

GOBIERNO DE LA REPUBLICA DE NICARAGUA

MINISTERIO AGROPECUARIO Y FORESTAL  
MAGFOR

DIRECCION DE POLITICA DE COMERCIO, SANIDAD  
AGROPECUARIA E INOCUIDAD AGROALIMENTARIA

*CONSULTORIA DE CANALES Y MARGENES DE  
COMERCIALIZACION DEL CACAO*



*Elaborado por: Mayra Rosses – Consultora Nacional*

*Managua, Abril del 2005.*

## INDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. PRODUCCION EN NICARAGUA
4. MERCADO INTERNACIONAL DEL CACAO
5. EL MERCADO NACIONAL Y CENTROAMERICANO DEL CACAO
6. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES
7. PROBLEMAS CON ENFOQUE DE CADENA
8. CONCLUSIONES
9. PROPUESTA

### **ANEXOS**

### **Bibliografía**

## 1. INTRODUCCION

En el marco del Programa Comunitario de Seguridad Alimentaria 1998 financiado por la Unión Europea, se ha venido impulsando el proyecto de Apoyo a la Constitución de un Sistema de Información Agropecuaria dentro del cual se ubica la presente consultoría "Estudio de Mercado: Canales y Margen de Comercialización para Granos, Hortalizas y Frutas", siendo el cacao uno de los productos seleccionados para ser estudiado.

Desde la década de 1990 las acciones políticas propuestas, se orientan a mejorar los procesos de comercialización de los productos agropecuarios tanto para el mercado local como de exportación para lo cual se considera determinante mejorar la eficiencia de los distintos agentes a lo largo de la cadena agroproductiva de forma que se logre una mejor posición para la colocación de estos productos en el mercado internacional.

Todo lo anterior es parte de la Estrategia de Desarrollo para el sector rural presentada por el MAGFOR. En ella se considera importante el acercamiento entre productores y consumidores de los productos agropecuarios mediante una distribución eficiente y el mejoramiento de los ingresos en el sector rural.

Este estudio pretende aportar elementos que contribuyan a la toma de decisiones por parte de los diferentes agentes involucrados en la cadena producción-comercialización-agroindustria, así como para la propuesta de políticas orientadas al desarrollo del producto cacao principalmente en lo concerniente a la comercialización.

## 2. OBJETIVOS

### A. GENERAL

Identificar canales y márgenes de comercialización del cacao para recomendar acciones de política que mejoren la relación entre los actores del sector y sirva como insumo para análisis y elaboración de estudios de mercado.

## B. ESPECIFICOS

1. Identificar los actores que participan en la comercialización de cacao en el mercado nacional, incluyendo la agroindustria
2. Analizar y calcular los márgenes netos desde el productor hasta el consumidor
3. Elaborar mapa gráfico de canales y márgenes de comercialización del cacao integrando lista de principales actores del proceso de comercialización y número de participantes
4. Identificar costos y principales problemas que enfrentan los actores a lo largo del proceso en su integración a los mercados

## 3. PRODUCCIÓN EN NICARAGUA

Nicaragua cuenta con la mayor área potencial para el cultivo de cacao en Centroamérica, la cual es estimada en 349,000 ha (Thienhaus, 1991). Sin embargo, actualmente las plantaciones de cacao sólo cubren 6,195has., lo que representa apenas el 1.8% del área potencial (Thienhaus, S. 1992).

Más del 70% de las plantaciones existentes están ubicados en el Departamento de Matagalpa, el resto en Río San Juan y en las Regiones Autónomas de la Costa Atlántica. La mayor parte del área potencial para el cultivo de cacao carece totalmente del acceso vial y posee una deficiente infraestructura social y productiva.

Hace muchos años, en Nicaragua se cultivó el cacao Criollo, el que fue desapareciendo en la mayor parte del territorio nacional debido a la alta susceptibilidad a enfermedades por lo que fue sustituido por híbridos de mayor resistencia y más alto rendimiento.

En Nicaragua se contabilizan aproximadamente 3,000 has. de cacao completamente olvidados, con rendimientos entre 0 y 2 qq por mz. El combate de la Moniliasis en estos cacaotales improductivos aumentaría los rendimientos (dentro de pocos meses – Corto Plazo) a 4 qq y su regeneración completa haría posible un aumento de la producción a niveles entre 10 y 12 qq/mz a Mediano Plazo.

Con la llegada de la Moniliasis, que entró a Nicaragua a inicios de los noventas, gran parte de los cacaoteros del país quedó abandonado. Los índices de producción bajaron aún más. Fue con el inicio de la cooperación externa en la fase post guerra, que organizaciones como "Cooperative League of the United States" (CLUSA) y Auxilio Mundial, ambos de los EEUU y Pro Mundo Humano (Alemania) así como la asistencia bilateral de USAID, que se logró una mejora considerable en los niveles de producción y comercialización de cacao entre los productores nicaragüenses, algunos de los cuales ya cosechan hasta 1,300 Kg/ha y venden su cacao orgánico con atractivos precios en los mercados europeos.

El cacao que se obtiene en Centro América es de calidad "fino" o de "sabor", el que resulta prácticamente imprescindible para la fabricación de chocolate del tipo "delikatessen", que son tan apetecidos por los consumidores y en especial los de los países desarrollados que son los que poseen mayor capacidad adquisitiva y por tanto mayor posibilidad de consumirlos.

Las condiciones agro-ecológicas de la región centroamericana son óptimas para la producción cacaotera, tanto en las zonas de trópico húmedo como en el trópico seco. Se estima que al menos el 30% de la superficie cultivable total del área de Centro América es apta para el cultivo del Cacao.

Por otra parte, los agricultores de la región han desarrollado buenas prácticas del cultivo y no presentan resistencia a la puesta en prácticas de nuevas técnicas, introducción de nuevas variedades y uso de tecnología moderna.

Pese a esas ventajas, sólo se producen alrededor de 4,500 toneladas métricas, las cuales son consumidas principalmente por la población en forma de bebidas tradicionales (actividad artesanal) y de chocolates (actividad industrial).

Al ser el volumen de producción tan reducido y el nivel de consumo local elevado, no es posible satisfacer la demanda internacional del cacao producido en esta región realizándose exportaciones mínimas.

### 3.1 IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DEL PRODUCTO

La producción de cacao representa una magnífica opción para el sector campesino medio y pobre por las características del cultivo y sus posibilidades de obtener buenos precios a nivel local y en el mercado internacional.

Las labores agrícolas correspondientes al rubro, por sus características son generalmente realizadas por la familia con la participación de las mujeres e hijos. Asimismo es importante la posibilidad de que a nivel familiar se desarrollen actividades agroindustriales relacionadas con el producto, concretamente la fermentación del cacao que requiere de mano de obra capacitada para cumplir con las especificaciones establecidas para garantizar la calidad que demanda el mercado internacional.

Otro aspecto interesante es el hecho de que si bien se establecen dos épocas en el año que podrían considerarse "pico" para el corte del cacao, sin embargo éstas no son estrictas como en el caso del café o granos básicos. El cacao puede cortarse y comercializarse durante todo el año, lo que permite una planificación del trabajo familiar así como la regularización de los ingresos.

### 3.2 TIPO DE PRODUCTORES Y TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN

La producción mundial de cacao se encuentra altamente atomizada; alrededor del 90% proviene de pequeños productores, que trabajan superficies menores a cinco hectáreas. En el caso de Nicaragua al igual que en el resto del mundo, está casi en un 100% en manos de pequeños productores.

En general, el nivel de tecnología siempre ha sido bajo en las plantaciones de cacao de Nicaragua. Extensas áreas se encuentran semi-abandonadas y que reciben cierto grado de mantenimiento, como control de plagas y enfermedades, podas y regulación de la sombra, se realizan en forma insuficiente e inadecuada. (Corven, J. 1991).

### 3.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

El cacao es un cultivo en el que deben considerarse 4 años de financiamiento y apoyo técnico para que tenga éxito, por esto aparecen 4 años de presupuesto. La mano de obra se considera a US \$ 4.00/unidad, siendo el total de US \$ 1,728.00.

En el caso de los materiales y equipos se estima otro tanto igual, o sea, US \$ 1,728.00, siendo el total de US \$ 3,448.00 para una hectárea incluyendo el seguimiento por 3 años después de plantado. La práctica de las organizaciones e instituciones que apoyan al sector, solamente proporcionan materiales y equipos y el productor como contraparte, aporta

## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

la mano de obra. En ese caso, para producir una "hectárea", se requiere en efectivo, la mitad de los costos indicados.

3.4 ZONAS APTAS PARA LA PRODUCCION DE CACAO



A como se observa en el mapa, las zonas consideradas óptimas para el cultivo del cacao se ubican en la región central del país y la región atlántica principalmente en la RAAS (Región Autónoma del Atlántico Sur) y la parte correspondiente a Río San Juan.

Una de las características de las zonas identificadas es la deficiente infraestructura vial y productiva en general. Existen serias dificultades de comunicación y transporte lo que incide sensiblemente en la elevación de costos y por lo tanto en la decisión del productor de dedicarse a este cultivo.

## 4. EL MERCADO INTERNACIONAL DEL CACAO

### 4.1 GENERALIDADES

El sector del cacao se caracteriza por un grado elevado de concentración: siete países producen el 85% del cacao, cinco empresas controlan el 80% del comercio, otras cinco el 70% de la transformación y seis multinacionales del chocolate acaparan el 80% de este mercado.

