

# Caracterización de la Cadena Agroproductiva de Cacao en El Salvador

PAF CADENAS PRODUCTIVAS



Juntos  
podemos  
¡cosechar un  
mejor país!

# Caracterización de La Cadena de Valor de Cacao en El Salvador

Ing. Erick Cruz Montesinos  
19/09/2012

## PRESENTACION

El Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador (MAG), el Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal. (CENTA) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) en acuerdo cooperativo tienen como visión el rescate de la cultura y tradición ancestral del cultivo de cacao como cadena de valor por la población salvadoreña, en tal sentido es importante contar con productores agrarios organizados, competitivos, que puedan proyectarse en esta cadena, como una actividad económicamente rentable, socialmente viable y ambientalmente sostenible, en un entorno democrático y de igualdad de oportunidades.

Para lograr ello se tiene como misión, promover el desarrollo territorial de los productores agrarios organizados en cadenas productivas, en el marco del Plan de agricultura Familiar (PAF CP). Entre los objetivos institucionales se busca fortalecer las organizaciones de productores y promover su integración bajo los enfoques de cadenas productivas, fomentar la innovación tecnológica y la capacitación, vinculada a la gestión empresarial del productor agrario, facilitar a los productores agrarios el acceso a servicios de gestión, financiamiento, asistencia técnica y otros que les permita mejorar su capacidad de gestión. Como apuesta por una política agraria que permita mejorar la competitividad, impulsando medidas tendientes a elevar la rentabilidad en el agro,

debiendo para ello interceder en la reducción progresiva de los costos de producción a lo largo de toda la cadena productiva; y de otro, fomentar la generación de productos de calidad que se traduzca en mejores precios orientados al mercado nacional e internacional. (IICA. 2011)

En este sentido, la estrategia de reconversión de la estructura agraria, con la inserción de la cadena de valor de cacao, se basa en un enfoque de territorio y planificación estratégica, con miras a obtener una rentabilidad sostenible. Dado que el rol fundamental de las empresas es crear valor agregado y riqueza, su desempeño depende estrechamente del entorno nacional, de la cooperación continua entre los diferentes agentes económicos al interior de la cadena y de las alianzas estratégicas que puedan establecerse entre el sector público con el sector privado, correspondiéndole al Estado, ineludiblemente, la responsabilidad de liderar y facilitar este proceso de cooperación, normando los lineamientos de política para la creación de un ambiente propicio para el incremento de la competitividad y el desarrollo empresarial.

El presente documento se ha elaborado con la valiosa participación de actores y representantes de los diferentes eslabones de la cadena de cacao

## Contenido

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1.     | DEFINICIONES .....  | 5  |
| 2.     | TABLA DE FIGURAS, DIAGRAMAS, CUADROS Y GRAFICOS. ....       | 6  |
| 3.     | INTRODUCCION .....  | 8  |
| 4.     | GENERALIDADES DEL CACAO.....                                | 9  |
| 4.1.   | CLASIFICACION BOTANICA DE CACAO .....                       | 10 |
| 4.2.   | CLASIFICACION COMERCIAL DE CACAO.....                       | 10 |
| 4.3.   | DESCRIPCION DE PRODUCTOS Y ELABORADOS DEL SECTOR .....      | 11 |
| 5.     | ANTECEDENTES DE CACAO EN EL SALVADOR .....                  | 11 |
| 5.1.   | EL CACAO EN LA EPOCA PRECOLOMBINA .....                     | 11 |
| 5.2.   | EL CACAO EN LA COLONIA.....                                 | 12 |
| 5.3.   | EI CACAO EN EL SALVADOR ACTUAL.....                         | 13 |
| 6.     | SITUACION MUNDIAL .....                                     | 15 |
| 6.1.   | PRODUCCION MUNDIAL.....                                     | 15 |
| 6.2.   | ÉPOCA DE COSECHA EN LOS DIFERENTES PAÍSES PRODUCTORES ..... | 17 |
| 6.3.   | PRECIO DEL CACAO .....                                      | 18 |
| 6.4.   | ALGUNOS ACUERDOS DEL CONVENIO DE CACO (GINEBRA 2010) .....  | 19 |
| 6.4.1. | PRECIO INDICATIVO CACAO.....                                | 19 |
| 6.4.2. | FACTORES DE CONVERSION .....                                | 19 |
| 6.5.   | CONSUMO DE CACAO.....                                       | 19 |
| 7.     | MERCADO INTERNACIONAL .....                                 | 20 |
| 7.1.   | EXPORTACIONES MUNDIALES .....                               | 20 |
| 7.1.1. | PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES. ....                       | 21 |
| 7.2.   | IMPORTACIONES MUNDIALES.....                                | 22 |
| 7.2.1. | PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES. ....                       | 23 |
| 8.     | MERCADO NACIONAL DE CACAO. ....                             | 24 |
| 8.1.   | PRODUCCION NACIONAL.....                                    | 24 |
| 8.2.   | IMPORTACIONES NACIONALES DE CACAO.....                      | 26 |
| 8.3.   | EXPORTACIONES NACIONALES DE CACAO. ....                     | 26 |
| 9.     | CLASIFICACION ARANCELARIA.....                              | 27 |
| 9.1.   | ARANCEL PARA INGRESAR AL MERCADO EUROPEO. ....              | 27 |
| 10.    | MERCADOS ESPECIALES.....                                    | 28 |

|  |    |
|--|----|
| 10.1 COMERCIO JUSTO.....   | 28 |
| 10.2 COMERCIO ORGANICO .....   | 29 |
| 10.3. CACAO FINO DE AROMA.....   | 30 |
| 10.3.1. Demanda del cacao fino de aroma por la industria del Chocolate .....                               | 30 |
| 10.3.2. Producción mundial de cacao fino de aroma .....  | 30 |
| 10.3.3. Industrias que demandan cacao fino de aroma .....  | 30 |
| 11.    CARACTERIZACION DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO.....  | 31 |
| 11.1.    EL PAPEL DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS EN LA COMPETITIVIDAD REGIONAL. VISION<br>COMPARTIDA.....      | 31 |
| 11.1.1.    Marco Conceptual de cadenas productivas. ....   | 31 |
| 11.2.    LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO.....   | 32 |
| 11.2.1.    Marco de Referencia Institucional.....  | 32 |
| 11.3.    GENERALIDADES DE LA CADENA DE VALOR DE CACAO EN EL SALVADOR.....                                  | 33 |
| 11.4.    ESTRUCTURA Y ESLABONES DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CACAO EN EL SALVADOR. ....                      | 35 |
| 11.4.1.    SOPORTE DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO.....  | 35 |
| 11.4.2.    ESLABÓN PRODUCTIVO.....   | 37 |
| 11.4.3.    ESLABÓN DE TRANSFORMACIÓN O INDUSTRIALIZACIÓN. ....   | 40 |
| 11.4.4.    ESLABÓN DE COMERCIALIZACIÓN .....   | 43 |
| 12.    INSTRUMENTOS PARA ELABORACION DE DIAGNOSTICO. ....  | 47 |
| 12.1.    El taller “Análisis de competitividad de productores nacionales según el modelo de M. Porter” ... | 47 |
| 12.1.1. <i>Metodología del taller</i> .....  | 47 |
| 12.1.2. <i>Resultados</i> .....  | 47 |
| 12.1.3. <i>Análisis de Interacción de las 5 fuerzas de Michael Porter</i> .....                            | 50 |
| 12.2.    Taller 2: Caracterización de La Cadena de Valor del Cacao.....                                    | 51 |
| 12.2.1. <i>Metodología del taller</i> .....  | 51 |
| 12.2.2. <i>Resultados</i> .....  | 52 |
| 13.    ANÁLISIS FODA .....   | 56 |
| 14.    MAPA ESTRATÉGICO.....   | 58 |
| 15.    MARCO LÓGICO, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.....  | 59 |
| 16.    BIBLIOGRAFIA.....   | 67 |
| 17. ANEXOS.....  | 69 |

