cesar	1.218	1.190	943	996	937	804	914	746	1.061	-0,03	2,4
Cundinamarca	745	980	513	42	701	710	318	556	581	44,7	1,3
Bolívar	360	464	525	532	622	394	415	501	547	-4,0	1,2
Caldas	2.047	2.942	555	856	649	428	344	493	383	-108,3	0,9
Nariño	4.103	2.369	2.068	2.029	3.041	1.450	476	472	728	-0,2	1,6

³ Acuerdo de Competitividad de la Cadena del Cacao. IICA—Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Bogotá, 2001.

Total	54.857	57.472	50.625	56.653	49.634	50.317	50.686	51.486	44.544	-0,021	1
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----------

*Crecimiento anual promedio.

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Cálculos: Corporación Colombia Internacional.

2.5.2. Situación en el Departamento de Bolívar

El Departamento de Bolívar a nivel nacional, no se destaca entre los principales productores de cacao, ubicándose en el noveno puesto, sin embargo, a futuro se demarca un potencial promisorio en cuanto al desarrollo de este cultivo como proyecto productivo, generándose grandes expectativas en cuanto a mejoramiento de la calidad de vida de los productores y generación de empleo, tanto directo como indirecto, hasta tal punto que el gobierno nacional está incentivando, a través del Fondo de Inversión para la Paz (FIP) la ejecución de proyectos con este cultivo, al igual que con programas como el PLANTE, se está incentivado el desarrollo de cultivos permanentes como el cacao, como una alternativa para la reconversión de la producción de cultivos ilícitos por unos cultivos sanos generadores de ingresos y empleo para la población campesina .

El Cacao se presenta como una alternativa de reconversión de la producción en las zonas altas del municipio de Marialabaja, debido a que se trata de un cultivo de plantación (a diferencia de los cultivos transitorios que han fracasado en la zona), a su capacidad para la generación de mano de obra directa e indirecta, a su posibilidad de integración en una cadena productiva agroindustrial y a sus favorables perspectivas de mercado a nivel nacional e internacional.

Las 1.000 has previstas en este proyecto se sembrarán con material de Cacao mejorado (Cacao Clonado), el cual permitirá la obtención de rendimientos promedio por hectárea de 2 toneladas anuales, las cuales se comercializarán con empresas nacionales como la Compañía Nacional de Chocolates, Luker y otras compañías extranjeras que han mostrado interés en el proyecto; para garantizar la comercialización, se suscribirán Contratos de Venta a Futuro o Forward con los potenciales compradores. Durante la etapa improductiva del proyecto y como una estrategia de seguridad alimentaria, se sembrará de manera intercalada Plátano y otros cultivos transitorios tradicionales de la zona, como el maíz, ñame y frijol entre otros, los cuales se comercializarán en los mercados locales y regionales, permitiendo que los campesinos participantes en el proyecto obtengan recursos a corto plazo.

2.6. LA CADENA COLOMBIANA Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

2.6.1. Exportaciones

Los principales productos de exportación de la Cadena de Cacao son: Manteca, grasa y aceite de cacao; Chocolate en bloques, tabletas o barras sin rellenar; Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante; Los demás chocolates en bloques, tabletas o barras rellenos; Cacao en grano entero o partido crudo.

Hay exportaciones secundarias de: Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente y sin desgrasar; y, Cacao en polvo sin adición de azúcar u otro edulcorante.

La tabla 6 muestra los principales productos de exportación de la cadena de Cacao. Como puede observarse, el producto que mayor participación tiene en las exportaciones totales es la Manteca, grasa y aceite de cacao, seguido en importancia por los Chocolates en bloque sin rellenar, el Cacao en polvo, y los Chocolates y preparaciones alimenticias con cacao. Las exportaciones de manteca de cacao se han deprimido desde 1997 y por el contrario las exportaciones de chocolates han aumentado, evidenciando un cambio en la composición del comercio de la cadena.

**TABLA 6. CADENA DE CACAO: EXPORTACIONES COLOMBIANAS
SEGÚN PARTIDA ARANCELARIA
(FOB US\$)**

Partida Arancelaria	1991	2002	Acumulado ¹	Part. ² (%)	Crecim. ³ (%)
1804000000 MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO.	9.966.386	5.272.735	32.664.911	30,9%	-5,8%
1806320000 CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS SIN RELLENAR.	250.686	6.847.892	20.396.053	19,3%	31,8%
1806100000 CACAO EN POLVO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE.	1.544.281	6.095.547	18.875.542	17,9%	8,3%
1806900000 LOS DEMAS CHOCOLATES Y DEMAS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO.	505.936	3.709.952	15.178.062	14,4%	16,8%
1801001000 CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO CRUDO.	6.920.975	2.470.853	5.469.045	5,2%	-20,1%
1806310000 LOS DEMAS, CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS RELLENOS.	125.605	615.420	4.604.788	4,4%	20,5%
1806320090 LOS DEMAS CHOCOLATES EN BLOQUES. TABLETAS O BARRAS SIN RELLENAR.	25.627	2.905.095	2.905.095	2,7%	39,9%
OTROS PRODUCTOS	1.012.614	3.374.033	5.592.741	5,3%	-9,1%
TOTAL EXPORTACIONES CADENA	20.352.110	31.291.527	105.686.237	100%	1,7%

Fuente: DANE. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Corresponde al período 1998- 2002.

2. Tasa de participación sobre el total del acumulado.

3. Tasa de crecimiento logarítmica de toda la década.

Aunque las cantidades no son aun significativas en términos absolutos, productos como los chocolates, y los chocolates en bloque, presentan tasas de crecimiento anuales bastante notables, lo que augura una perspectiva halagüeña de estos productos.