El cacao tiene dos variedades, el forastero amazónico que representa el 95% de la producción mundial de cacao; y el cacao criollo que representa el 5% restante. La primera variedad es utilizada principalmente para la industria mientras que el criollo es utilizado fundamentalmente para la elaboración de chocolates de alta calidad. Este tipo de cacao, por lo tanto, tiene mayor demanda y es mejor valorado que el forastero.

### 4.2 CALIDADES

La calidad del grano del Cacao se le da en el manejo post-cosecha, actualmente existen la siguientes calidades:

- a. *Cacao lavado*. Este tipo de cacao se produce en el sur de México, donde el productor saca la semilla de la bellota, la lava con agua y la pone al sol, dando como resultado una pobre calidad.
- b. *Cacao corriente*. Este cacao es el que se produce normalmente en Centro América, donde el productor saca la semilla de la bellota y la pone al sol a secar, lo que da como resultado una calidad media.
- c. *Cacao Fermentado*. Este cacao solamente lo producen algunas fincas o beneficios acopiadores de cacao, para ello, sacan las semillas de la bellota y las ponen a fermentar en cajones de madera durante 4 ó 5 días y después se secan al sol, lo que da como resultado muy buena calidad y muy apreciada por los industriales del cacao para hacer sus chocolates buenos, de marcas. Por el cacao fermentado se paga un premio sobre la base del cacao corriente.

- d. *Cacao Fermentado Orgánico*. Este Cacao está siendo actualmente, muy solicitado por fábricas europeas, para la confección de los chocolates de calidad con el sello de orgánico. La promoción del cultivo del cacao orgánico adquiere cada día más importancia en Nicaragua. Sin embargo la respuesta de los productores va en detrimento después de haber logrado una reacción positiva de un alto porcentaje de los productores principalmente de la zona de Waslala.

Existe demanda para cualquier cantidad que pueda producirse sin límites y con un premio de hasta un 50% sobre la calidad base de cacao corriente, a los precios de hoy del mercado de Nueva York.

#### 4.3 OFERTA Y DEMANDA MUNDIALES

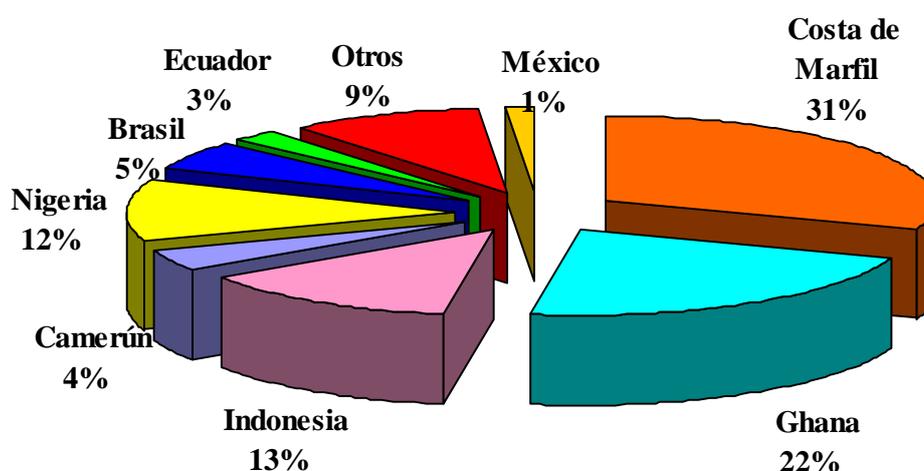
La producción de cacao se centraliza principalmente en los países ecuatoriales de África y Asia. En su mayoría son naciones poco desarrolladas cuyas economías dependen considerablemente de este cultivo. Así pues la producción del cacao como materia prima se da en países con economías frágiles y con alta dependencia del sector primario, sin embargo la transformación a bienes intermedios y productos finales ha correspondido a los países desarrollados.

El cacao se cultiva principalmente en Africa Occidental, Centro y Sud América y Asia. En base al volumen de producción anual, los ocho países principales productores en el mundo son (en orden descendente): Côte d'Ivoire, Ghana, Indonesia, Nigeria, Brasil, Camerún, Ecuador y Malasia. Estos países representan el 90% de la producción mundial.

Así pues, mientras la producción mundial de Cacao es del orden de las 3,000,000 de toneladas métricas anuales, la producción de Centro América difícilmente alcanza una participación del 0.15% en la producción mundial, es decir que la producción con dificultad puede pasar las 5,000 TM anuales cuando países como República Dominicana produce 50,000 toneladas métricas en un año.

Grafico NO. 1

PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES DE CACAO EN 2004



Fuente: Elaborado por UNCTAD según estadística de la Organización Internacional del Cacao (ICCO)

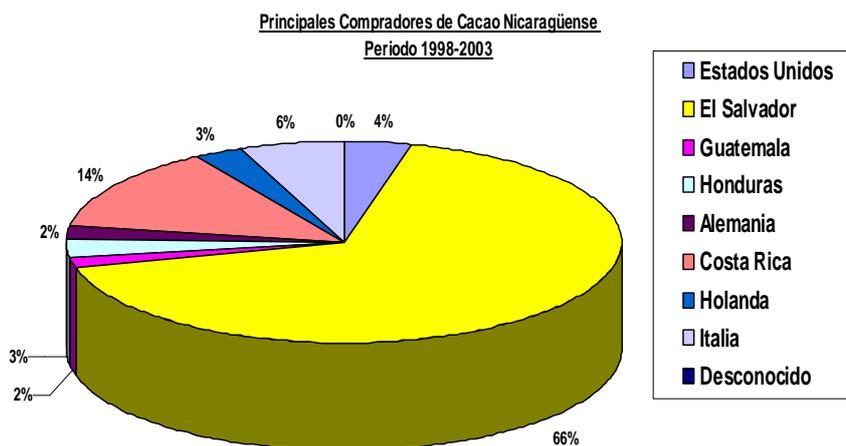
Los principales exportadores son, a la vez, los principales productores de cacao. Sin embargo, países como Brasil y Malasia, que ocupan un lugar importante en la producción mundial, no son necesariamente grandes exportadores debido al tamaño de su industria de transformación, que absorbe la producción nacional. En América Latina, por ejemplo, las exportaciones de cacao de República Dominicana son superiores a las de Brasil.

Costa de Marfil, además de ser el mayor exportador es uno de los más importantes industrializadores de cacao en el mundo.

A pesar de que el cacao se produce en los países en desarrollo, se consume principalmente en los países desarrollados. Los compradores en los países consumidores son los transformadores y los productores de chocolate. Unas pocas compañías multinacionales dominan tanto la transformación como la producción de chocolate.

#### 4.4 COMPORTAMIENTO DEL MERCADO INTERNACIONAL Y SU RELACION CON NICARAGUA

Grafico NO.2



De acuerdo al comportamiento de las exportaciones nicaragüenses de cacao, la principal oportunidad la ha representado el mercado centroamericano que posee una capacidad instalada para procesamiento de cacao de unas 12,000 ton y una producción que oscila entre 5 y 6 mil toneladas lo que resulta en una capacidad ociosa de casi 5 mil ton que sumado a unas exportaciones de 2,000 ton da una capacidad ociosa total superior a las 7 mil toneladas.

*En Centro América hay dos tipos de consumidores.*

- ◆ Los de la industria artesanal: Tuestan el cacao, lo muelen y le adicionan azúcar y especias. Al grano del cacao no se le extrae la manteca, son granos enteros. El consumo es relativamente grande en Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica, entre ellos pueden consumir unas 3,000 toneladas métricas al año, los precios no van acorde con la bolsa de Nueva York y son relativamente mejores, hasta en un 30%. Este fenómeno de los precios se presentó a raíz de la baja oferta en la región principalmente con la salida de Honduras del mercado producto de la extinción de sus cacaotales por efecto de la monilia.

- ◆ Los de la industria tecnificada. Estos extraen la manteca de los granos de Cacao y producen tabletas de chocolates de regular calidad, que se venden por toda Centro América, existen fábricas en Guatemala, El Salvador, Honduras y Costa Rica.

El excedente de producción que no es exportado al área centroamericana, en especial a El Salvador y Costa Rica, ha tenido como destino Europa y Estados Unidos. En la actualidad existe una demanda importante de parte de esos continentes que no ha sido posible satisfacerse, incluso se ha caído en incumplimiento de contratos con importadores de Alemania e Italia.

Cabe señalar la excelente oportunidad que representa la comercialización del cacao a través del Mercado Justo (Fairtrade) donde se consigue sobreprecio de hasta US\$500 TM si el producto es orgánico y de unos US\$300 si es convencional. CACIONICA es actualmente la única organización productora de cacao que está certificada en el Fairtrade.

Otra oportunidad interesante es la que ofrece el mercado de productos orgánicos que paga mejores precios y en la actualidad existe una importante demanda sin cubrir. Esta situación se aprecia principalmente de parte de las fábricas de chocolates de Europa.

#### 4.5 SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL

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

- a. Junta de Comercialización En este sistema el estado ejerce un monopolio sobre la comercialización interna y externa del producto. Una vez que el cacao es comprado al productor, pasa a ser propiedad de la Junta de Comercialización y será manejado por la Junta en todas las etapas subsiguientes de la cadena.
- b. Caisse de Stabilisation Al igual que en el caso de la Junta de comercialización, determina los precios internos y posee la propiedad del cacao dentro de la cadena de comercialización, sin embargo existe menos intervención del estado ya que el manejo físico del producto, desde el productor hasta los puntos de exportación, es llevado a cabo por agentes privados autorizados por la Caisse.