## 1. DEFINICIONES

A los efectos del presente documento:

1. Por **cacao** se entenderá el cacao en grano y los productos de cacao.
2. Por **cacao fino o de aroma** se entenderá el cacao reconocible por su aroma, sabor y color únicos
3. Por **productos de cacao** se entenderá exclusivamente los productos elaborados a partir del cacao en grano, como la pasta/licor de cacao, la manteca de cacao, el cacao en polvo no edulcorado, la torta de cacao y los granos descortezados de cacao.
4. Por **chocolate y productos de chocolate** se entenderá los productos fabricados a partir del cacao en grano que cumplan con la norma del Codex Alimentarius para chocolate y productos de chocolate.
5. Por **año cacaotero** se entenderá el período de 12 meses comprendido entre el 1º de octubre y el 30 de septiembre inclusive.
6. Por **exportación de cacao** se entenderá todo el cacao que salga del territorio aduanero de cualquier país, y por **importación de cacao** se entenderá todo el cacao que entre en el territorio aduanero de cualquier país.
7. Por **tonelada** se entenderá una masa de 1.000 kg o 2.204,6 libras y por libra se entenderá 453,597 g.

## 2. TABLA DE FIGURAS, DIAGRAMAS, CUADROS Y GRAFICOS.

| <b>FIGURAS.</b>  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| 1. Vestigios de cacao encontrados en Joya de Cerén   | 13          |
| 2. Zonas aptas para cultivo de cacao en El Salvador  | 14          |
| 3. Producción de cacao en cifras   | 15          |
| 4. Fotografía de mesas de trabajo del primer taller de análisis de competitividad  | 47          |
| 5. Fotografía de productores de cacao concluyendo y armando el diagrama de Ishikawa  | 50          |
| 6. Fotografía de productores de cacao, exponiendo su rol, demandas y ofertas.  | 51          |
| <br><b>CUADROS.</b>  |             |
| 1. Principales Países Productores de cacao en grano.   | 16          |
| 2. Estacionalidad de países productores de cacao.  | 17          |
| 3. Precios Mensuales del cacao en grano 2011   | 17          |
| 4. Precios anuales de cacao en grano   | 18          |
| 5. Consumo de cacao y chocolate en la Unión Europea.   | 20          |
| 6. Principales países exportadores de cacao y elaborados.  | 22          |
| 7. Principales países importadores de cacao y elaborados   | 24          |
| 8. Producción de cacao en El Salvador.   | 25          |
| 9. Descripción arancelaria de cacao en Centroamérica.  | 27          |
| 10. Principales importadores de comercio justo.  | 28          |
| 11. Principales características de los actores que participan en el eslabón productivo de la cadena de cacao en El Salvador.       | 38          |
| 12. Principales características de los actores que participan en el eslabón transformación de la cadena de cacao en El Salvador.   | 41          |
| 13. Principales características de los actores que participan en el eslabón comercialización de la cadena de cacao en El Salvador. | 44          |
| 14. Demanda y Oferta del eslabón productivo  | 52          |
| 15. Demanda y Oferta del eslabón transformación.   | 53          |
| 16. Demanda y Oferta del eslabón comercialización.   | 54          |
| 17. Demanda y Oferta del soporte de la cadena de valor del cacao.  | 55          |
| <br><b>GRAFICOS.</b>   |             |
| 1. Principales industrializadores de cacao.  | 16          |
| 2. Precios internacionales de cacao 2005-2011  | 18          |
| 3. Exportaciones mundiales de cacao y elaborados   | 21          |
| 4. Importaciones mundiales de cacao y elaborados.  | 23          |
| 5. Áreas potenciales de siembra en El Salvador   | 25          |
| 6. Importaciones de cacao.   | 25          |
| 7. Importaciones de cacao y chocolates   | 26          |
| 8. Importaciones nacionales (US\$)   | 26          |
| 9. Exportaciones nacionales de cacao.  | 26          |

## **DIAGRAMAS.**

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | La cadena de valor de cacao en El Salvador.                    | 34 |
| 2. | Agentes de soporte involucrados en la cadena de valor de cacao | 35 |
| 3. | Productores de cacao a nivel nacional                          | 39 |
| 4. | Actores involucrados en el eslabón transformación              | 42 |
| 5. | Actores involucrados en el eslabón comercialización.           | 45 |
| 6. | Mapa estratégico de implementación.                            | 58 |



### 3. INTRODUCCION

El cacao ocupa el 3° lugar después del azúcar y el café en el mercado mundial de materias primas. La producción principal de cacao se concentra en África del oeste y representa cerca del 70% de la producción mundial.

En la actualidad en el mercado internacional de este producto se han presentado balances deficitarios puesto que ha sido mayor la demanda que la oferta, con las consecuencias que ello acarrea como lo es el incremento en el precio de las bolsas en que se lleva a cabo los negocios del producto en el mundo.

También, como “commodity” (producto no-diferenciado), tiene un precio internacional muy volátil, debido a fluctuaciones en producción, incertidumbre política en países como la Costa de Marfil y la alta participación de especuladores e inversionistas institucionales en el mercado, quienes no responden a los mismos incentivos que los vendedores y compradores de cacao. Por ejemplo, entre el año 2000 y 2010, el precio aumentó 200%. Esta volatilidad tiene implicaciones muy importantes para la forma en que se debe desarrollar el cacao en El Salvador, la cual discutiremos en este blog la próxima semana.

El cacao es una actividad que está regresando al interés de productores en muchas partes del país, viendo su potencial futuro, pero en verdad, es un regreso a un cultivo que tuvo una influencia profunda en el desarrollo agropecuario de El Salvador en el pasado.

El mercado mundial demanda 3.5 millones de TM, toda Centroamérica produce 5 mil TM y El Salvador solo unas 200 toneladas métricas, pero es un cacao con dominancia de criollo y trinitario de muy alta calidad. A nivel mundial solo un 5 % del cacao que se comercializa es de alta calidad y en este segmento está el criollo, "el mejor cacao del mundo", según los productores salvadoreños.

El Salvador es muy deficitario en su producción, ya que importa 3 veces su producción nacional en cacao en grano o en polvo para utilizar en

diferentes productos, proveniente de países como Nicaragua, Guatemala, Brasil y Colombia. Sin embargo, la importación más grande, en volumen y valor, es de chocolates, principalmente de Estados Unidos.