En relación con el destino de dichas exportaciones, la tabla 7 muestra los principales países de destino de cada uno de los cuatro productos de exportación más importantes. En general, puede observarse que para la manteca de cacao los principales mercados de Colombia son los Estados Unidos y los Países Bajos, aunque para el primero de ellos las importaciones caen en el período estudiado. Para chocolates en bloques y barras sin rellenar, los principales mercados son Venezuela y Ecuador. Para el cacao en polvo con adición de azúcar, los principales mercados son Venezuela, Ecuador y Perú.

Para los mercados de Países Bajos, Venezuela y Ecuador, y la mayoría de los otros países, las tasas anuales de crecimiento muestran una dinámica positiva.

TABLA 7. CADENA DE CACAO: EXPORTACIONES COLOMBIANAS SEGÚN PARTIDA ARANCELARIA Y PAIS DE DESTINO (FOB US\$)

Partida Arancelaria	País	Acumulado ¹	Part. ² (%)	Crecim. ³ (%)
1804000000 MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO.	Estados Unidos	21.225.516	64,98%	-5,9%
	Holanda (Países Bajos)	8.009.809	24,52%	8,2%
	Otros países	3.429.586	10,50%	
	Total	32.664.911	100,00%	
1806320000 CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS SIN RELLENAR.	Venezuela	9.940.962	48,74%	54,34%
	Ecuador	5.023.098	24,63%	35,68%
	Puerto Rico	1.555.748	7,63%	104,53%
	Estados Unidos	1.497.512	7,34%	29,71%
	Panamá	682.438	3,35%	-1,24%
	México	637.338	3,12%	-24,47%
	Otros países	1.058.957	5,19%	

	Total	20.396.053	100,00%	
1806100000 CACAO EN POLVO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE.	Venezuela	5.180.969	27,45%	19,12%
	Ecuador	4.579.698	24,26%	60,92%
	Perú	2.908.886	15,41%	83,04%
	Panamá	1.692.810	8,97%	13,02%
	Estados Unidos	1.139.938	6,04%	7,14%
	Puerto Rico	733.668	3,89%	0,51%
	El Salvador	662.220	3,51%	28,57%
	Otros países	1.977.353	10,48%	
	Total	18.875.542	100,00%	
1806900000 LOS DEMAS CHOCOLATES Y DEMAS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CON- TENGAN CACAO.	Venezuela	7.797.260	51,37%	13,50%
	Estados Unidos	1.919.626	12,65%	16,62%
	Puerto Rico	1.354.088	8,92%	-5,23%
	Panamá	1.101.042	7,25%	-0,67%
	Otros países	3.006.046	19,81%	
	Total	15.178.062	100,00%	

Fuente: DANE. Cálculos Observatorio Agrocalendas.

1. Corresponde al período 1998- 2002.
2. Tasa de participación sobre el total del acumulado.
3. Tasa de crecimiento logarítmica de toda la década.

En relación con el conjunto de productos elaborados a partir del cacao, tomados en conjunto, la tabla 7 muestra los principales países de destino de estas exportaciones colombianas. Puede observarse, que Venezuela, Estados Unidos y Ecuador, son los principales mercados destinatarios de las exportaciones de Colombia del conjunto de productos procesados a partir del Cacao.

Es interesante anotar que de los países registrados en la tabla 7, Venezuela, Ecuador, Panamá, Perú, México, Bélgica y Luxemburgo, Costa Rica, República Dominicana y Haití, presentan tasas de crecimiento anuales positivas como mercados para Colombia. La alta tasa anual de crecimiento del mercado de México se debe al aumento vertiginoso de las exportaciones de Colombia hacia ese país, en los dos últimos años. A pesar de que en el mercado de Brasil las exportaciones de productos de cacao se han

incrementado con respecto al inicio de la década, la tasa de crecimiento es negativa, como resultado del deterioro que sufrieron en el periodo 1998-2000.

TABLA 8. EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CACAO Y SUS PRODUCTOS DERIVADOS SEGÚN PAIS DE DESTINO (FOB US\$)

Puesto	País	1991	2002	Acumulado ¹	Part. ² (%)	Crecim. ³ (%)
1	Venezuela	100.796	11.812.489	59.131.704	31,70%	35,13%
2	Estados Unidos	12.056.612	9.331.293	39.654.270	21,26%	-1,04%
3	Ecuador		9.359.827	28.902.605	15,49%	39,02%
4	Países Bajos	4.434.835	1.306.235	8.856.147	4,75%	-34,44%
5	Puerto Rico	2.215.014	3.082.719	8.041.424	4,31%	-0,02%
6	Panamá	1.014.061	1.132.063	5.525.014	2,96%	4,83%
7	Perú	354.291	2.082.393	4.954.360	2,66%	4,36%
8	México		1.425.309	3.514.267	1,88%	76,02%
9	Bélgica y Luxemburgo	7.528	2.217.047	3.067.640	1,64%	18,47%
10	Costa Rica		553.588	2.691.382	1,44%	37,58%
11	Rep. Dominicana	1.852	79.198	2.215.553	1,19%	20,83%
12	Haití	423.208	150.824	1.898.012	1,02%	2,27%
13	Brasil	572.229	726.252	1.815.961	0,97%	-3,79%
	Otros países	5.162.501	4.317.675	16.282.876	8,73%	-7,92%
	Total Mundo	26.342.927	47.576.912	186.551.215	100,0%	4,58%

Fuente: DANE. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Corresponde al período 1998- 2002.

2. Tasa de participación sobre el total del acumulado.

3. Tasa de crecimiento logarítmica de toda la década.

2.6.2. Importaciones

La tabla 8 muestra que los tres principales productos importados por Colombia son: Los demás chocolates en bloques, tabletas o barras rellenos; cacao en grano crudo; Pasta de cacao sin desgrasar y, los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.