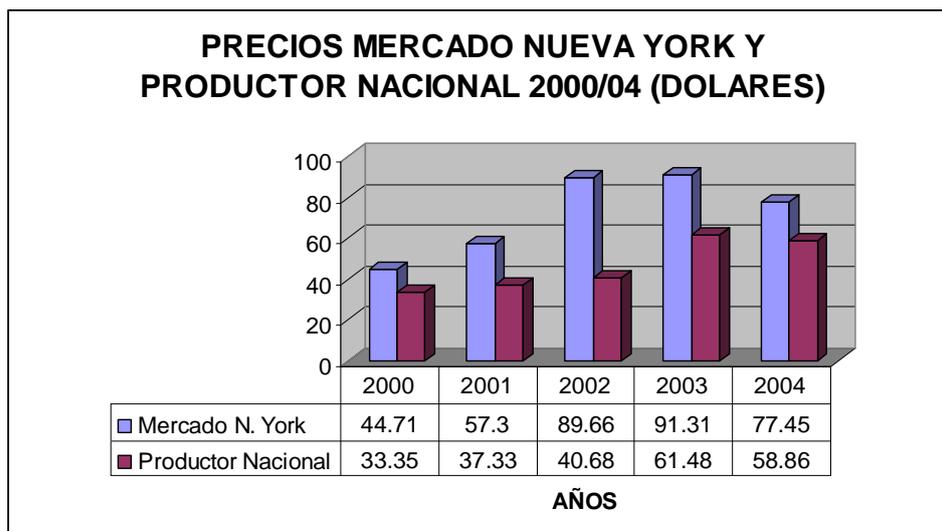
- c. Libre mercado En este sistema concurren una multitud de agentes privados que participan en la cadena de comercialización, no existe una intervención directa del gobierno en la comercialización interna y externa y los precios se determinan de acuerdo a los precios internacionales.

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.

#### 4.6 ANÁLISIS DE PRECIOS INTERNACIONALES

Los precios internacionales se basan en la oferta y demanda, negociados en la bolsa de Café, Cacao y Azúcar de Nueva York.

Cuadro N<sup>o</sup>. 1



FUENTE: SIPMA/MAGFOR

NOTA: 2004 HASTA SEPT.

Mientras en el mercado de Nueva York el quintal de Cacao se vendió en el período 2000/04 a un precio promedio de 72.09 dólares el quintal, los productores nicaragüenses recibieron un promedio de 46.34 dólares el quintal. Eso significa que el precio de venta de Nueva York es más del 50% superior al precio de venta del productor.

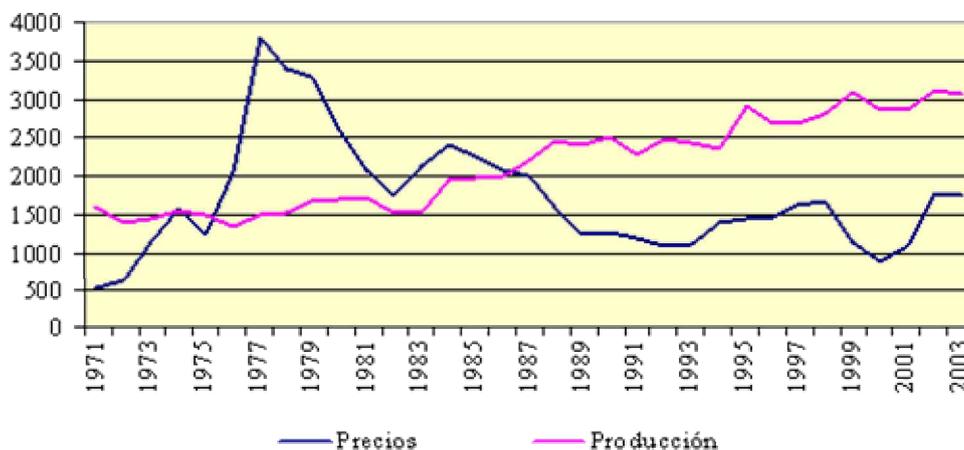
En los dos últimos años del ciclo estudiado los precios al productor han mejorado por las razones ya expuestas. Cabe destacar que en el caso de

los productores asociados en Cacaonica, los precios obtenidos están por encima de la media del mercado.

Como se puede observar en la gráfica el precio del cacao lleva una tendencia alcista, es hasta en el 2004 que este sufre un leve descenso.

Gráfico N0.3

Precios internacionales y producción de cacao



Fuente: Elaboración propia UNCTAD basado según estadística da la Organización Internacional del Cacao (ICCO), boletín trimestrial de estadísticas del cacao

Los dos principales mercados para el cacao se encuentran localizados en Londres y en Nueva York. Como todo cultivo de plantación las fluctuaciones son la norma, sucede lo mismo que en el Café, además del juego financiero que los especuladores le imprimen en la bolsa de Nueva York.

Así pues, los precios del cacao al igual que los commodities, responden a factores de oferta y demanda. Los precios internacionales tienden a seguir un patrón de largo plazo ligado al ciclo del cacao, que se estima que dura un poco más de 20 años. Durante los periodos de expansión de la producción, existe un excedente de producción que genera primero una caída y más tarde un estancamiento de los precios.

En consecuencia, los precios bajos como resultado del exceso de producción generalmente tienen un impacto negativo sobre las cosechas,

## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

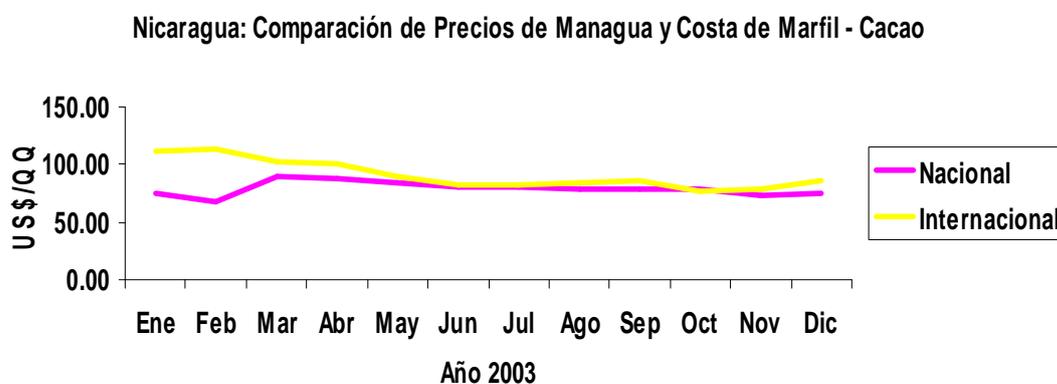
puesto que los productores tienden a cambiar de cultivo, factor que nuevamente permite una subida de precios. El ciclo del cacao se caracteriza de esta manera por efectos de expansión y recesión.

Para obtener buenos precios y obtener premios (sobrepuestos), el cacao además debe de cumplir con ciertas exigencias que demandan los compradores en cuanto a su aroma, sabor y tamaño; es por eso que se debe de fermentar y secar adecuadamente.

Por lo general los compradores exigen entre 70% y 90% de grano fermentado y un nivel máximo de 7% de humedad, además se clasifica un cacao como de primera clase si, como máximo se encuentran 1000 granos por kilogramo (medida del tamaño del grano).

El cacao de calidad tiene un precio promedio de US\$ 1,500 por tonelada y está sujeto a las fluctuaciones de la Bolsa de Valores de Nueva York. Los precios internacionales al que se puede vender el cacao si fuese "Fair Trade" sería al menos de US\$ 1,700 y si este fuera también orgánico ganaría como mínimo US\$200 adicionales por tonelada métrica.

Grafico NO.4



Fuente: Datos de UNCTAD y MAGFOR

A como puede observarse en la gráfica anterior, hay una gran similitud entre los precios nacionales y los de la Costa de Marfil.

## 5 EL MERCADO NACIONAL Y CENTROAMERICANO DEL CACAO

### 5.1 TIPOS DE MERCADOS Y CONSUMIDORES

La demanda del cacao nicaragüense proviene principalmente de los siguientes agentes:

#### a. Nivel local

- Ø Amas de casa que producen su propio pinolillo para el consumo familiar, así como para hacer "fresco de cacao" mediante la tostada y molienda del grano a nivel doméstico
- Ø Pequeñas industrias que fabrican pinolillo para su comercialización a nivel local
- Ø Fabricantes de cajetas de cacao en pequeña escala, esto se ubican principalmente en el departamento de Masaya
- Ø Industrias de mayor volumen como Café Soluble Presto, el Caracol y una serie de pequeñas industrias como Hodegasa para la fabricación industrial del pinolillo y cacao como refresco. La distribución del producto terminado lo distribuyen a través de supermercados y pulperías tanto en Managua como en los departamentos

#### b. Centroamérica

En este ámbito geográfico, el cacao que se compra es el tipo convencional sin que prevalezca la calidad, por lo que no se requiere que el producto esté bien fermentado.

- Ø En El Salvador el cacao es utilizado principalmente para la fabricación de chocolates. Los compradores en este caso se interesan más en la cantidad del producto que en la calidad dada la poca oferta en la región.