Las condiciones climáticas y orgánicas del territorio salvadoreño permiten que se pueda cosechar "cacao fino de aroma" ya tipo de producto es el mejor comercializado en mercados altamente exigentes como las chocolaterías finas de Suiza, Francia e Italia.

El Salvador es un país cuya población afronta elevados niveles de pobreza, lo que se acentúa en las zonas rurales. En general 69 de cada 100 personas en áreas rurales, viven en hogares con un ingreso total por debajo del costo de la canasta básica.

#### Objetivos y estrategia

Esta volatilidad indica la necesidad de tomar una estrategia semejante a lo que se ha hecho con el café nacional, de buscar productos destinados a mercados nicho o mercados especiales, como productos orgánicos, comercio justo, gourmet, con denominación de origen, etc., para buscar mejores precios para el producto.

Lo bueno es que el país está iniciando este proceso de re-insertarse en el mercado mundial del cacao y, por ende, existe una oportunidad para consolidar una estrategia nacional que es consistente con esa perspectiva de valor agregado y de competitividad de largo plazo. El cacao tiene muy buenas expectativas en el mercado no-diferenciado también, con expectativas de un aumento de 30% en su demanda global en los próximos 10 años. También tiene mucho potencial en las zonas costeras, y se pueden buscar sinergias con la segunda fase de Fomilenio para fomentar el cultivo.

Sin embargo, es muy importante no lanzarse sin una estrategia clara y responsable. Existe el peligro de que por alcanzar metas de cobertura, se

sacrificarán la calidad y la rentabilidad futura de la actividad.

#### 4. GENERALIDADES DEL CACAO.

**Familia a la que pertenecen:** Pertenece a la familia de Sterculiaceae.

**Nombre científico:** Theobroma cacao-Theobroma.

**Nombre comunes:** Kakaw, Cacao, Cacaotero, "Chocolate tree", Cacaoyer, Kakaopflanze, Árbol del Cacaco, Kokoa.

**Origen:** Mesoamérica (Comprende México y los países de Centroamérica).

**Varietades:** Existen tres tipos de Cacao, que son los más comercializados a nivel mundial: Forastero (90% del grano del mundo, y se ubica en África, Asia, Brasil, Ecuador). Criollo y Trinitario (Considerados los granos más finos y de sabor, se encuentra en México, Colombia, Centroamérica, Ecuador, y algunas islas del Caribe).

**Composición de un grano de cacao:** 15% cáscara, 30% Cacao, 55% de manteca.

**Condiciones de Clima:** Temperatura (15°C mínima, 35° máxima, ideal 25°C). El clima (Cálido y húmedo, sin estaciones secas acentuadas). Precipitación pluvial (1000 a 3000 mm/año). Altitud (0-1000 msnm).

**Suelo:** Deben de ser ricos, profundos, franco arcillosos, con buen drenaje y topografía regular, con un pH de 4 a 7.4.

El cacao es un árbol originario de las selvas de América Central y del Sur, antes de su expansión y exportación mundial. Su origen exacto, determinado por estudios genéticos, parece estar ubicado en la Amazonía brasilera. Su nombre científico es Theobroma cacao L. El nombre científico lleva añadida al final una abreviatura botánica convencional; en este caso L., que es la inicial del apellido del naturalista sueco que clasificó la planta, C. Linneo. La palabra cacao viene del maya Ka'Kaw; en griego Theobroma significa "comida de los dioses".

El cacao tiene por origen las semillas del fruto de un árbol tropical que requiere de abundante agua en la tierra.

La palabra cacao puede hacer referencia a tres conceptos muy relacionados entre sí:

1. Cacao puede referirse, en primer lugar, al fruto del cacaotero, entendido este bien como la mazorca que crece directamente de su tronco, bien como las semillas contenidas en ese fruto.

2. En segundo lugar, el cacao es también el producto que resulta de la fermentación y el secado de esas semillas (ohabas o maracas) del fruto del árbol del cacao. El cacao, entendido así, es el componente básico del chocolate.

3. Por último, se denomina además cacao al polvo seco que se obtiene moliendo los granos y extrayendo, total o parcialmente, la grasa o manteca de cacao.

Los Mayas comenzaron a cultivar el árbol de cacao, gracias a evidencias arqueológicas, en Costa Rica se comprobó que el cacao era consumido por los Mayas 400 años Antes de Cristo. En la cultura Maya se le daba un gran valor a sus semillas, que se utilizaba como moneda y gracias a sus cualidades nutritivas, como alimento. La cultura Azteca continuo con esta tradición, elaborando con las semillas de cacao el "xocoatl", una bebida de fuerte sabor que producía una gran energía y vitalidad. Consideraban al cacao como un don divino y un alimento de los dioses, y reservaban su consumo a personas de alta posición social.

Se conoce que el primer europeo que probó el cacao fue Cristóbal Colón, quien llegó a Nicaragua en 1502. Sin embargo, Hernán Cortés, líder de la expedición en 1519 al Imperio Azteca, regresó a España en 1528 y llevó consigo la receta del xocoatl. Fue uno de los primeros grandes explotadores comerciales del cacao, y se le atribuye también el haberlo llevado a África. Al inicio esta bebida fue mal acogida y no fue hasta cuando se añadió azúcar que se convirtió en la bebida más popular en las Cortes Españolas.

Sus frutos son de forma alargada y pueden ser hasta de 1kg. Tiene hojas brillantes que llegan a

mediar hasta 30cm. Rotando la corteza exterior del fruto, se encuentra la pulpa blanca que contiene 20 a 40 semillas (cocoa beans o "granos de cocoa) de color café. violeta o café-amarillo. Al extraerse su contenido, y mezclarse con mantequilla y azúcar se obtienen las tabletas de chocolate. El Salvador como tal, tiene una buena oportunidad comercial, pues se puede encontrar la Criolla, que es el grano de mejor sabor, calidad, y que nada más lo tiene el 5% del mundo.

Algunos productos derivados del Cacao: Cocoa y Manteca, Pasta o Licor de Cacao, bebidas, dulces, otros. Hoy por hoy, el Cacao es utilizado desde uso industrial, cosmetología, y consumo masivo. El cacao ocupa el tercer lugar después del azúcar y el café en el mercado mundial de materias primas. Una distinción es hecha entre el cacao ordinario, que representa el 95 % de la producción mundial y que proviene de las variedades Forastero, y el cacao fino o aromático, que proviene de las variedades Criollo o Trinitario (el 5 % de la producción mundial), cuyas características distintivas de aroma y sabor son buscadas principalmente por los fabricantes de chocolates de alta calidad. La producción principal de cacao se concentra en África del oeste y representa cerca del 70 % de la producción mundial.

El cacao criollo tiene una gran demanda por poseer un aroma muy fino, con buen sabor y es preferido por quienes quieren un producto más puro. Además los chocolates que se elaboran con él pueden costar hasta doce veces más que lo normal. Tradicionalmente, el cacao es cultivado en los países productores y vendidos a la exportación en forma de habas. La transformación del cacao para la fabricación de productos terminados o semiacabados (manteca de cacao, licor de cacao, cacao en polvo, chocolate, etc.) se efectúa en los países importadores. Sin embargo, ciertos países productores tales como la Costa de Marfil, Ghana, Nigeria y Brasil se lanzan desde hace algunos años a la trituration local de su producción a fin de gozar de una plusvalía a la exportación.