TABLA 9. CADENA DE CACAO: IMPORTACIONES COLOMBIANAS SEGÚN PARTIDA ARANCELARIA. (CIFUS\$)

Partida Arancelaria	1991	2002	Acumulado ¹	Part. ² (%)	Crecim. ³ (%)
1806310000 LOS DEMAS, CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS RELLENOS.	685	1.030.057	19.373.908	21,98%	66,23%
1801001000 CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO CRUDO.		11.607.991	15.250.007	17,30%	47,18%
1803100000 PASTA DE CACAO, SIN DESGRASAR.		2.686.626	12.553.273	14,24%	34,36%
1806900000 LOS DEMAS CHOCOLATES Y DEMAS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO.	279.981	712.091	10.735.528	12,18%	19,86%
1803200000 PASTA DE CACAO, DESGRASADA TOTAL O PARCIALMENTE.		2.857.730	6.151.800	6,98%	164,75%
1806100000 CACAO EN POLVO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE.	151.179	1.401.686	5.962.330	6,77%	43,75%
1805000000 CACAO EN POLVO SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE.	33.232	1.953.530	5.904.589	6,70%	34,56%
1806320000 CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS SIN RELLENAR.	111.289	83.436	4.999.819	5,67%	7,09%
1806310090 LOS DEMAS, CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS RELLENOS.	17.621	3.701.498	3.701.498	4,20%	40,11%
OTROS PRODUCTOS	78.703	2.296.883	3.499.678	3,97%	
TOTAL IMPORTACIONES CADENA	672.690	28.331.528	88.132.430	100%	25,91%

Fuente: DANE. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

En general estas partidas y las que les siguen muestran tasas anuales de crecimiento positivas, lo cual estaría sugiriendo que el país tendría perspectivas de importación de estos productos, en el mediano plazo. Además muestra que la producción nacional de cacao en grano no supe la demanda de la industria de procesadora de cacao, y por lo tanto se esta abasteciendo con cacao en grano importado.

La tabla 9 muestra que los principales países de origen de las importaciones que Colombia hace de estos productos son respectivamente: Ecuador, Estados Unidos,

TABLA 10. CADENA DE CACAO: IMPORTACIONES COLOMBIANAS SEGÚN PARTIDA ARANCELARIA Y PAIS DE ORIGEN (CIF US\$)

Chile, Indonesia, República Dominicana, Argentina, Italia y Venezuela. Se destaca Ecuador como un proveedor no solo del producto básico, cacao en grano, sino de productos más elaborados como los chocolates, los productos alimenticios que contengan chocolates, la pasta de cacao, evidenciando que está desarrollando la industria procesadora de cacao.

En la tabla 10 se puede observar la misma información, pero ya discriminada por país de origen.

Partida Arancelaria	País de Origen	Acumulado ¹	Part. ² (%)	Crecim. ³ (%)
1806310000 LOS DEMAS, CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS RELLENOS	Ecuador	7.352.549	37,95%	-0,86%
	Estados Unidos	5.334.407	27,53%	59,81%
	Chile	2.298.632	11,86%	-84,34%
	Otros países	4.388.320	22,65%	-21,46%
	Total	19.373.908	100,00%	66,23%
1801001000 CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO CRUDO.	Ecuador	12.494.304	81,93%	48,09%
	Indonesia	1.139.017	7,47%	
	Rep. Dom	914.514	6,00%	
	Otros países	702.172	4,60%	-14,60%
	Total	15.250.007	100,00%	47,18%
1803100000 PASTA DE CACAO, SIN DESGRASAR.	Ecuador	12.014.007	95,70%	17,14%
	Otros países	539.266	4,30%	
	Total	12.553.273	100,00%	34,36%
1806900000 LOS DEMAS CHOCOLATES Y DEMAS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO.	Argentina	4.640.201	43,22%	166,09%
	Italia	1.113.359	10,37%	17,13%
	Ecuador	933.475	8,70%	102,48%
	Estados Unidos	804.164	7,49%	-7,92%
	Venezuela	640.706	5,97%	66,80%
	Otros países	2.603.623	24,25%	22,53%
	Total	10.735.528	100,00%	19,86%
1803200000 PASTA DE CACAO, DESGRASADA TOTAL O PARCIALMENTE.	Ecuador	5.908.775	96,05%	132,77%
	Otros países	243.025	3,95%	
	Total	6.151.800	100,00%	164,75%

1806100000 CACAO EN POLVO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE.	Venezuela	5.840.885	97,96%	88,34%
	Otros paises	121.445	2,04%	-8,04%
	Total	5.962.330	100,00%	43,75%
1805000000 CACAO EN POLVO SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE.	Ecuador	4.014.649	67,99%	33,40%
	España	1.340.490	22,70%	39,02%
	Otros paises	549.450	9,31%	12,32%
	Total	5.904.589	100,00%	34,56%
1806320000 CHOCOLATES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS SIN RELLENAR.	Venezuela	1.968.545	39,37%	195,77%
	Ecuador	878.297	17,57%	-8,89%
	Chile	759.643	15,19%	-26,29%
	Suiza	339.646	6,79%	-8,76%
	Estad.Unidos	309.286	6,19%	18,27%
	Otros paises	744.402	14,89%	-54,66%
	Total	4.999.819	100,00%	7,09%

Fuente: DANE. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Corresponde al período 1998- 2002.
2. Tasa de participación sobre el total del acumulado.
3. Tasa de crecimiento logarítmica en el periodo 1991-2002.

2.6.3. Balanza Comercial

Los datos anteriores expresados en las últimas cuatro tablas, muestran un intercambio muy dinámico de productos derivados del cacao, entre Colombia y otros países señalados. Aunque en el conjunto de los productos exportados e importados de la Cadena la balanza comercial es positiva (ver tablas 7 y 9 -totales acumulados-), existe déficit comercial en el caso de algunas productos individualmente considerados, tales como: los demás chocolates en bloques, tabletas o barras rellenos; pasta de cacao sin desgrasar; cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante; y, pasta de cacao desgrasada total o parcialmente.