El producto que les interesa no exige que esté fermentado ni que sea de buena calidad. La demanda de los salvadoreños ha tenido una importante incidencia en la formación local de precios

- Ø En lo que respecta a Costa Rica, el producto es utilizado sobretodo como materia prima para la extracción de manteca de cacao y posteriormente utilizarla en la industria cosmética. Ello hace que no se requiera de un producto que haya sido sometido al proceso de fermentación.

Hace algunos años, Costa Rica era fabricante de chocolates y comercializaban el mismo a nivel de los países del área. Sin embargo, esta industria vino en descenso en parte por la escasez de materia prima en el país y su importación incrementaba sensiblemente los costos de producción.

#### c. Mercado Extraregional

Aquí se ubican principalmente los Estados Unidos y Europa, aunque también hay otros compradores como Japón, Australia, etc. Estos mercados tienen sumo interés por el cacao nicaragüense dadas las características organolépticas del producto, lo que hace que se constituya en un producto sumamente atractivo para la fabricación de chocolates del tipo delicatessen.

En Estados Unidos se ha venido desarrollando un comercio de pequeños negocios muy interesante que produce chocolates de excelente calidad que se comercializa en pequeños establecimientos para consumidores exigentes dispuestos a pagar un precio elevado por un producto especial.

## 5.2 MODALIDADES DE COMERCIO DEL CACAO Y TIPOS DE CACAO

Dentro del mercado extrarregional se identifican las siguientes modalidades y tipos de cacao:

#### a. Orgánico:

Los principales demandantes son los países europeos entre los que destacan Alemania, Italia y Países Bajos. Es utilizado para la fabricación de chocolates para lo cual requieren un producto de óptima calidad. El cacao orgánico puede alcanzar sobrepuestos de hasta US\$300 TM

b. Convencional:

Este producto es de interés para cualquier país del mundo que requiera del cacao para un sector de su industria, en especial Estados Unidos, Europa y Japón. Se demanda un producto de calidad muy bien fermentado con granos enteros, aunque también se han tenido experiencias de exportaciones de cacao poco fermentado a un precio inferior. Es utilizado tanto para la fabricación de chocolates como de polvo de cocoa. Otro uso importante es la manteca extraída del cacao que se utiliza en la industria cosmética.

c. Mercado Justo:

Esta modalidad de comercio, lleva implícita una mejor retribución al productor de países en vías de desarrollo. Para ello se otorga un mejor precio mediante una menor intervención de intermediarios en la cadena de comercialización y en algunos casos la mejor retribución es resultado de la decisión del consumidor final de pagar un mayor precio porque de esa forma contribuye al mejoramiento de las condiciones de vida de los productores de los países pobres.

Existen una serie de empresas que dentro de esta modalidad estarían interesadas en comprar el cacao tanto para la fabricación de chocolate como para la industria cosmética. El precio que están dispuestos a pagar es incluso superior a los US\$200 por encima del precio de la bolsa (Nueva York o Londres) y reconocen sobreprecio adicional en el caso del producto orgánico.

Otra ventaja que ofrece este mercado es que ofrece un precio mínimo, es decir independiente de la baja de precios en el mercado, el precio base es de US\$1,500, lo que da una garantía a los productores dadas las fluctuaciones de precios de los productos agrícolas primarios. Otra ventaja es que si el precio del mercado internacional sube, automáticamente sube también en las empresas del mercado justo.

Sin embargo la oferta para este mercado ha sido muy poca dados los precios actuales en el mercado interno, le resulta más conveniente a los productores colocar el producto en el mercado local por las razones ya suficientemente explicadas a lo largo de este estudio.

La demanda dentro del esquema del Fairtrade proviene tanto de países europeos como de Estados Unidos.

### 5.3 CANALES DE COMERCIALIZACION

#### a. Cacao orgánico fermentado:

Este tipo de cacao es producido principalmente por miembros de cooperativas como Cacaonica y grupos de productores individuales y/o en cooperativas, apoyados por Auxilio Mundial a través del Programa de Acción Comunitaria. Este es un producto orientado exclusivamente a la exportación.

En el caso de Waslala, la cooperativa Cacaonica, lo realiza mediante el traslado hecho directamente por los socios a la cooperativa en transporte colectivo o haciendo uso de camionetas generalmente de alquiler. Otras veces es la cooperativa la que se encarga de la recolección y lo traslada a sus instalaciones.

Independiente de la forma en que sea trasladado el producto, éste es sometido a un proceso de secado, clasificación y empaque para ponerlo en condiciones de ser exportado. En el caso de Cacaonica que es de las pocas organizaciones que tienen la infraestructura, capacidad y condiciones para exportar, lo hace directamente sin intermediario e incluso se encarga del transporte al puerto y de hacer las negociaciones directamente con los clientes internacionales.

Hay otro grupo de productores que ha tenido experiencia en exportar este tipo de producto, pero lo ha hecho a través de un exportador privado que cobra aproximadamente un 10% sobre el precio de venta del producto y él se encarga del beneficiado (básicamente secado), empaque, trámites de exportación y envío al puerto.

Diagrama N<sup>o</sup>.1



#### b. Cacao convencional fermentado:

El cacao convencional fermentado es al igual que el cacao orgánico, es un producto con gran demanda internacional, sin embargo menos del 25% de la producción total en Nicaragua es la que se fermenta.

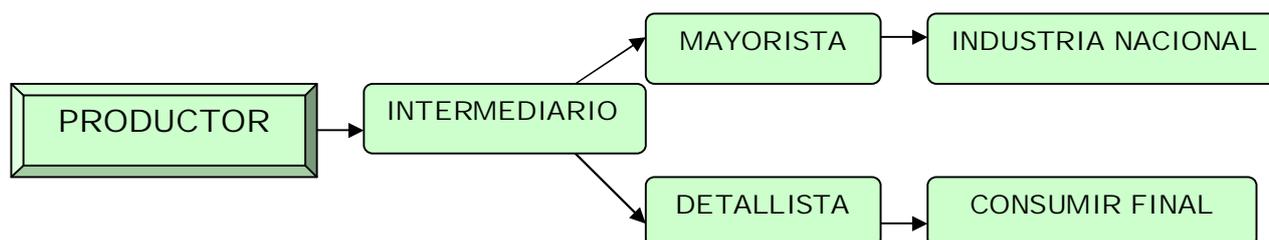
## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

Por las características de este producto, quienes lo compran son aquellos que requieren de calidad clase A del producto que es utilizado como materia prima para su posterior procesamiento y transformación. Entre los clientes (además de empresas de países desarrollados) están Costarican Cocoa, algún importador salvadoreño y la industria nacional como el Café Soluble y otros.

La forma en que es acopiado este producto es similar al del cacao orgánico fermentado aunque también existen algunos productores ya reconocidos por su calidad de producción que tienen compradores asegurados. El acopio se realiza a través de intermediarios que llegan a las fincas de los agricultores o bien los mismos productores lo llevan al centro de compra.

El Programa de Acción Comunitaria financia a compradores para que realicen la función de acopio ya sea para entregar el producto a PAC o bien a otros interesados.

Diagrama N°. 2



- c. Cacao convencional poco fermentado (al mínimo que pueden ser sólo dos días):

Este es el tipo de cacao más demandado en el mercado nacional en el nivel popular de consumo. También es muy demandado por el mercado salvadoreño y costarricense.

La manera como fluye al mercado este tipo de cacao es básicamente de dos formas:

- Intermediarios llegan a las fincas a comprar el producto

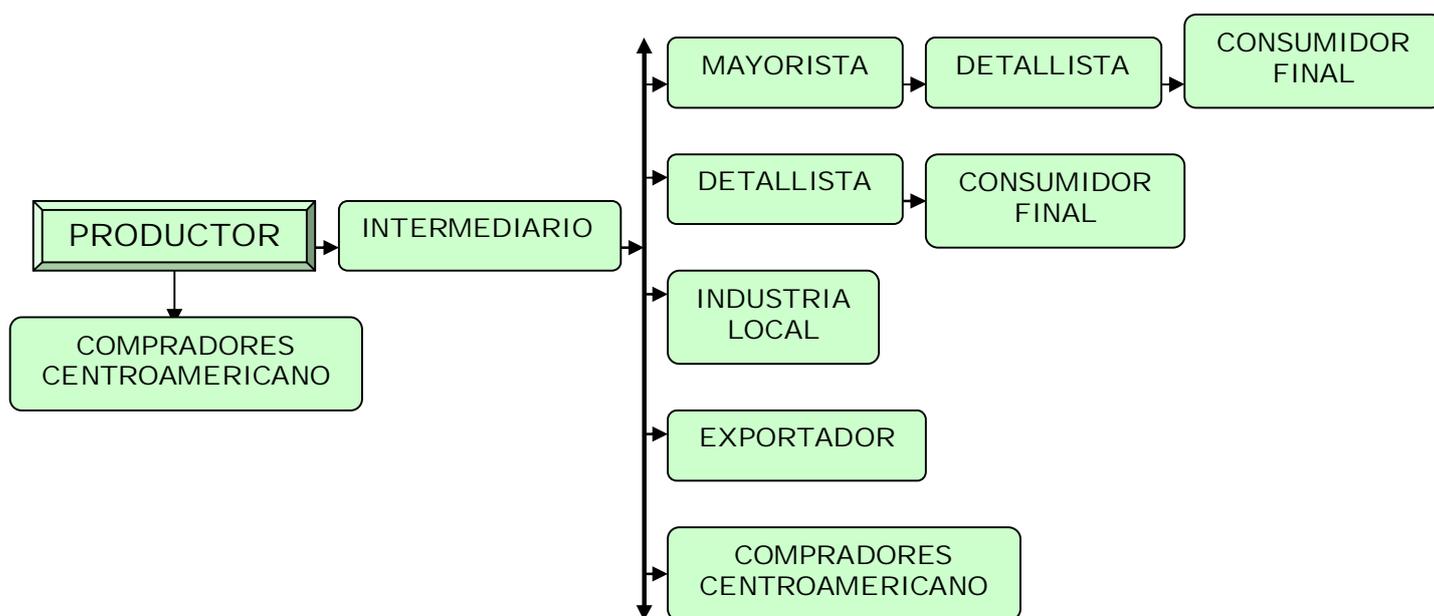
## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

- Los productores llegan a los mercados más cercanos a vender el producto y muchas veces les pagan con productos de los mismos comerciantes.