El consumo mundial está estimado en 2 800 000 toneladas al año. Los más grandes países importadores de cacao son Europa (más de 1.2 millones toneladas / por año) y los Estados Unidos (0.4 millones toneladas / por año). A la cabeza de la lista se encuentran respectivamente Países

Bajos, los Estados Unidos, Alemania, Reino unido y Brasil. (Barrera, 2008)

#### **4.1. CLASIFICACION BOTANICA DE CACAO**

- Cacao criollo: corresponde a una planta de poco vigor y bajo rendimiento, destacándose la alta calidad de sus semillas. Este tipo de cacao posee un cotiledón de color entre marfil parduzco y castaño muy claro, con un olor de cacao dulce unido a un aroma delicado característico. Ejemplos de cacao "criollo" son algunos tipos de cacao cultivados en Venezuela, en el Caribe y Nueva Guinea Papua.
- Cacao forastero: se caracteriza por ser de mayor tolerancia a las enfermedades que el cacao criollo. Representa aproximadamente un 95% de la producción mundial, proveniente de los países de África Occidental y Brasil.
- Cacao trinitario: es más resistente y productivo que el cacao Criollo pero de inferior calidad. Es el resultado del cruce entre el cacao forastero y el criollo. Es producido en Granada, Jamaica, Trinidad y Tobago, Colombia, Venezuela y América Central.

#### **4.2. CLASIFICACION COMERCIAL DE CACAO**

Desde el punto de vista comercial e industrial, en el mercado mundial generalmente se clasifican los granos de cacao en dos categorías:

- Cacao ordinario: granos producidos por los cacaos tipo "forastero"; éstos son utilizados en la fabricación de manteca de cacao y de productos que tengan una elevada proporción de chocolate.
- Cacao fino o de aroma: en términos generales, los granos de cacao "criollo" y "trinitarios" corresponden a lo que en el mercado mundial se conoce como cacao fino o de aroma. Éste es utilizado usualmente en mezclas con granos ordinarios o "forastero" para producir sabores específicos en los productos terminados. Los granos correspondientes a esta categoría dan características específicas de aroma o color en chocolates finos de revestimientos o capas de

cobertura. También se usan (aunque cada vez menos) para producir cacao en polvo que se emplea como aroma en algunas recetas y en la preparación de algunos alimentos y bebidas. Según (IICO,2012)

### **4.3. DESCRIPCION DE PRODUCTOS Y ELABORADOS DEL SECTOR**

A partir de las semillas del cacao se obtienen varios productos como el cacao en grano, los cuatro productos intermedios (el licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo), y el chocolate, como producto terminado. El mercado que absorbe la producción de cacao a nivel mundial es la industria chocolatera, sin dejar atrás el uso de productos como: el polvo y la manteca de cacao.

Dentro de los productos semi elaborados del cacao están: El licor de cacao: es una pasta fluida que se obtiene del cacao a partir de un proceso de molienda. Se utiliza como materia prima en la producción de chocolates y de algunas bebidas alcohólicas. Al someterse al proceso de prensado, puede convertirse en:

- Manteca: Es la materia grasa del cacao. Se conoce también como aceite de theobroma. Es usada en la producción de cosméticos y farmacéuticos.
- Torta: Es la fase sólida del licor de cacao. Se utiliza en la elaboración de chocolates.
- Polvo: La torta puede ser pulverizada y convertirse en polvo de cacao. El cacao en polvo se usa básicamente para dar sabor a galletas, helados, bebidas y tortas. Así mismo, se emplea en la producción de coberturas para confitería y en postres congelados. El cacao en polvo se consume en la industria de bebidas, por ejemplo en la preparación de batidos de chocolate.

Los productos derivados de un proceso de industrialización o elaboración artesanal del cacao en grano se los considera elaborados del cacao. Por lo general, se refiere al chocolate, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, en polvo, relleno, y un sinfín de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos.

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, y otras heridas. Se dice que es antiséptico y diurético. Inclusive la industria estética utiliza el cacao para productos y tratamientos de belleza

El consumo de chocolate es asociado con una serie de beneficios para la salud. Estudios demuestran que el cacao ayuda a disminuir la presión arterial y previene enfermedades cardiacas gracias a que este producto contiene flavonoides que son poderosos antioxidantes. Así mismo, tiene otros buenos efectos: es anticanceroso, estimulador cerebral, antitusígeno, antidiarreico, e incluso se lo asocia con efectos afrodisiacos. Así mismo, se ha demostrado que el cacao induce a la producción de endorfinas, las cuales producen bienestar y felicidad.

## **5. ANTECEDENTES DE CACAO EN EL SALVADOR**

### **5.1. EL CACAO EN LA EPOCA PRECOLOMBINA**

#### **Del Cacao al Colón**

El Cacao se adoptó como moneda quizá debido a su relativa escasez o a que con ella se preparaban una bebida considerada digna de los dioses.

En una carta enviada al rey de España en 1576 por el oidor de la Real audiencia de Guatemala, Diego García del Palacio, en relación con las costumbre de los indios izalcos sobre las unidades monetarias, señalaba que el cacao se contaba por xontes, xiquipiles y cargas.

Un xonte equivalía a 400 almendras de cacao.

En la masiva se asevera que 200 almendras de cacao tenían el valor aproximado de un real, por lo que un xonte tendría como valor 2 reales.

La misma carta también hace la siguiente referencia “en cuatro sitios pertenecientes a Izalco

(Nahulingo, Caluco, Izalco y Tacuscalco), se cosechaba (cacao) lo necesario para abastecer no sólo a esa región, sino también a la Nueva España, con un total de 50,000 cargas (1,200,000,000 de granos)".

En el libro "La moneda, los bancos y el crédito en El Salvador", del doctor Alfonso Rochac, se señala que en 1576 las 50,000 cargas de cacao tenían un valor de 500,000 pesos oro aproximadamente.

La historia numismática salvadoreña en el siglo XIX tuvo como característica principal la escasez y la falsificación de la moneda.

El intercambio comercial entre los indígenas durante el período precolombino se realizaba mediante el trueque de los diferentes productos que tenían a su disposición. Al avanzar en su civilización y desarrollo, adoptaron como medio de intercambio símbolos tales como pepitas o el polvo de oro, plumas de aves preciosas como el quetzal y, por último, el cacao.