2.7. EL CONSUMO NACIONAL

El consumo per cápita de cacao en Colombia fue, en el año 2000, de 0,8 kg/año, en el periodo 1996-1999 había sido de 0,9 kg en promedio, y entre 1990-1996 había

alcanzado los 1,1 kg/año promedio. Esto significa que presentó una caída de 18% durante la década⁴. El principal producto de cacao consumido en Colombia es el chocolate líquido, que se elabora a partir de una tableta de chocolate que exige un menor valor agregado en el proceso industrial que los chocolates en barra y tabletas para consumo directo.

Aunque se estima que en la actualidad la capacidad instalada de la agroindustria cacaotera colombiana duplica el volumen realmente procesado: (75 mil toneladas de capacidad frente a 37 mil procesadas), el valor de la demanda industrial de cacao creció en el periodo 1996-1999 un 18,2% en valor⁵. Este auge se concentró sobre todo en Antioquia y Santander, donde el crecimiento el valor del consumo intermedio para elaboración de cacao y preparados de chocolate creció a una tasa anual promedio de 22,7% y 20,5%, respectivamente. Sin embargo, también creció la demanda en Valle del Cauca, Caldas y Bogotá, las otras regiones que concentran la agroindustria del cacao en Colombia⁶.

2.8. PRECIOS INTERNOS DEL CACAO

Los precios internos del cacao permanecen estables desde 1998, gracias a una política de concertación de precios por parte de exportadores y procesadores. Una parte de esta tarea la cumple el Fondo de Estabilización de Precios del Cacao, que en períodos de bajos precios internacionales activa compensaciones a los exportadores, y en época

⁴ Ibídem.

⁵ Entrevista con el Director Técnico de la Federación Nacional de Productores de Cacao, Bogotá, septiembre de 2002.

⁶ Encuesta nacional manufacturera (datos disponibles de 1996 a 1999/ variable tomada: consumo intermedio)

de altos precios activa un mecanismo de cesión, con lo que controla el abastecimiento de la agroindustria. Desde 1998 este precio promedio interno es de 2,25 millones de pesos por tonelada (2.250 pesos por kilo).

III. POTENCIALIDADES DEL MERCADO JAPONÉS PARA EL CACAO

3.1 EL MERCADO JAPONÉS

Japón representa actualmente para Colombia, el mercado más importante de Asia, ocupa el segundo lugar, después de los Estados Unidos, como el mayor mercado de consumo del mundo, con una población de alrededor de 127 millones de habitantes caracterizados por un elevado poder de compra⁷, pero al mismo tiempo por una alta exigencia en la calidad y presentación de los productos demandados.

El comercio de importación japonés se ha centrado recientemente más en los proveedores de los países en desarrollo que de los países industrializados. Hoy en día Japón es uno de los mayores importadores de alimentos del mundo. Resulta interesante conocer que, según un estudio realizado por el Centro de Desarrollo del Ocio de Japón, el principal pasatiempo de los japoneses consiste en cenar fuera de su casa, hecho que estimula la importación y el consumo de productos alimenticios desde los más variados orígenes. Todo esto configura un mercado potencial muy importante para productos de la oferta exportable colombiana.

⁷ PIB Per Cápita Japón US\$ 31.369 (Fuente: JETRO. Nippon 2002).

El gobierno japonés se ha esforzado en expandir las importaciones, mejorando el acceso a sus mercados. Las medidas de aperturas de sus mercados incluyen las reducciones en tarifas o las exenciones y la eliminación o moderación de las cuotas de importación.

Japón es un mercado amplio con grandes oportunidades comerciales crecientes, en especial para las naciones en desarrollo, generando expectativas favorables para Colombia con los productos de la oferta exportable, dentro de los que se destaca el cacao.

3.2 RELACIONES COMERCIALES ENTRE COLOMBIA Y JAPÓN

En términos de comercio global (importaciones + exportaciones), Japón representó en el año 2002 el cuarto socio comercial en importancia para Colombia (luego de Estados Unidos, Alemania y Venezuela). La importancia de Japón, como socio comercial, radica fundamentalmente en la magnitud de las importaciones, las mismas que representaron alrededor de un 5% del total importado por Colombia durante ese año.

El desbalance existente entre las importaciones y exportaciones con Japón, determina la generación de un fuerte déficit en la relación comercial, el mismo que ha permanecido desde 1994 hasta el 2002.

TABLA No 11
BALANZA COMERCIAL COLOMBIA - JAPON
(millones de US\$ FOB)

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
1994	364	1.067	-703
1995	353	1.238	-885
1996	349	958	-609
1997	362	945	-583
1998	269	990	-721
1999	245	527	-282
2000	230	534	-304
2001	165	559	-394
2002	193	619	-426

Fuente: DANE 2003

La tendencia que ha seguido la balanza comercial bilateral durante la última década, ha sido bastante irregular. Como se puede observar en la tabla 11, las exportaciones han disminuido a un ritmo constante, mientras que las importaciones han tenido importantes variaciones, dando como resultado un saldo igualmente variable, pero sin llegar a ser positivo para Colombia.

3.3 PERSPECTIVAS COMERCIALES

Considerando las exigencias del mercado japonés y las características de la industria colombiana se ve difícil una modificación de la estructura del comercio exterior. Sin embargo, parece posible incrementar las exportaciones en rubros en los cuales Colombia posee amplia experiencia y ventajas comparativas, estos rubros son: productos agrícolas, productos agroindustriales, productos del mar, artesanías y textiles.

3.4 POTENCIALIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE CACAO A JAPÓN

Colombia se caracteriza por presentar zonas con características agroecológicas favorables para el óptimo desarrollo del cacao, lo cual mediante la implementación del adecuado paquete tecnológico le permitirá obtener una ventaja comparativa que se traducirá en beneficios positivos para la balanza comercial del país.