Existe un número importante de intermediarios que se dedican a la compra de este tipo de cacao con el propósito de ser enviado principalmente a El Salvador. Por lo general son personas que trabajan con dinero que les facilitan los salvadoreños y trabajan en la modalidad de comisión por quintal.

El producto llega al consumidor final mediante los siguientes eslabones:

Diagrama N°. 3



### 5.4 MARGENES DE COMERCIALIZACION DEL CACAO EN EL MUNICIPIO DE WASLALA

El Departamento de Matagalpa participa con aproximadamente el 80% de la producción nacional de cacao la cual se destina para la exportación, el mercado de Guanuca en Matagalpa y los mercados de Mayoreo y el Oriental en Managua. Una parte importante es adquirida por la industria nacional para la fabricación del pinolillo.

## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

El principal municipio donde se produce cacao es en Waslala y Rancho Grande (donde se encuentran grandes áreas en abandono) ubicado en la parte oriental del departamento de Matagalpa en la zona central del país con clima de trópico húmedo. También fluye cacao hacia Matagalpa proveniente de sectores aledaños al triángulo minero.

Los precios a los que vendieron los productores en la última cosecha oscilaron entre C\$700 y C\$1,000. Los precios más altos registrados se explican por las distancias que recorre el producto en estado natural en su comercialización y por supuesto la demanda.

Cuadro NO. 2 Márgenes de comercialización del cacao convencional

MARGENES COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO				
Zona de Matagalpa Cacao convencional				
AGENTE	U/M	Precio	Margen Bruto	% Participación
Precio al productor en finca	qq	700		44%
Precio al intermediario	qq	1000/1100	350	22%
Precio al mayorista	qq	1200/1300	300	19%
Precio al detallista	qq	1600	250	16%
Total				100%

Fuente: Datos obtenidos en Cacaonica, productores del Cuá-Bocay y Matiguás.

El primer agente en el proceso de comercialización de este producto es el productor con una participación en el precio final de 44%, mayor al precio que obtienen los intermediarios los cuales este segundo agente vende el producto en los mercados nacionales y las empresas industriales del país. El precio del cacao varía según la oferta del producto en el mercado.

El intermediario tiene participación de 22% en el precio final el cual vende su producto al mayorista en el mercado oriental y mayoreo de Managua con un precio promedio de C\$1000/1100, establecido ya su red de compradores.

El tercer agente del proceso de comercialización de cacao es el mayoristas el cual vende el producto en C\$1200/1300 con un 19% del precio final, un poco similar al del intermediario, siendo sus principales compradores del producto los comercializadores detallista y algunas pequeñas empresas nacionales.

El detallista es considerado el último agente en la cadena de comercialización con una participación del 11% en el precio final y vende el producto en un promedio de C\$16 la libra. Conste que el precio en el último semestre del 2004 estuvo bastante fluctuante, llegando a registrarse precios al consumidor de hasta C\$20 por libra.

#### 5.5 MARGENES DE COMERCIALIZACION DEL CACAO ORGANICO

Cuadro NO. 3

#### Cacao Orgánico

MARGENES COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO (WASLALA)				
Cacao orgánico				
AGENTE	U/M	Precio	Margen Bruto	% Participación
Precio al productor	qq	1300		90%
Precio de exportación	qq	1450	150	10%
<b>Total</b>				<b>100%</b>

Cacaonica paga al productor C\$1,300/qq orgánico. Los costos en que incurre Cacaonica para realizar la exportación de 1 qq/cacao orgánico es de C\$58.59 y se calcula que lo costos administrativos e indirectos andan por el orden de los C\$40 el quintal.

El costo de venta de 1qq de cacao orgánico para Cacaonica es de C\$1,399. El precio de venta de Cacaonica a Ritter de Alemania fue de unos C\$1,450, lo que significa que obtuvo una ganancia de C\$51 lo que representa el 4%.

Cuadro N°.4

Márgenes de Comercialización Industria Nacional

MARGENES COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO (CACAONICA)				
Cacao Convencional Zona Waslala				
AGENTE	U/M	Precio	Margen Bruto	% Participación
Precio al productor	qq	1000		73%
Precio a Industria Nacional	qq	1370	370	27%
Total				100%

En este proceso de comercialización de cacao convencional la cadena es corta ya que por lo general participan dos agente, en el cual el primer agente es el productor una vez que el producto esta listo para la venta con una participación del 73% en el precio final y se lo vende directamente a la industria nacional como ultimo agente en la cadena con un 27% de participación dentro del proceso. He aquí donde el productor se ve beneficiado obteniendo mayor ganancia.

Cacaonica suele suministrar cacao de buena calidad a la industria local, pero en la cadena se ha considerado como si fuera un solo eslabón el productor y la cooperativa. Los costos de comercialización en este caso son mínimos y el productor recibe las ventajas de los buenos precios.

## 5.6 ANALISIS DE PRECIOS DE COMERCIALIZACION

El precio de venta de cacao orgánico a Ritter de Alemania, que significa US\$200 más que el convencional al que hay que sumar los US\$230 por concepto del fairtrade, da como resultado un precio de venta por quintal de unos US\$89 y los costos de comercialización de Cacaonica son de aproximadamente US\$6 por quintal.

El precio que paga Ritter a Cacaonica es prácticamente el mejor que se podría conseguir en el mercado internacional. El precio en mención fue en el punto en que el precio internacional del cacao estuvo más alto durante todo el año. Sin embargo la pregunta que cabe hacerse es:

Cuál es la mejor alternativa para el productor y/o exportador nicaragüense entre las siguientes opciones?

1. Ritter que pagó un precio de US\$89/qq orgánico con costos de comercialización de US\$6, quedan US\$83 de los cuales casi US\$81 son para el productor. El pago lo reciben unos 2 meses después de haber enviado el producto.
2. El Café Soluble paga por 1 qq de cacao convencional a US\$84 con un costo de comercialización de unos US\$2/qq. Por otra parte, al tratarse de cacao convencional (no orgánico), el precio de compra al productor es máximo de unos US\$68 lo cual significa que a Cacaonica le quedan de ganancia US\$14.

Una ventaja adicional de vender al Café Soluble es que el pago se realiza inmediatamente contra entrega.

3. Venta a acopiador salvadoreño que paga US\$70/qq de segunda o tercera
4. Venta de Cacaonica a fábrica de cosméticos de Cota Rica que pagan US\$78/qq de cualquier calidad
5. Venta de productores a intermediarios en finca a US\$55 por cacao convencional no fermentado
6. Venta a intermediarios en finca que pagan calidad en cacao convencional hasta US\$75

## 6. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

A como puede observarse en el siguiente cuadro, las mayores exportaciones de los últimos 10 años se registran en el año 2002 siguiéndole el año 2004 (a octubre inclusive). Cabe señalar que se observa una diferencia de precios importante (más de US\$300/TM), siendo el precio más bajo en el último año.

Cuadro N°. 5

EXPORTACIONES

Año	TM	Valor Total US\$	PP/TM
1994	74.07	65,411.24	883.14
1995	247.57	81,035.00	327.33
1996	71.23	64,471.00	905.06
1997	35.46	47,946.90	1351.96
1998	2.34	3,009.34	1285.83
1999	131.75	161,022.00	1222.18
2000	231.38	168,712.78	729.15
2001	86.92	57,682.50	663.59
2002	474.94	493,866.34	1039.85
2003	300.13	251,074.29	836.54
2004	592.14	410,531.35	693.30

Fuente: Mifíc

En la década de 1990 al igual que en lo que va del presente siglo, las exportaciones de cacao han sido sumamente bajas, sin lograr alcanzar ni siquiera el 0.5 % en de las exportaciones totales del país. Ello se explica entre otras razones por el bajo volumen de producción debido a que las plantaciones de cacao se vieron seriamente afectadas por la monilia la que incluso puso en peligro de extinción el rubro en el país.

Por otra parte es importante señalar la falta de políticas nacionales de fomento a la producción de cacao, la baja productividad, las deficiencias y dificultades para el manejo post-cosecha, el deterioro y/o falta de infraestructura productiva, etc.

La ONG Promundo Humano ha sido una de las organizaciones que han dirigido mayores esfuerzos para el combate de la monilia y para rescatar la producción de cacao principalmente en la zona de Waslala. Asimismo, Promundo ha jugado un rol importante en aspectos de comercialización, principalmente internacional y particularmente con el Fairtrade.