## 5.2. EL CACAO EN LA COLONIA

A la llegada de los españoles a nuestro continente luego llamado América, y específicamente al territorio ahora denominado "El Salvador", un olvidado Junio de 1524 tropas españolas de conquista al mando de un tal Pedro de Alvarado procedentes de México-Tenochitlan y de Iximché-Quauhtemallan con la misión de que su Majestad (el rey de España) fuese más servido aún y señorease más territorios, se encontraron con diversas etnias mayormente pipiles, divididos territorialmente en cacicazgos dominados por el de Cuscatlán que en su mayoría dedicaban su actividad a las faenas del campo, cuyo cultivo era obligatorio, que no conociendo el arado, ni animales de carga, de tiro y montura cosechaban en abundancia: maíz, frijol, cacao, etc., y que guardaban el producto- en silos apropiados

"Termina la vida y empieza la sobrevivencia". Tras la fundación inicial de la Villa de San Salvador nuestros indígenas enfrentaron el impacto de la reorganización que implicó la conquista; los españoles aplicaron nuevos conceptos entre éstos la función de la tierra su asentamiento y propiedad, el país y sus habitantes estaban ahí para ser

explotados en beneficio de sus conquistadores, pronto éstos –los españoles- encontraron frutos aptos para la exportación (primero el cacao y bálsamo en menor medida, y más tarde el añil).

Con la incorporación plena de nuestro territorio al sistema de gobierno de la monarquía española, el aprovechamiento de las riquezas naturales y obtención de los mayores provechos en la nueva conformación social y económica fue algo de primera importancia, para allegar los mayores ingresos al fisco. Así el cacao fue la primera organización comercial de un cultivo nativo, que dada la pericia del agricultor indígena (además del significado religioso) la cosecha estuvo a cargo de éste, mientras el español se contentaba con la recolección de los granos de cacao y la organización de su venta.

La intensificación de la demanda del cacao subió su valor de comercio, a fines del siglo XVI el chocolatl (bebida hecha de cacao) se había convertido ya en la más popular de Nueva España y Guatemala. La provincia de Izalco pronto sobresalió por la cuantía de su producción, y se convirtió en el centro de operaciones donde acudieron organizaciones comerciales españolas y los indígenas llevando el cacao y bálsamo para su venta -y también trueque-; a fines de siglo su producción -de cacao- era mayor que la de cualquier otra parte de América.

Al estar Izalco bajo el dominio de los encomenderos los comerciantes españoles fundaron su propio centro de operaciones en Sonsonate, el cacao provocó su rápido crecimiento e hizo de ésta la ciudad más próspera de la colonia y enriqueció a dichos comerciantes; para 1585 era el mayor centro de asentamiento español en Centroamérica, aunado a la buena racha del cacao cuya renta anual oscilaba los 500 mil reales -más de un tercio de la producción de la Audiencia de Guatemala, época en que barcos de Perú y Panamá partían anualmente con 12000 zurroneos de cacao, mientras 5000 salían por tierra a Oaxaca y otras partes.

Pronto Venezuela y Ecuador se sumaron a la producción de cacao y Brownling refiere que "hay referencias que en 1722 las cenizas de la erupción del volcán de Izalco había arruinado a muchos huertos de cacao", también nos dice que "es

posible conjeturar sobre las razones de la desaparición casi completa del cultivo del cacao y de la recolección del bálsamo en El Salvador primero la desaparición drástica de la población por las epidemias de viruela, sarampión, malaria y fiebre amarilla” pérdida de población indígena, mano de obra de ambos productos que recordando

se encargaban gracias a su pericia de la producción, mientras los españoles sólo lo comerciaban.

El cultivo del cacao en El Salvador no es nada nuevo, antes y durante la Conquista Española, fue uno de los centros de mayor producción y venta de cacao. Es así como la región de Izalco se volvió tan importante para los españoles.

**Figura 1: Vestigios relacionados al cacao, encontrados en Joya de Cerén**



### 5.3 EL CACAO EN EL SALVADOR ACTUAL.

Es extraño el desarrollo que ha tenido el cacao en El Salvador. De ser un fruto domesticado en la época de los mayas en Mesoamérica, aunque exclusivo para clases altas, y luego convertido en la época precolombina en moneda de cambio con mucho poder, y en su momento ser el producto más exportado mucho antes del café, paso a ser un producto olvidado, abandonado en muchas fincas, a crecer entre matorrales y plagas.

Han pasado muchos años para que la dulzura que depara su producto final, el chocolate, despertara el interés de agricultores salvadoreños grandes y pequeños no solo para recuperar este cultivo nativo, sino para apostar por un producto que pueda volver a ser una materia prima de

exportación hacia el Viejo Continente, donde es altamente demandado por su alta calidad.

Además, las condiciones climáticas y orgánicas del territorio salvadoreño permiten que se pueda cosechar "cacao fino de aroma", ya ese tipo de producto es el mejor comercializado en mercados altamente exigentes como las chocolaterías finas de Suiza, Francia e Italia

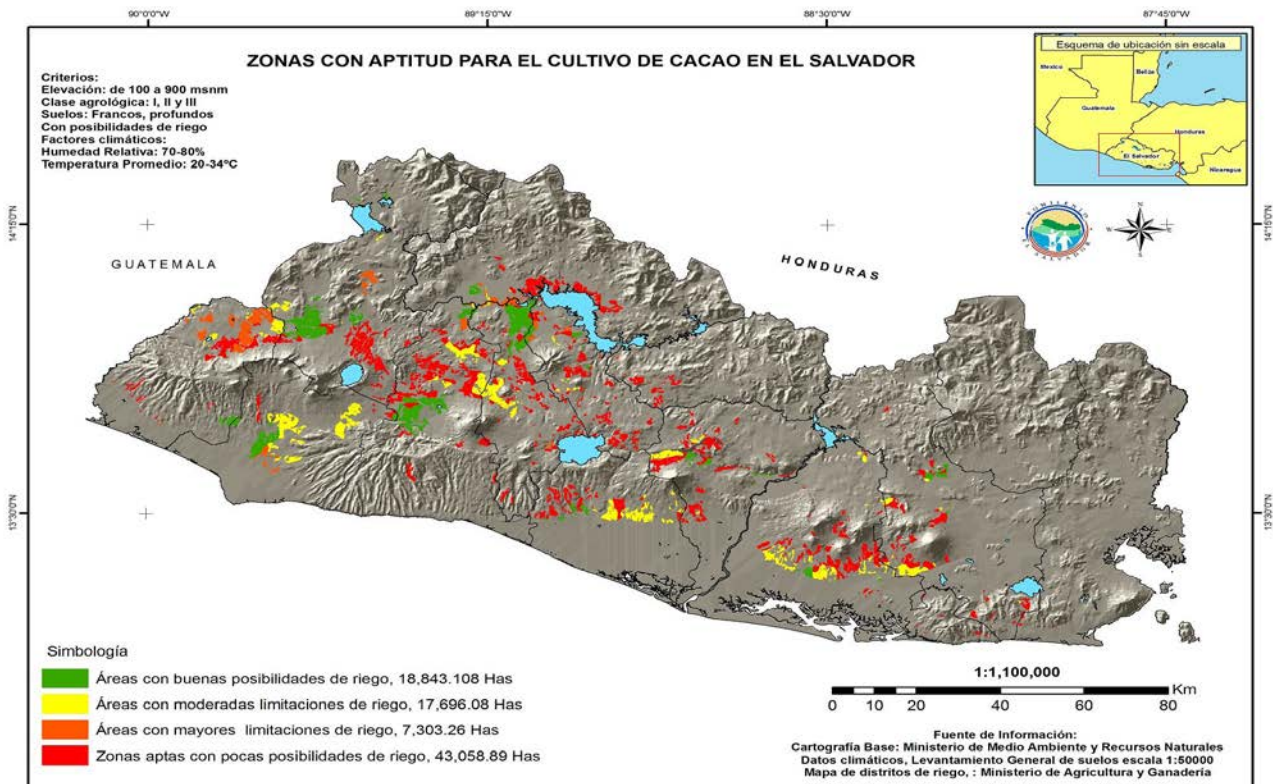
Según (Gutiérrez, 2009) La producción anual nacional ronda las 200 toneladas métricas (TM) las cuales solo cubren 20 por ciento del consumo interno de 1,000 TM por lo que el país se ve obligado a importar de Guatemala, Nicaragua y Honduras.