El cacao, como cultivo permanente, presenta ventajas socioeconómicas que lo hacen muy competitivo. Su cultivo representa la posibilidad de generar empleo; cerca del 60% de los costos de producción corresponden a mano de obra. El cacao se puede convertir en una fuente de ingresos que genere rentabilidad al sector agrícola Colombiano, si se explota bajo los nuevos parámetros tecnológicos de sistemas agroforestales con materiales de siembra provenientes de clones seleccionados de alto rendimiento (mayores de 1.200 kg/ha), mayores densidades y de óptima calidad de aroma y tamaño.

Como materia prima para la producción de Chocolate, el cacao debe jugar un papel importante en el abastecimiento del mercado interno. A nivel internacional, la industria cacaotera en Colombia tiene un amplio potencial de crecimiento y puede competir con precios y calidad. De acuerdo con las perspectivas de consumo de materia prima por parte de las industrias y la dinámica observada en los mercados internacionales con clara tendencia al incremento del comercio de cacao, se prevé que el país puede mejorar su producción y aumentar su participación en el comercio exterior.

En el caso japonés, el cacao durante un tiempo presentaba una imagen negativa aducida que debido a su contenido en azúcar, el cacao engorda y es poco saludable, razón que motivó a los países productores de cacao a través de la Organización Internacional del Cacao realizar proyectos de promoción genérica cuyo objetivo era el de incrementar el consumo de productos derivados del cacao en dicho país, mediante la creación de una imagen positiva del producto basada en el conocimiento de los aspectos positivos del cacao referentes a nutrición y salud. La propuesta de proyecto reconocía que los niños eran los principales consumidores tradicionales de chocolate, y por lo tanto el proyecto estaría dirigido específicamente a los adultos.

La ejecución del proyecto de promoción genérica arrojó resultados favorables para el cacao y sus productos derivados, lo cual se ve reflejado en el comportamiento del consumo en el Japón. En 1991, el consumo de cacao en Japón alcanzó un récord histórico de 70.200 toneladas (definido como moliendas más importaciones netas de productos de cacao, convertidas en equivalente en grano mediante los siguientes factores de conversión: manteca de cacao 1.33; cacao en polvo y torta de cacao 1.18; pasta/licor de cacao 1.25) y el consumo de productos de chocolate se situó en un volumen récord de casi 208.000 toneladas. Posteriormente, sin embargo, el consumo de cacao descendió a 69.900 toneladas en 1994, reflejando el impacto tanto del estancamiento económico como de una imagen al parecer cada vez más negativa del chocolate, provocada por la creciente preocupación del consumidor por su salud. La influencia de este último factor viene confirmada por el hecho de que el consumo de otros productos de confitería apenas descendió durante este período, pese a las condiciones económicas adversas. Por lo tanto, durante los primeros años de la década

de los 90, y antes de iniciarse el proyecto, el chocolate perdía su cuota del mercado a otros productos de confitería.

El consumo de cacao en Japón alcanzó un mínimo de 67.200 toneladas en 1995, aumentando a 85.400 toneladas en 1996 para luego volver a perder terreno, situándose en 72.400 toneladas en 1997. El aumento en 1996 parece estar relacionado no sólo con el impacto del proyecto sino también con el hecho de que el crecimiento económico, cifrado en casi un 4%, había alcanzado su máximo para la década.

La tabla 12 resume el consumo de cacao per cápita en varios países asiáticos en los años 2002:

TABLA No 12. CONSUMO DE CACAO PER CAPITA

País	Kg/pers.
China	0.015
Hong Kong	0.248
Indonesia	0.049
Japón	1.043
La república de Corea	0.275
Malasia	0.197
Papuasía-Nueva Guinea	0.019
Filipinas	0.239
Sri Lanka	0.087
Tailandia	0.144

Fuente: ICCO International Cocoa Organization

Según informe de la IICO (International Cocoa Organization), Japón aparece ubicado en el puesto trece a nivel mundial en cuanto a consumo acumulado desde 1990 hasta el 2002, con mas de 238.000 toneladas consumidas.

La potencialidad de las exportaciones del cacao hacia el mercado japonés se puede enfocar por sus productos derivados, especialmente el mercado del chocolate. El mercado japonés de confitería se caracteriza por un entorno altamente sofisticado y competitivo, con una enorme variedad y un fuerte patrimonio histórico y cultural de productos tradicionales de confitería. La larga historia de los productos japoneses de confitería, que se remonta a más de 1.000 años, ha supuesto una seria limitación a la hora de incrementar el consumo de chocolate en Japón, existe en el mercado una enorme gama de productos alternativos de confitería. Al igual que la “merienda” en Occidente, existe una antigua costumbre en Japón llamada “o-yatsu”. El refrigerio que constituye el o-yatsu puede ser una combinación de té verde y senbei, una galleta tradicional de arroz, o youkan, dulce fabricado a base de azúcar y alubias, o bien podría ser una taza de café o zumo de fruta, con pasteles, galletas o chocolate. Recientemente, el chocolate a la taza se está haciendo más popular.

En conjunto, la industria japonesa distingue 10 tipos de confitería (más una categoría “otras”) a saber: caramelos, chocolate, chicle, senbei, galletas, galletas de arroz, confitería tradicional japonesa, confitería estilo occidental, confitería tipo *snack* y tortas de aceite. La cuota de mercado correspondiente a la confitería típicamente japonesa - senbei, galletas de arroz y confitería de estilo japonés - está muy por encima del 30% del valor total de venta al por menor, y no muestra señales perceptibles de disminución.

Entre las diferentes categorías de confitería, la cuota de mercado correspondiente al chocolate es de aproximadamente un 12%.

Se ha sugerido que el mercado confitero en su totalidad ha alcanzado la saturación, y que todo aumento del consumo de chocolate ha de ser a expensas de una reducción de la cuota de otras confiterías alternativas. En este sentido, existe una competencia especialmente feroz. En lo que se refiere al chocolate, la situación se ha hecho más difícil: después de que la alimentación de estilo occidental avanzara de forma significativa en la sociedad japonesa, la atención del consumidor japonés se volvió a desplazar hacia la comida tradicional japonesa, y el aumento del interés por la salud se ha traducido en una tendencia hacia productos más naturales.