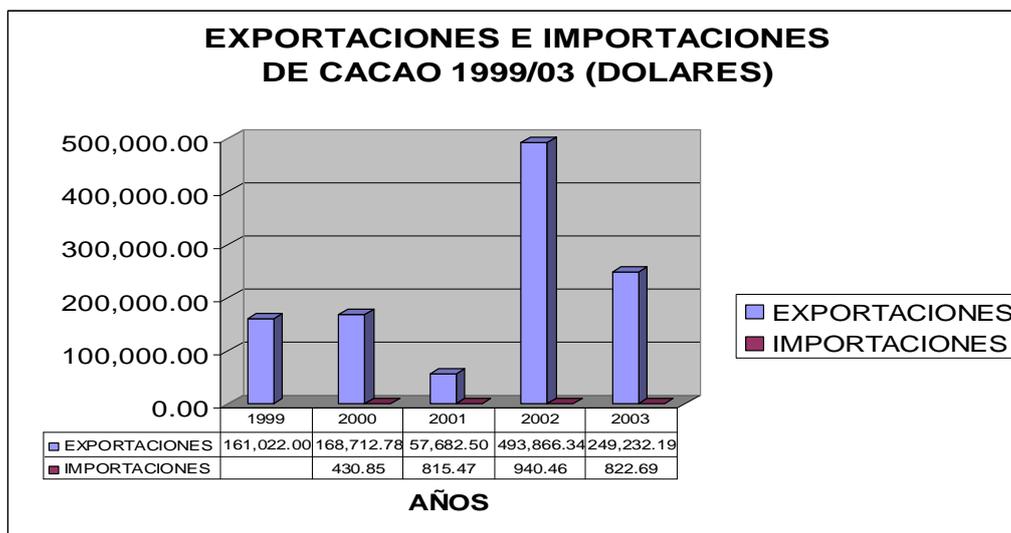
Es así como ya para 1999 se observa algún incremento en las exportaciones, sin embargo vuelven a caer para el 2001 pero no solamente por razones de producción sino por demanda del mercado interno. Lo anterior ha llevado incluso a tener que importar cacao (aunque en pequeñas cantidades), para satisfacer la demanda del mercado local.

Las exportaciones del Cacao tuvieron en el año 2003 una baja sensible por razones relacionadas con la demanda y precios internos. Al ser el volumen de producción de cacao tan reducido, la demanda interna provoca que los precios se disparen y el productor prefiera vender el producto en el mercado interno que exportarlo. Sin embargo en el año 2004 se observaron hay mejores perspectivas con una tendencia a la recuperación de las exportaciones.

Las importaciones tienden al alza (aunque sin relevancia) a partir del año 2001 (Ver cuadro No.6) debido al déficit de oferta que existe en el país. Nicaragua se abastece de otros países como El Salvador, Costa Rica y demás mercados regionales para poder satisfacer por completo su demanda.

Cuadro NO.7

Exportaciones e importaciones



FUENTE: CEDOC (DGCE-MIFIC), EN BASE A INFORMACION DE LA DGA

NOTA: 2003 PRELIMINAR

De acuerdo a lo que se observa en el gráfico, en el período analizado (1999-2003), las importaciones de cacao en Nicaragua no son muy relevantes. De tal manera que la brecha comercial es obviamente positiva.

## 7. PROBLEMAS CON ENFOQUE DE CADENA

### A. EN LA PRODUCCION

- Ø Alta incidencia de plagas y enfermedades, ej. Monilia-Mazorca negra, zompopo, taltuza, ardillas, langosta medidora, barrenadores
- Ø Carencia de manejo integrado de las plantaciones
- Ø Baja productividad
- Ø Baja tecnificación y manejo tradicional del cultivo
- Ø Capacitaciones mínimas y muy generales
- Ø Daños a las plantaciones por vendavales, incendios e inundaciones (las quemas están causando graves estragos en la zona de Waslala y Rancho Grande sin que se apliquen las leyes)
- Ø Malas recomendaciones agronómicas
- Ø Baja calidad de la producción local
- Ø Mucho productores han abandonado las prácticas de la fermentación del cacao porque dada la situación interna de los precios, consideran que no les compensa
- Ø Un número importante de productores está abandonando la producción orgánica también por razones de precios
- Ø No hay financiamiento formal para el rubro y el alternativo es insuficiente
- Ø La mayoría de los productores no están organizados
- Ø En el país existen extensas áreas de cacao en estado de abandono
- Ø Pese a que hay un decreto que establece medidas para aquellos productores que no combatan la monilia, éste no es puesto en práctica y hay un número importante de productores en Waslala y Rancho Grande que tienen sus plantíos abandonados con moniliasis y no hacen por controlarla
- Ø En la última cosecha (2005) hay mermas en la producción de hasta un 40% que atribuyen a problemas climatológicos y lo propios de la monilia

B. EN EL PROCESO AGROINDUSTRIAL

- Ø Deficiente o nulo manejo tecnológico
- Ø Carencia de conocimientos para un manejo eficiente del cultivo
- Ø Falta de cultura por la calidad
- Ø No hay incentivo a producir con valor agregado porque el mercado local no diferencia calidades
- Ø Falta de recursos financieros para la adquisición de los medios necesarios para la fermentación y secado adecuados
- Ø Poco desarrollo industrial
- Ø Falta de financiamiento y políticas para el desarrollo agroindustrial del cacao que permita generar productos con más procesamiento tanto para el mercado local como internacional

C. EN LA COMERCIALIZACION

- Ø Inexistencia o deficiencia en la infraestructura vial que facilite la salida del producto al mercado y por tanto que pudiera el productor llevarlo a un punto de la cadena donde pudiera conseguir mejor precio
- Ø La falta de fermentación y buen secado incide en una mayor perecedibilidad del producto con riesgo de que se eche a perder y por tanto tener que venderlo a menor precio
- Ø Dificultades de transporte y altos costos del mismo
- Ø Falta de puertos en Nicaragua
- Ø Carencia de infraestructura para almacenamiento y tratamiento adecuados
- Ø La falta de recursos económicos obliga a los productores venderlo a intermediarios
- Ø La baja producción y en consecuencia poca oferta provoca alza de precios en el mercado interno. La presión por el producto es mayor dada la demanda de compradores salvadoreños y costarricenses que

vienen a comprar al mercado local. Esta situación incide sensiblemente en la baja disponibilidad de oferta exportable

- Ø El trueque entre ventas locales versus exportaciones, afecta de manera preocupante la cultura por la calidad, ya que independiente de la calidad, el producto es adquirido a buen precio por la poca oferta en el mercado
- Ø Se están perdiendo excelentes opciones en el mercado internacional incluyendo la oportunidad del mercado justo por los elevados precios locales que superan los precios internacionales, lo que afecta la generación de divisas al país

## 8. CONCLUSIONES

- Ø El cacao es un rubro que se cultiva en países poco desarrollados y su procesamiento y consumo como chocolate se da en países desarrollados como Estados Unidos, países de la Unión Europea y Japón entre otros
- Ø Nicaragua presenta óptimas condiciones para el cultivo del cacao (potencial-agro-eco-edafo-climático) siendo el país centroamericano con mayor área potencial para su cultivo, pero solamente es utilizada el 1.8% de dicha área
- Ø La monilia causó graves estragos a las plantaciones de cacao en el país al punto de llevarlo casi a su extinción como sucedió en Honduras y que también tuvo efectos sumamente negativos en Costa Rica
- Ø La mayor parte del área potencial para el cultivo de cacao carece totalmente del acceso vial y de infraestructura social.
- Ø Poco o ningún acceso a tecnología.
- Ø El cacao representa una excelente alternativa como fuente de ingresos para el campesino pobre y posibilita la generación de empleo familiar
- Ø Nicaragua presenta las condiciones óptimas para la fabricación de cacao "fino" que es utilizado en la fabricación de chocolate del tipo "delicatessen".
- Ø La oferta de cacao en el país apenas alcanza las 1000 TM debido a las pocas áreas sembradas, un número significativo de hectáreas abandonadas y la baja productividad.

## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

- ∅ La variedad de cacao "criollo" genuino del área centroamericana, está prácticamente en extinción
- ∅ No existen políticas de gobierno que incentiven la producción e incremento de la productividad del cacao en Nicaragua
- ∅ Pese a que existe una demanda interesante para el cacao de Nicaragua, la poca oferta no permite aprovechar esa oportunidad que ofrece el mercado internacional, máxime cuando hay una demanda interna dispuesta a pagar el precio que ofrece el exportador.
- ∅ Dado que Estados Unidos es el principal consumidor de cacao en el mundo, las perspectivas de la firma del Tratado de Libre Comercio ofrece interesantes posibilidades.
- ∅ La firma del Tratado de Libre Comercio es también una oportunidad para promover exportaciones de productos étnicos como el pinolillo, cajeta de cacao y fresco de cacao entre otros.
- ∅ El mercado interno no exige calidad por lo que no hay una preocupación de parte del productor por realizar el proceso de fermentación máxime que ello supone incurrir en mayores costos
- ∅ Se está comenzando a dar el fenómeno de que cada vez son menos, relativamente, los productores que se certifican como productores orgánicos debido a las condiciones actuales del mercado local
- ∅ En general, los productores que han sido más beneficiados en los precios son aquellos que han logrado exportar por medio de su organización y que ha podido aprovechar precios preferenciales como los del mercado justo, certificación orgánica y/o premios por la calidad.
- ∅ La situación oferta-demanda está provocando sacrificar las perspectivas del mediano plazo que serán las que den seguridad y garantía a los productores a través del posicionamiento en el mercado internacional
- ∅ Desaprovechamiento de la oportunidad que ofrece el mercado justo
- ∅ Existe poca oferta exportable disponible
- ∅ El productor carece de motivación para el uso de injerto de yemas y la posibilidad de incrementar sus rendimientos de 8/9 qq a por lo menos 20 qq.