En su diagnóstico de la Cadena de Valor de cacao Chemonics, 2010 dice: El Salvador, a pesar de estar ubicado en la zona aleadaña a uno de los centros de origen de cacao (México-Guatemala), no ha tenido desarrollo ordenado de cultivos comerciales de cacao, por tanto el nivel de tecnología y comercialización es incipiente y se constituye en una oportunidad para el desarrollo de un nuevo sector de generación de ingresos para la agricultura en El Salvador. La región Centroamericana tiene condiciones especiales para el establecimiento de cultivos de cacao de origen trinitario considerado fino y de aroma.

Existen zonas potenciales para cacao, pero en ellas a excepción de la Hacienda La Carrera en Usulután, **prácticamente no existe ningún otro tipo de explotación cacaotera de ninguna relevancia** lo que presenta la oportunidad de crear una cultura de manejo agrícola estableciendo mejores prácticas a través de la capacitación de técnicos y agricultores, que permita una adecuada aplicación de la tecnología disponible en sistemas agroforestales para lograr resultados competitivos y rentables. En razón a lo anterior existen procesos de comercialización limitados de cacao en el país

Figura No. 2. Zonas aptas para el cultivo de cacao en El Salvador.

Fuente: Proyecto de Establecimiento y Comercialización de 3,000 Hectáreas de Cacao bajo Sistemas Agroforestales en El Salvador Abril 2010 – Octubre 2012. Chemonics.



El Salvador cuenta con un área potencial de 43,058 hectáreas para el cultivo de Cacao de alto valor, que acompañado del componente Agroforestal lograría un importante plan de reforestación en el país. De estas, 18,843 tienen grandes posibilidades de riego. En la Zona Norte, se identifican 8,370 hectáreas con alto potencial para cultivo de Cacao, con aptitudes de riego caracterizadas bajo los parámetros del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

El Salvador tiene un potencial agroecológico ideal para el desarrollo de Cacaos Finos y de Aroma, los cuales son altamente valorados y requeridos por los mercados especializados. Esta categoría de Cacao ha estado en un déficit generalizado a nivel mundial, por más de una década y se prevé que el déficit siga en aumento, tal como lo muestran las tendencias al alza de los precios internacionales de Cacao en los últimos 3 años.

**BENEFICIOS PARA LA NATURALEZA:** La renovación del cultivo del cacao en El Salvador beneficiará grandemente la flora y la fauna en el país, a través de su asociación con los cultivos de maderables, café, frutales y otros que a su vez ayudan en la lucha contra el calentamiento global.

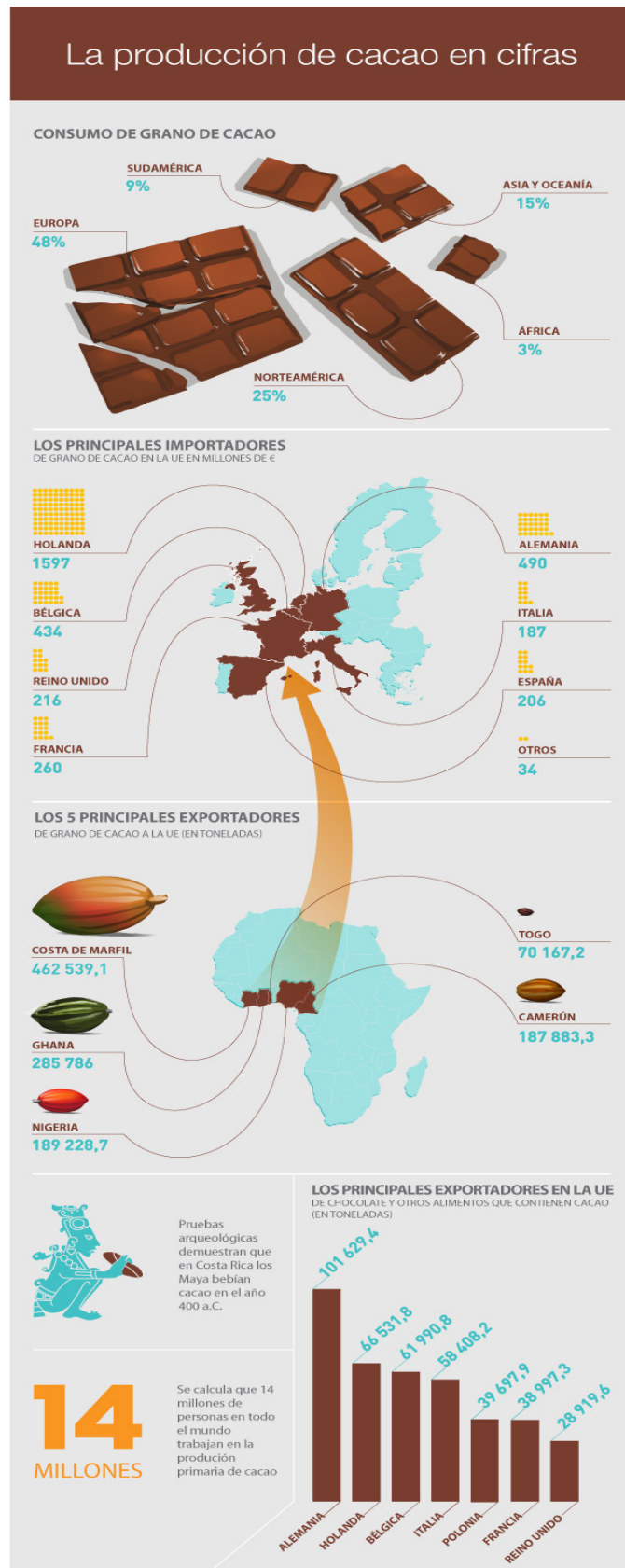
## 6. SITUACION MUNDIAL.

El cacao es una de las materias primas agrícolas más importantes del comercio internacional y como tal, es una fuente indispensable de divisas para los países productores. Es uno de los principales “commodities” productos agrícolas no perecederos que se comercializa en las bolsas principales del mercado mundial. La contribución del comercio de cacao en muchos países al intercambio con el exterior varía tremendamente con las fluctuaciones del precio.

### 6.1. PRODUCCION MUNDIAL.

El cacao se produce en las zonas tropicales de África, América Central y del Sur, Asia y Oceanía y se consume en casi todo el mundo; aun que la Unión Europea y América del Norte son las poblaciones que más consumen chocolate. Como se sabe, los granos de cacao se usaban como moneda y forma de pago de impuestos entre las tribus de Centro América y

Figura No. 3. Producción de cacao en cifras.