La fabricación de chocolate en Japón se encuentra concentrada principalmente en los cinco mayores fabricantes, *Meiji Seika*, *Lotte*, *Morinaga*, *Fujiya Confectionery* y *Ezaki Glico*, que juntos representan el 70% de la fabricación de confitería de chocolate. Los productores principales de bebidas de cacao son *Morinaga* y *Meiji Seika*, aunque las grandes cerveceras diversificadas, *Kirin* y *Asahi*, y los proveedores de café tales como *UCC*, también tienen una participación importante, especialmente en lo que se refiere a la distribución. La CCAJ cuenta con aproximadamente 25 miembros. El segmento del mercado que mayor crecimiento ha experimentado ha sido el chocolate compuesto y relleno, mientras que el chocolate sólido ha ido perdiendo progresivamente su cuota del mercado, lo que refleja tanto el éxito importante de los surtidos de chocolate para “regalo” como la tendencia de los fabricantes a diferenciar sus productos de los de sus competidores mediante el uso de una variedad de rellenos y sabores. Entre estos últimos, el chocolate con sabor a fresa es muy popular en Japón.

El desarrollo de nuevos productos es una característica típica de la industria japonesa, debido a la fuerte competencia reinante por parte tanto de otros fabricantes nacionales como de empresas extranjeras. Mientras que los fabricantes extranjeros suelen concentrarse en sus marcas más vendidas, las empresas japonesas son rápidas a la hora de explotar las oportunidades presentadas por tendencias de moda, dado que los consumidores se muestran relativamente indiferentes al precio de las novedades de moda. Los fabricantes son también rápidos a la hora de explotar ideas surgidas fuera de Japón, tales como el “boom” del *Tiramisu* de chocolate a principios de los años 90, que surgió directamente a raíz de un artículo aparecido en la revista puntera “Hanako”, dedicado al Tiramisu como un postre excepcional italiano. Sin embargo, la mayoría de los productos duran poco tiempo. Se calcula que cada año se lanzan al mercado 3.000 artículos nuevos de confitería. Sin embargo, al ser muy caro el espacio en los estantes de los supermercados, sólo los productos con gran volumen de venta permanecerán en los estantes. Por lo tanto, se estima que 2.960 artículos vuelven a desaparecer al año de su introducción. Pero todo fabricante tiene que participar en el lanzamiento de nuevos productos, si no quiere perder su cuota de mercado.

La publicidad intensa constituye un componente esencial de la promoción de una marca y de la presentación de nuevos productos. La televisión es el medio más representativo para anuncios de confitería de marca reconocida, aunque hay también un empleo intensivo de otros medios, entre los que destacan periódicos y revistas. La publicidad televisiva se destina principalmente a la presentación y lanzamiento de nuevos productos, así como para ocasiones especiales tales como el Día de los Enamorados. Al tratarse de una publicidad intensiva, sus efectos no suelen prolongarse más allá del

corto plazo. Así pues, el corto ciclo de vida de los productos de confitería en el mercado da lugar a una necesidad constante de desarrollo y lanzamiento de nuevos productos, que, aunado a una publicidad repetida, aumenta de forma notable el coste de la competencia.

El mercado del chocolate en Japón está dominado por el chocolate para “regalo” y “ocasiones especiales”, y los consumidores japoneses típicamente compran las mayores cantidades durante el mes de febrero, para el Día de los Enamorados, y en diciembre, la época festiva y el período del tradicional intercambio de regalos a fin de año. Sólo en estos dos meses se puede alcanzar el 40% del consumo total anual de chocolate. Esta concentración de la demanda también está relacionada con el hecho de que comer por la calle no es de buena educación en la cultura japonesa, y por lo tanto la mayoría del chocolate se consume en casa o en la oficina.

La gran mayoría de la confitería de chocolate se consume en áreas urbanas, que representan casi la mitad de la población total. Cerca del 85% de toda la confitería de chocolate se consume durante los ocho meses entre octubre y mayo, y el 15% restante se consume durante la época veraniega cuando las altas temperaturas y niveles de humedad dan lugar a un marcado descenso del consumo.

El mercado japonés mantiene una serie de exigencias de orden sanitario y fito-sanitario para la mayoría de los productos agrícolas, situación que acoge al cacao que ingrese a dicho mercado. Este tipo de restricciones limitan considerablemente el ingreso de productos colombianos hacia el Japón. Estos factores, obligan a que Colombia, y en especial el departamento de Bolívar comience a implementar la agricultura orgánica,

que le permita obtener unos productos limpios con facilidad de acceso a los mercados internacionales, dentro de los que se encuentra el japonés.

En el caso de Bolívar en cuanto al cultivo de cacao, se están implementando clones que permiten obtener un mejor rendimiento (1.5Ton/Ha), lo que le permitirá a los productores satisfacer el consumo interno y generar un excedente exportable, al igual que mediante el intercalado con sombríos se está favoreciendo el medio ambiente, situación que lo coloca en muy buen puesto para el ingreso con ventajas competitivas a un mercado dinámico en expansión como es el japonés.

3.5 EL SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE JAPÓN

El principal mecanismo preferencial que pueden utilizar los productos colombianos al mercado japonés, es el denominado Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Este mecanismo, impulsado originalmente por la UNCTAD, tiene como objetivo contribuir con el crecimiento económico y el desarrollo de las exportaciones de los países en vías de desarrollo.

Colombia, al ser beneficiaria del esquema SGP de Japón, tiene derecho a reducciones arancelarias, incluyendo tratamiento libre de derechos, para los productos cubiertos bajo este esquema. La lista de productos incluidos es limitada, generalmente incluye productos industriales, agrícolas y pesqueros, y es sujeta a revisión anual. Por otro lado, existe una serie de techos y límites para los diversos productos o grupos de productos considerados sensibles, de manera de que su importación no amenace la producción nacional.