- Ø Nicaragua cuenta con personal capacitado y experimentado en la producción de cacao
- Ø Se carece de centros tecnológicos agropecuarios con bancos de germoplasma que sean más accesibles a los productores en las zonas óptimas para el cultivo del cacao y que proporcionen a los agricultores interesados, los requerimientos básicos para la siembra de injertos con las debidas instrucciones
- Ø El modelo desarrollado por Auxilio Mundial ha resultado apropiado a las condiciones del sector de pequeños productores, siendo de mucho interés los centros tecnológicos que tienen en distintos puntos del país
- Ø El cambio constante de personal en organismos como el INTA (de acuerdo a los cambios políticos) así como el personal de El Recreo (Centro de desarrollo experimental), afecta el establecimiento de planes de mediano y largo plazo a los cuales se les asegure el seguimiento adecuado aún por encima de los cambios políticos.

## 9. PROPUESTAS

Muchas de las propuestas que aquí se presentan ya están siendo consideradas dentro del cluster del cacao

- Ø El combate de la Moniliasis en al menos una parte de los cacaotales improductivos aumentaría los rendimientos (dentro de pocos meses – Corto Plazo) de 0-2 qq que tienen en la actualidad, a 4 qq a lo inmediato y su regeneración completa haría posible un aumento de la producción a niveles entre 10 y 12 qq/mz a Mediano Plazo.

Esto se propone como una acción inmediata aún con mayor prioridad que la ampliación de áreas de siembra. Aunque obviamente NO SON EXCLUYENTES, antes bien se pueden desarrollar de manera simultánea.

- Ø Incrementar áreas de siembra de acuerdo a las zonas con mayor potencial para el desarrollo del cultivo utilizando el injerto de yemas para mejorar la productividad

- Ø Motivar a los pequeños productores que sustituyan sus actuales cultivos por injertos, a la vez que se les apoye con recursos financieros, asistencia técnica y capacitación.
- Ø Garantizar transferencia de tecnología para la siembra, cultivo, beneficiado y comercialización del Cacao, aprovechando el conocimiento y experiencia de muchos técnicos nacionales.
- Ø Unificar los esfuerzos que realizan las ONGs, instituciones del gobierno, universidades y productores independientes.
- Ø Rescatar la variedad "criolla" mediante un plan especial de protección de esta especie dados sus atributos especiales de aroma y sabor
- Ø Desarrollar plan de extinción de la monilia en coordinación con el resto de países del área centroamericana
- Ø Aplicar el decreto existente para combatir la monilia y sancionar a aquellos productores que tomen medidas de control
- Ø Vincular el plan de desarrollo del cacao con los planes de infraestructura nacionales
- Ø Transformar al INTA en un organismo autónomo mixto con participación del sector privado que juegue un tanto el rol de la FHIA. Esto asegurará eficiencia y continuidad de los planes por encima de intereses político-partidarios
- Ø Analizar la experiencia de Auxilio Mundial con sus centros de tecnología que han constituido una excelente opción a los pequeños productores en las zonas donde no tienen presencia los organismos gubernamentales ni financieros
- Ø Contemplar dentro del plan nacional de desarrollo del cacao, la participación de medianos productores y de ser posibles grandes que jueguen un papel de facilitadores en lo que respecta a la transferencia tecnológica a los pequeños productores
- Ø Desarrollar capacitaciones, campañas educativas, etc.. que promuevan en los productores la cultura por la calidad
- Ø Apoyar el desarrollo de pequeñas industrias vinculadas a la fabricación de productos derivados del cacao, en particular el chocolate (retomar experiencia de pequeñas industrias que han existido)

## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

- Ø Establecer mecanismos de consolidación de la producción de cacao en zonas campesinas para mejorar el sistema de comercialización y que el productor obtenga mejores precios
- Ø Establecer pequeñas industrias en la zonas para fabricar pinolillo y barras de chocolate que hace algunos años se producían en industrias artesanales
- Ø Hacer esfuerzos por mantener la presencia en el Fairtrade
- Ø Dadas las bondades del cacao, sería interesante que a través del cluster del cacao, la promoción de este cultivo constituyera un programa de interés nacional en el que se involucraran las distintas instituciones agropecuarias, económicas, financieras, tecnológicas, de infraestructura, transporte, comunicaciones, universidades, productores, ong's y otros relacionados con el logro de metas y objetivos. El resultado deberá ser un PLAN NACIONAL de exigida ejecutoria.

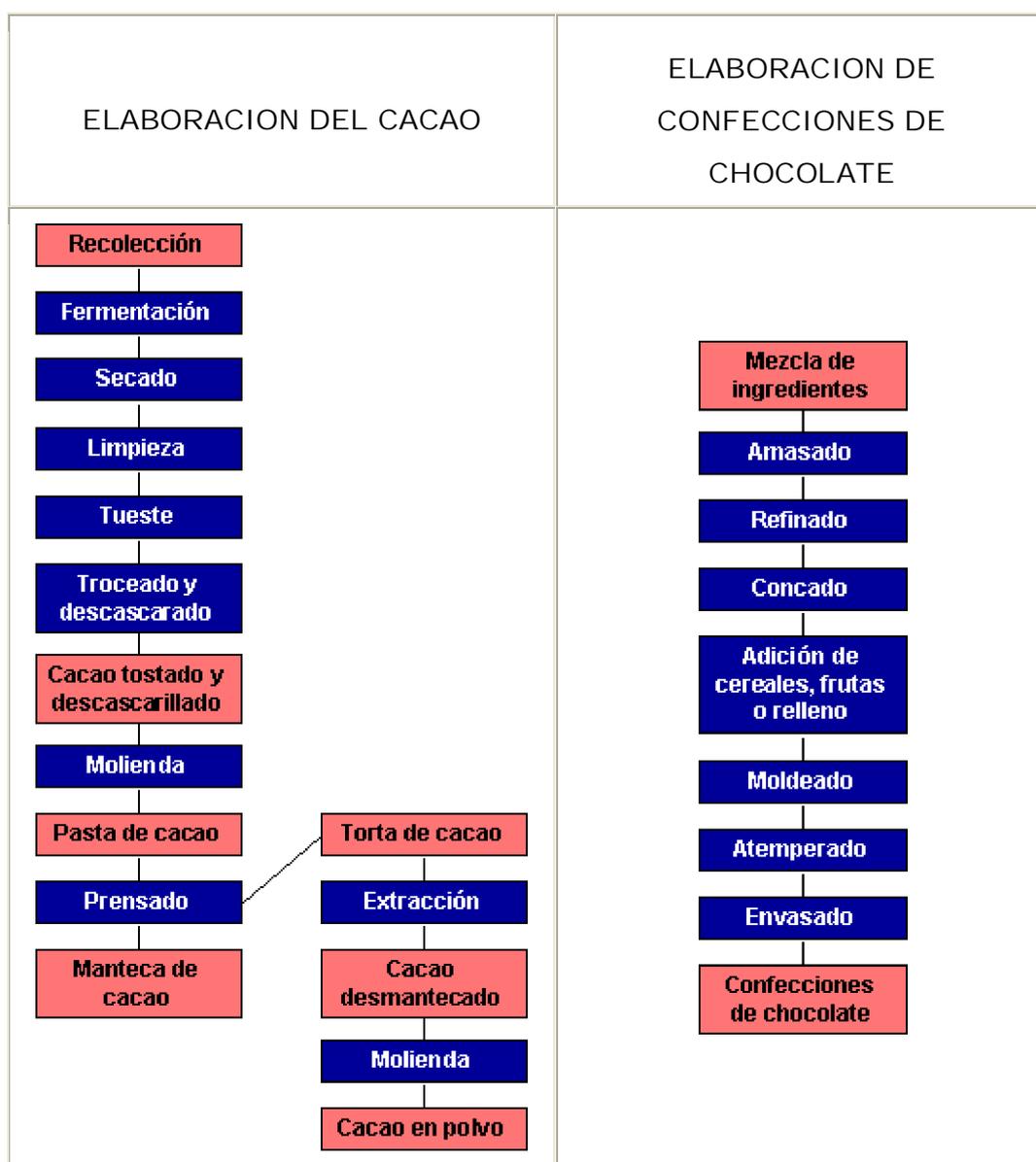
ANEXO N° 1

PROCESO DE ELABORACIÓN

- Ø El árbol del cacao produce unas mazorcas que contienen habas de cacao incluidas en la pulpa.
- Ø El proceso de elaboración del cacao se inicia con la recolección de estos frutos. La etapa siguiente es una fermentación que permite eliminar la pulpa al tiempo que se desarrollan los compuestos responsables del sabor.
- Ø A continuación, las habas desprovistas de pulpa son secadas para mejorar su conservación. Seguidamente se realiza una limpieza para eliminar impurezas antes de continuar con el tueste. Esta etapa es determinante para el desarrollo del sabor del cacao.
- Ø El producto obtenido se conoce como cacao en grano.
- Ø A continuación las habas fermentadas son molidas groseramente y separadas de la cáscara. De esta manera se obtiene el cacao tostado y descascarillado.
- Ø La fase siguiente implica una molturación fina para obtener la pasta o licor de cacao.
- Ø La pasta de cacao puede prensarse para extraer parte de la materia grasa y así obtener la torta de cacao. Si la grasa residual de la torta de cacao se extrae con solventes, se obtiene el cacao desmantecado o desgrasado.
- Ø La materia grasa extraída es lo que se conoce como manteca de cacao.
- Ø Tanto la manteca, la pasta y la torta de cacao como el cacao desmantecado son los principales ingredientes para la elaboración del chocolate.