México antes de la llegada de los españoles a las Américas. Después de las etapas iniciales de la conquista, donde el principal interés de los conquistadores era el oro y la plata, el cacao fue uno de los rubros comercializados a Europa con el ron, el tabaco, la azúcar, el algodón y maderas preciosas. Alrededor del 90% de la producción mundial se comercializa en el mercado internacional. El cacao en grano constituye la forma más común (aproximadamente el 65%), de

comercialización en el mercado mundial desde los países productores a los países consumidores; el 35% se comercializa en otras formas como son: el polvo, la torta, la manteca, el chocolate.

Según la Organización Internacional del Cacao ICCO, la producción de cacao a nivel mundial está concentrada en 71.6% en África, en Asia en 14.8% y en América en 13.6%. A continuación se presentan los mayores productores de cacao.

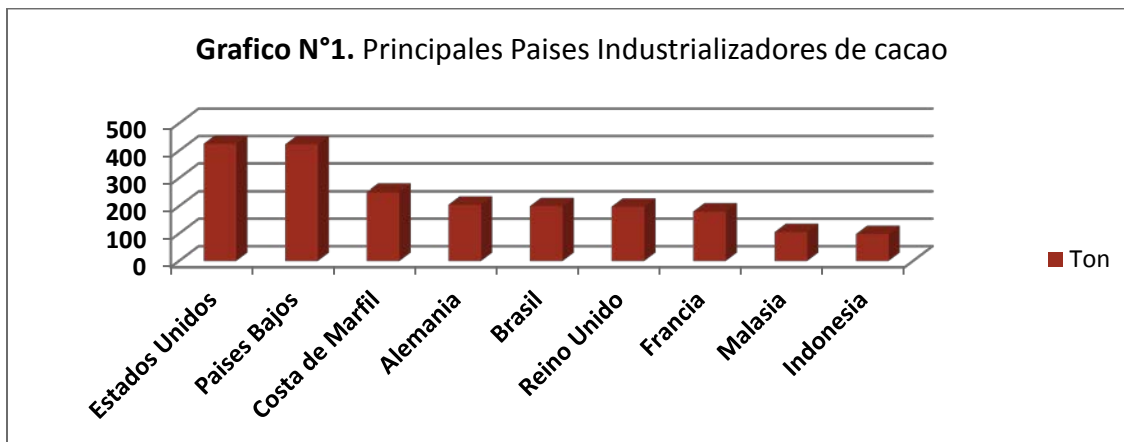
**Cuadro N°1.** Principales Países Productores de cacao en grano (Miles de Ton.)

|                         | 2008/09     |             | 2009/10     |             | 2010/11     |             |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>África</b>           | <b>2518</b> | <b>70%</b>  | <b>2483</b> | <b>68%</b>  | <b>2881</b> | <b>72%</b>  |
| Camerun                 | 227         |             | 205         |             | 215         |             |
| Costa de Marfil         | 1222        |             | 1242        |             | 1300        |             |
| Ghana                   | 662         |             | 632         |             | 960         |             |
| Nigeria                 | 250         |             | 235         |             | 240         |             |
| Otros                   | 158         |             | 169         |             | 166         |             |
| <b>América</b>          | <b>500</b>  | <b>14%</b>  | <b>514</b>  | <b>14%</b>  | <b>547</b>  | <b>14%</b>  |
| Brasil                  | 157         |             | 161         |             | 198         |             |
| Ecuador                 | 149         |             | 144         |             | 140         |             |
| Otros                   | 195         |             | 209         |             | 209         |             |
| <b>Asia y Oceanía</b>   | <b>598</b>  | <b>17%</b>  | <b>632</b>  | <b>17%</b>  | <b>597</b>  | <b>15%</b>  |
| Indonesia               | 490         |             | 550         |             | 510         |             |
| Nueva Guinea            | 59          |             | 39          |             | 40          |             |
| Otros                   | 49          |             | 44          |             | 47          |             |
| <b>Producción Total</b> | <b>3616</b> | <b>100%</b> | <b>3629</b> | <b>100%</b> | <b>4025</b> | <b>100%</b> |

Fuente: ICCO 2010/12 "Boletín Estadístico Trimestral de Cacao"

El cuadro 1, demuestra que el mercado de la producción de cacao está dominado por los países del continente africano con un 71.6% y dentro de estos, Costa de Marfil es el que más produce. Esto

indica que es difícil competir con cacao convencional en el mercado internacional y por tal razón hay que enfocarse en cacao fino de aroma.



Fuente: Estadística de la Organización Internacional del Cacao (ICCO)

El dominio de la industrialización de cacao según la ICCO, está en poder de los Estados Unidos y los países bajos, lo cual son países de renta alta y

cuenta con lo último en tecnología e investigación en procesamiento de alimentos.

## 6.2. ÉPOCA DE COSECHA EN LOS DIFERENTES PAÍSES PRODUCTORES

La producción del cacao depende mucho de las estaciones. Casi todos los países productores tienen dos períodos de recolección: la cosecha principal y la intermedia. La cantidad recolectada en la cosecha intermedia varía de un país a otro

**Cuadro N°2. Estacionalidad de países productores de cacao**

| País            | Cosecha menor | Cosecha mayor |
|-----------------|---------------|---------------|
| Costa de Marfil | Oct-Mar       | May-Ago       |
| Brasil          | Oct-Mar       | Jun-Sep       |
| Rep. Dominicana | Abr-Jul       | Oct-Ene       |
| Colombia        | Jul-Feb       | Mar-Jun       |
| Ecuador         | Mar-Jun       | Dic-Ene       |
| Haití           | Mar-Jun       | Jul-Feb       |
| Jamaica         | Dic-Mar       | Abr-Nov       |
| México          | Oct-Feb       | Mar-Ago       |
| Panamá          | Mar-Jun       | Jul-Feb       |
| Costa Rica      | Jul-Feb       | Mar-Jun       |
| Venezuela       | Oct-Feb       | Mar-Sep       |
| Ghana           | Sep-Mar       | May-Ago       |
| Camerún         | Sep-Feb       | May-Ago       |
| Nigeria         | Sep-Mar       | Jun-Ago       |

Fuente: Estadística de la Organización Internacional del Cacao (ICCO)

### 6.3. PRECIO DEL CACAO

**Cuadro N°3.** Precios mensuales de cacao en grano 2011 (USD/TM)

| Mes       | Precio      | Variación |
|-----------|-------------|-----------|
| Ene. 2011 | \$ 3,164.48 | 3.85%     |
| Feb. 2011 | \$ 3,471.10 | 9.69%     |
| Mar. 2011 | \$ 3,392.97 | -2.25%    |
| Abr. 2011 | \$ 3,113.51 | -8.24%    |
| May. 2011 | \$ 3,070.77 | -1.37%    |
| Jun. 2011 | \$ 3,015.64 | -1.80%    |

Fuente: Organización Mundial del Cacao, ICCO

Los precios del cacao responden a factores de oferta y de demanda. Los precios internacionales tienden a seguir un patrón de largo plazo ligado al ciclo del cacao. Durante los periodos de expansión de la producción, existe un excedente de producción. En consecuencia, los precios bajos son fruto del exceso de producción que generalmente tienen un impacto negativo sobre las cosechas, puesto que los productores tienden a cambiar de cultivo, factor que nuevamente permite una subida de precios. La calidad del grano es un factor importante en la fijación de los precios. De acuerdo con las exigencias del cliente importador, se establecen dos casos: sobreprecios o descuentos

sobre la base del precio internacional de los cacaos de Costa de Marfil y Ghana.