En términos generales, los criterios que aplica Japón para la inclusión de países en su esquema SGP, son los siguientes:

- La economía del país debe estar en fase de desarrollo.
- El país debe ser miembro de la UNCTAD.
- Debe tener arancel propio y sistema organizado de comercio exterior.
- Debe solicitar se le califique para recibir un beneficio especial, como la exoneración de los impuestos de aduanas.
- Debe demostrar capacidad de proveer artículos al mercado japonés desde su territorio.
- Los productos exportados desde un determinado país beneficiario, deben ser reconocidos como originarios de ese país para ser elegibles (de acuerdo con los criterios de origen del SGP Japonés) y trasladados al Japón de acuerdo a reglas de transportación que garantizan que los bienes guardan su identidad y no son manipulados en el transcurso del embarque.

Es importante citar que el 13 de diciembre de 2000, el Consejo de Aranceles Aduaneros del Japón, luego de revisar el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) japonés, el cual expiró el 31 de marzo de 2001, informó sobre la necesidad de extender el período de aplicación del SGP japonés así como también ampliar la lista de productos con

tratamiento especial para los Países Menos Desarrollados (PMDs), de los cuales Ecuador forma parte.

Entre las razones que se arguyeron para la renovación están:

(1) El SGP japonés ha contribuido a la promoción de las exportaciones así como también al aumento de ingresos por concepto de exportaciones de los países en vías de desarrollo;

(2) Hay un consenso generalizado entre la comunidad internacional en el sentido de que el SGP debe ser mantenido; y

(3) El mejoramiento del acceso a los mercados para los PMDs, es uno de los temas en común que deben ser discutidos y tratados por los países desarrollados, incluyendo el Japón.

1. Extensión del período de efectividad del SGP japonés

El período de efectividad del SGP japonés ha sido extendido por 10 años más hasta el 31 de marzo de 2011.

IV. IMPACTO DEL CULTIVO DE CACAO SOBRE EL ENTORNO ECONÓMICO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.

La ejecución integral del cultivo de cacao en el Departamento de Bolívar, generará importantes impactos en el desarrollo socioeconómico de la región y el país. En el presente capítulo describimos, de forma general, estos impactos.

4.1. GENERACIÓN DE EMPLEO E INGRESOS

El manejo agronómico del cultivo de cacao requiere un uso intensivo de mano de obra y con dos hectáreas en este cultivo se crea un empleo permanente, convirtiéndose entonces en la actividad productiva de mayor generación de empleo con muy baja inversión.

La generación de estos nuevos empleos, unida a las utilidades que generará las explotaciones permitirá el incremento sustancial del nivel de ingresos de las familias campesinas vinculadas al proyecto, y consecuentemente el mejoramiento del nivel de vida.

El cultivo de cacao es desarrollado básicamente por pequeños productores en el sistema de economía campesina, en fincas cuyo tamaño en un 80% es menor a 20 hectáreas, quienes lo asocian con otros cultivos como el café, frutales, plátano maderables, especies menores y en muchos casos pequeñas ganaderías. El cacao al combinarse con todos esos renglones de producción conforma un sistema productivo que le asegura al cacao cultor ingresos quincenales durante todo el año.

4.2. APORTES A LA ECONOMÍA REGIONAL Y DEL PAIS

Además de la generación de empleo directo e indirecto en el área de influencia del proyecto, el cultivo de cacao, permitirá en el mediano y largo plazo la circulación de flujos de capital en la región y en el país, tanto por el cultivo como por la agroindustria, lo cual propiciará de manera consecuente el fortalecimiento de otros sectores de la economía. De igual forma, al ser un cultivo con orientación hacia los mercados internacionales, permitirá el flujo de divisas hacia la región y el país, aportando al mejoramiento de nuestra balanza comercial.

El cultivo de cacao, permitirá ampliar el excedente exportable hacia los mercados internacionales, facilitando el posicionamiento del país como uno de los principales productores del continente americano y su reconocimiento a nivel mundial.

El cacao, se vislumbra como un núcleo de desarrollo que facilitará nuevos desarrollos cacaoteros en todo el departamento de Bolívar y en el país en general.

4.3. CONDICIONES DE PERMANENCIA PARA LA POBLACIÓN CAMPESINA

La cultura agropecuaria del país está sufriendo una reconversión al pasar de la siembra de cultivos transitorios a otros de tardío rendimiento, como el cacao, la palma de aceite, el caucho y frutales perennes entre otros.

El gobierno nacional no ha sido esquivo a esta situación, y se ha apoyado en el desarrollo de este tipo de cultivos como alternativa para el reemplazo de los cultivos ilícitos en el territorio nacional, al igual que ha propiciado programas mediante los cuales incentiva la siembra de éstos con la intención de que se logre el asentamiento definitivo de las familias en los municipios donde se desarrollan dichos cultivos, y por los efectos en la economía de la región influirá en la estabilidad económica y social de sus habitantes, creando condiciones de sana convivencia, lo cual constituye un aporte para la paz.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En los últimos años la cultura agropecuaria del país está sufriendo una reconversión al pasar de la siembra de cultivos transitorios a otros de tardío rendimiento, como el cacao, la palma de aceite, el caucho y frutales perennes entre otros.

El gobierno nacional ha encontrado en este tipo de cultivos una oportunidad para el reemplazo de los cultivos ilícitos en el territorio nacional y una posibilidad para que se de el retorno definitivo de los campesinos victimas del conflicto armado interno a sus parcelas, mediante la siembra de cultivos generadores de empleo e ingresos y que permiten elevar el nivel de calidad de vida de la población campesina.

El cacao está considerado como un cultivo de tardío rendimiento, permanente, que mediante su manejo agronómico requiere un uso intensivo de mano de obra y con dos hectáreas en este cultivo se crea un empleo permanente, convirtiéndose entonces en una actividad productiva generadora de empleo con muy baja inversión.