ANEXO N° 2

DIAGRAMA DEL PROCESO



ANEXO N°.3

POLITICAS

Restricciones al comercio: normas del GATT y de la UE

Una de las razones que explican por qué el cacao se exporta sobre todo en grano son los aranceles progresivos con los cuales los países consumidores (o sea, los países industrializados) protegen sus mercados de la importación de productos manufacturados.

A raíz de los acuerdos del GATT de 1994, los aranceles bajaron y son actualmente los siguientes: 1,5% sobre el cacao en grano, 9% sobre la manteca de cacao, 12% sobre el licor de cacao y 12% sobre el cacao en polvo. Los aranceles preferenciales para los países en desarrollo se determinaron en función de su "grado de desarrollo" de tal manera que los productos de Ecuador y Bolivia no pagan aranceles, los de Malasia e Indonesia pagan respectivamente el 0%, el 8,4%, el 6,3% y el 4,2%, y los de Brasil el 0,7%, el 10,2%, el 7,6% y el 8,2%. Otros países se benefician de la exención de aranceles.

Además de los países ACP, varios países de África del Norte, Oriente Medio y Europa del Este pueden exportar libremente sus productos a base de cacao hacia la Unión Europea (con la excepción de un arancel del 1,5% sobre los granos). Por lo tanto, el trato preferencial dado a los países ACP ya no es tan preferencial.  
ACTUALIZAR.

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:  
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

## Estudio de Mercado: Canales y Márgenes de Comercialización del Cacao

- Ø Contribuir a la expansión equilibrada de la economía mundial del cacao en interés de todos los Miembros mediante las medidas apropiadas, incluidas las siguientes:
- Ø Fomentar una economía cacaotera sostenible;
- Ø Fomentar la investigación y la aplicación de sus resultados
- Ø Fomentar la transparencia en la economía mundial del cacao mediante el acopio, análisis y difusión de estadísticas pertinentes y la realización de estudios apropiados.
- Ø 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.

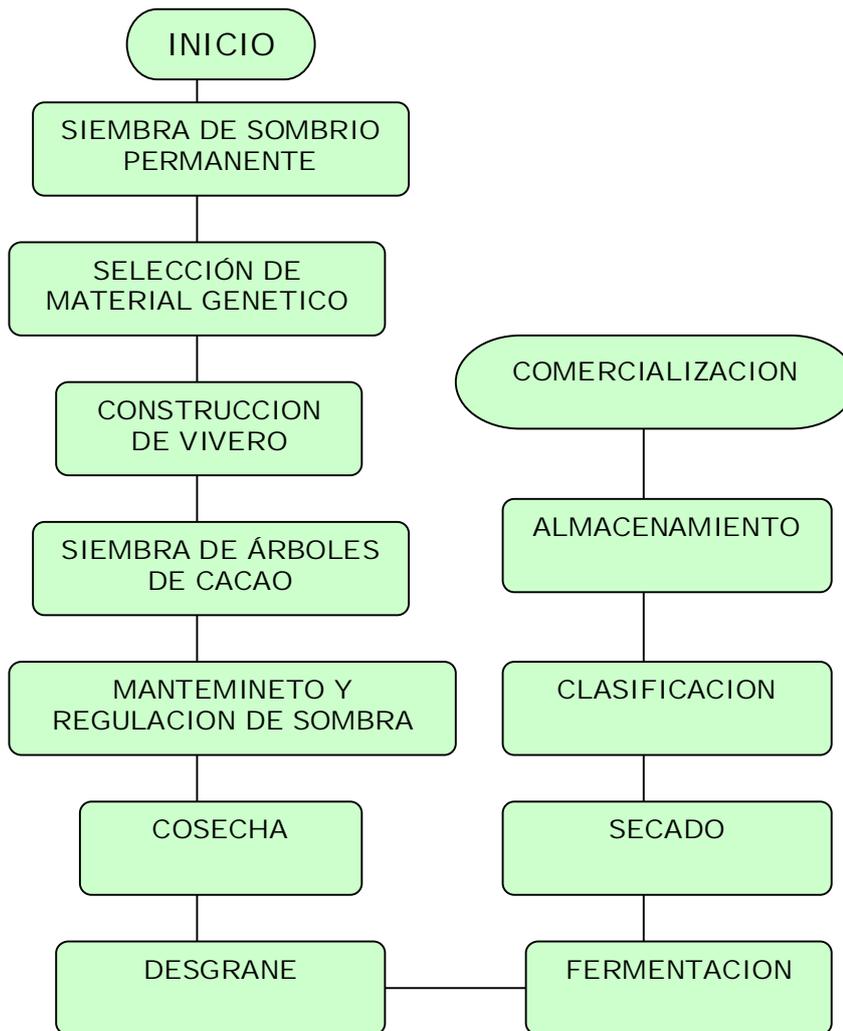
El Convenio incluye 40 países miembros, tanto exportadores como importadores de cacao y una organización intra-gubernamental (la Unión Europea). En Enero del 2001 los siguientes países eran miembros de ICCO:

*Miembros Exportadores:* Benin, Brasil, Camerún, Côte d'Ivoire, 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.

ANEXO N.º.4

DIAGRAMA DEL FLUJO DE PRODUCCIÓN DE CACAO



ANEXO N°.5  
ENTREVISTAS

INSTITUCIONES/PRGANIZACIONES			
	Nombre	Institución/Cargo	Teléfono
	Hans Grebber	Director Promundo Humano	265-8368
	Kevin Sanders	Director Auxilio Mundial Tel.	265-3415
	Erich Eger -	Exportador y Gerente de la "La Danesia"	88-26837
	Enrique Ríos	Productor y Presidente Cacaonica	273-3755
	Noel González	Coordinador Nacional Post cosecha y Mercadeo INTA	INTA
	Ricardo Taleno González	Responsable del Departamento de Compras y control de calidad de Cacaonica	No tel.
	Marvin Ortega Urbina -	Administrador y Contador Cacaonica	No tel.
	Miguel Malespín	irector Asistencia Técnica de Promundo Humano en Waslala	No tel.

PRODUCTORES (A) DEL CUA BOCAY	
	Marcial Antonio Rugama Moisés Mairena Marta García Harvey Rugama Encilia Mairena

Comerciantes de mercado de Mayoreo, Oriental, ciudad Sandino, Mataglpa y Jinotega	
	Carmen Estrada
	Mario Castilblanco
	Carlos Mendoza
	Roger Núñez
	Fabio Zeledón
	Jesús Quesada
	Trinidad Solano
	Margarita Solis

Cont..... ANEXO N°.5

ENTREVISTAS

Productores Municipio de Waslala y Siuna asociados a Cacaonica (Todos estos productores fueron entrevistados en Wslala)			
	Nombre	Comunidad	Cargo
	Arlen Antonio Menbreño	Las Aguas	Productor
	Juan Martín González Iopez	Kusulí	Líder Presidente de Comité
	Teodoro Sosa González	San Miguel DuDú	Líder Presidente Comité
	Rodolfo Gaitán Barrera	Caño los Martínez	Vicepresidente Comité
	Guillermo Antonio Pérez Díaz	Puerto Viejo	Vicepresidente Cacaonica
	Maximino de Jesús Orozco Mejía	San Pablo Cubalí	Presidente de Comité
	Francisco Mercado García	Puerto Viejo	Socio
	Julio Suazo Calderón	Caño los Martínez	Socio
	Isidoro Ríos Jerez	Ocote Siuna	Presidente Comité
	Germán Ruiz Ruiz	Caño #2 grupo #1	Socio
	Eusebio Polaco García	Zapote DuDú	Presidente de Comité
	Aura Elia Ochoa	Cipre	Vocal Cooperativa Cacaonica
	Bruno López Díaz	Caño los Martínez	Socio
	Rosario Pérez López	Arena Blanco #2	Vicepresidente Comité
	Virgilio Herrera	La Posolera	Socio
	Noel Suazo	Caño los Martínez	Presidente Comité
	Pánfilo López	Caño los Martínez	Socio
	Santos Blandón Centeno	Comunidad Cusulí	Productor
	Esteban Granados Ochoa	Angostura Dudú	Tesorero Comité de seguimiento y secretario de grupo

## Bibliografía

- Cacao, Guía de Prácticas comerciales, Desarrollo de Productos y Mercados. Centro de comercio Internacional UNCTAD OMC/2001
- UNCTAD Organización Internacional del Cacao ( ICCO ), boletines trimestrial de estadísticas del cacao años 2000-2004
- SIPMA/MAGFOR. HASTA SEPT 2004
- Thienhaus, S. 1992
- Thienhaus, 1991

## Consultas de Internet

[www.fao.org](http://www.fao.org)  
[www.intracen.org](http://www.intracen.org)  
[www.koko.gov.my](http://www.koko.gov.my)  
[www.caistab.ci](http://www.caistab.ci)  
[www.liffe.com](http://www.liffe.com)  
[www.dowjones.com](http://www.dowjones.com)  
[www.bolero.com](http://www.bolero.com)  
[www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov)  
[www.catie.ac.cr](http://www.catie.ac.cr)  
[www.csce.com](http://www.csce.com)  
[www.chocolat.ch](http://www.chocolat.ch)