El cultivo de cacao es desarrollado básicamente por pequeños productores en el sistema de economía campesina, en fincas cuyo tamaño en un 80% es menor a 20 hectáreas, quienes lo asocian con otros cultivos como el café, frutales, plátano maderables, especies menores y en muchos casos pequeñas ganaderías. El cacao al combinarse con todos esos renglones de producción conforma un sistema productivo que le asegura al cacao cultor ingresos quincenales durante todo el año.

El cacao, como cultivo permanente, presenta ventajas socioeconómicas que lo hacen muy competitivo. Su cultivo representa la posibilidad de generar empleo; cerca del 60% de los costos de producción corresponden a mano de obra. El cacao se puede convertir en una fuente de ingresos que genere rentabilidad al sector agrícola Colombiano, si se explota bajo los nuevos parámetros tecnológicos de sistemas agroforestales con materiales de siembra provenientes de clones seleccionados de alto rendimiento (mayores de 1.200 kg/ha), mayores densidades y de óptima calidad de aroma y tamaño.

Colombia no se ha destacado a nivel internacional como principal productor de cacao, no obstante, a futuro se vislumbra que por las situaciones que se están presentando en el sector agropecuario colombiano, aumentará el área sembrada de cultivos permanentes en el país, destacándose dentro de éstos el de cacao. El departamento de Bolívar comienza a adquirir importancia en cuanto al área sembrada de este cultivo, y mediante el incentivo del gobierno nacional se está diseñando proyectos para la siembra y mantenimiento del cacao como un modelo de desarrollo productivo y social para la paz.

El cacao es un producto de amplio intercambio mundial, se cultiva casi exclusivamente en el trópico y generalmente por parte de pequeños productores. África es el continente que actualmente es el mayor productor. También Asia ha incrementado su participación en la producción en las últimas dos décadas.

Existe una marcada diferencia del mercado agrícola e industrial. En efecto, la producción de cacao como materia prima se concentra en los países tropicales, mientras que la producción de bienes intermedios y finales como mantecas y grasas y productos elaborados del cacao como chocolatinas y confites se ha centrado en los países con alto desarrollo tecnológico como los de Europa.

Las principales formas de comercialización del cacao son en grano o en productos derivados como chocolate y preparados de chocolate, manteca, grasa y aceite de cacao, cacao en polvo y licor de cacao. Cabe destacar que aproximadamente el 90% de la producción de cacao se destina para la elaboración de chocolate.

Dado que el cacao es un producto agrícola de origen tropical que debe ser procesado para consumo humano, el mercado del cacao es complejo. Como cadena productiva se divide en tres segmentos: el bien primario (grano de cacao), los bienes intermedios (aceite-manteca, polvo y pasta), y los bienes finales (chocolate y sus preparados).

Japón se demarca como potencial consumidor de cacao a nivel mundial, ya que es considerado el mercado más importante de Asia, y como el mayor mercado de consumo del mundo, con una población de alrededor de 127 millones de habitantes caracterizados por un elevado poder de compra, pero al mismo tiempo por una alta exigencia en la calidad y presentación de los productos demandados.

Colombia, como país en vía de desarrollo puede sacar provecho de esta situación y a través del SGP (Sistema General de Preferencias de Japón), sistema mediante el cual puede obtener derecho a reducciones arancelarias, incluyendo tratamiento libre de

derechos y otras preferencias siempre y cuando se cumpla con los requisitos técnicos y normas fitosanitarias de Japón.

Ante esta situación se hace importante recomendar que a la producción agropecuaria se le vaya orientando hacia la agroindustria, ya que es en este renglón donde se genera la mayor cantidad de valor agregado, al igual que debe incorporarse en el proceso productivo la cultura de la agricultura orgánica, lo cual creará una sinergia que le permitirá al cacao colombiano mayor facilidad de penetración a los mercados internacionales, en especial al japonés.

BIBLIOGRAFIA

- ARDILA, Octavio, GARZON, Diego. Memorias: Aspectos Generales sobre el cultivo de cacao. Magangue, septiembre 25-27. 2002.
- CONSEJO INTERNACIONAL DEL CACAO. Cincuenta y ocho reunión ordinaria. promoción genérica del consumo de cacao en Japón. Londres. 3 - 9 septiembre. 1998.
- CORPOICA. Tecnología para el mejoramiento del Sistema de Producción de cacao. 2000.
- ENRÍQUEZ, Gustavo. Botánica del cultivo de cacao. Genriquez@iica.ac.cr.
- IICA - MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Acuerdo sectorial de Competitividad de la Cadena del Cacao y su agroindustria. Bogotá,. Octubre, 2001.
- JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION (JETRO). El mercado japonés: un compendio de información para el exportador potencial. México. Marzo de 1997.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. “Acuerdo Sectorial de Competitividad de la Cadena de Cacao y su Agroindustria”. Bogotá, octubre de 2001.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Observatorio Agrocadenas. Perfil del cacao. 2003.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CACAO (ICCO). Boletín del Cacao de la ICCO No. 18. Agosto 2001.
- OBSERVATORIO DE AGROCADENAS COLOMBIA. Exploración de mercados. Inteligencia de mercados Cacao. Publicación electrónica. 2003.

- POTTÍ, Daniel. ICCO International Cocoa Organization. El mercado del cacao y el chocolate: Producción. 1994.
- PROMOTORA HACIENDA LAS FLORES. Siembra de 1.000 has de cacao con pequeños productores de áreas sin riego en el municipio de Marialabaja (Bolívar). 2003.
- <http://www.agrocadenas.gov.co/cacao>
- <http://www.icco.org>
- <http://unctad.org/infocomm/espagnol/cacao/politicas.htm>
- <http://www.plancolombia.gov.co>
- <http://www.frutosparalapaz.com/index.php>
- http://www.prisma.org.pe/samco/samco_cacao/descripcion.htm
- <http://www.minagricultura.gov.co>