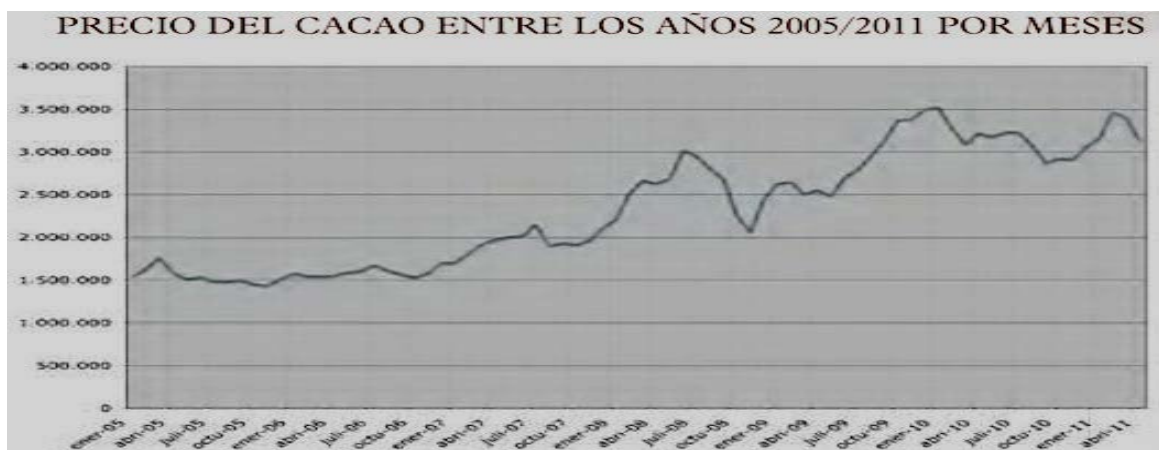
El sobreprecio del cacao es conocido como el precio premium y depende del tipo de grano, la fermentación y la confiabilidad del exportador. El grano fino de primera, y los extrafinos son internacionalmente conocidos por su nombre y origen. Algunos cacaos corrientes, por su homogeneidad y calidad reciben también una prima pero inferior a la de los finos aromáticos.

**Cuadro N°4.** Precios anuales de cacao en grano (USD/TM)

| Año  | Precio  | Variación |
|------|---------|-----------|
| 2006 | 1590.7  | 23.42%    |
| 2007 | 1952.19 | 22.72%    |
| 2008 | 2580.77 | 32.20%    |
| 2009 | 2888.74 | 11.93%    |
| 2010 | 3132.99 | 8.46%     |

Fuente: Organización Mundial del Cacao, ICCO.

**Grafico No. 2. Precios internacionales de cacao 2005-20011.**



Fuente: Organización Mundial del Cacao (ICCO), 2011

Los precios internacionales de cacao en grano registraron el nivel más alto en 28 años a mediados de marzo del 2008, alcanzando los USD 3,100 por toneladas en el mercado de futuros de Nueva York, siendo el precio más alto desde 1984. Sin embargo, en el año 2011 se registró en el mes de febrero USD 3,471 por TM, en junio el precio decayó a 3,015 por TM.

#### **6.4. ALGUNOS ACUERDOS DEL CONVENIO DE CACO (GINEBRA 2010)**

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cacao, 2010 se celebró en el Palais des Nations, Ginebra, el 19 de abril de 2010 y del 21 al 25 de junio de 2010. Las Partes firmantes del Convenio vigente y todos los Estados miembros de la UNCTAD, además de los organismos especializados de las Naciones Unidas, fueron invitados a participar en la Conferencia.

La Conferencia tuvo a su disposición el proyecto de un nuevo Convenio Internacional del Cacao, fruto de las negociaciones de un Grupo de Trabajo establecido por el Consejo Internacional del Cacao.

##### **6.4.1. PRECIO INDICATIVO CACAO**

1. A fin de seguir la evolución del mercado del cacao, el Director Ejecutivo del Consejo Internacional de cacao, calculará y publicará el precio indicativo de la ICCO para el cacao en grano. Este precio se expresará en dólares de los Estados Unidos por tonelada, además de en euros, libras esterlinas y derechos especiales de giro (DEG) por tonelada.

2. El precio indicativo de la ICCO será el promedio de las cotizaciones diarias de futuros de cacao en grano durante los tres meses activos más próximos en la bolsa de Londres (NYSE Liffe) y en la bolsa de Nueva York (ICE Futures US) a la hora del cierre en Londres. Los precios de Londres se convertirán en dólares de los Estados Unidos por tonelada utilizando el tipo de cambio para futuros a seis meses vigente en Londres a la hora del cierre. El promedio expresado en dólares de los Estados Unidos de los precios de Londres y Nueva York se convertirá en sus equivalentes en euros y libras esterlinas empleando el tipo de cambio vigente a la hora del cierre en Londres, y su equivalente en DEG al correspondiente tipo de cambio diario oficial entre el dólar de los Estados Unidos y el DEG que publica el Fondo Monetario Internacional. El Consejo decidirá el método de cálculo que se utilizará cuando sólo se disponga de las

cotizaciones de una de esas dos bolsas de cacao o cuando la Bolsa de Cambios de Londres esté cerrada. El paso al período de tres meses siguiente se efectuará el día 15 del mes que preceda inmediatamente al mes activo más próximo en que venzan los contratos.

3. El Consejo podrá decidir que se utilice para calcular el precio indicativo de la ICCO cualquier otro método que considere más satisfactorio que el prescrito en este artículo.

##### **6.4.2. FACTORES DE CONVERSION**

A los efectos de determinar el equivalente en grano de los productos de cacao, se aplicarán los siguientes factores de conversión: manteca de cacao, 1,33; torta de cacao y cacao en polvo, 1,18; pasta/licor de cacao y granos descortezados, 1,25. El Consejo podrá decidir, si es necesario, qué otros productos que contienen cacao son productos de cacao. El Consejo fijará los factores de conversión aplicables a los productos de cacao distintos de aquellos cuyos factores de conversión se indican en este párrafo.

#### **6.5. CONSUMO DE CACAO**

En un concepto significativo de la "sostenibilidad", el consumo es de igual importancia para la producción. El complemento de la producción sostenible es el consumo sostenible, o más bien, asegurar la continuación de un aumento constante en el consumo de cacao y chocolate, así como la conversión sostenible de los granos de cacao en productos semi-acabados y finales para el consumidor. Europa es quien tiene el 50% del consumo mundial de cocoa, seguido por América (34%), Asia (13%) y finalmente África con tan sólo el 3%. Según datos de CAOBISCO, el consumo aparente incrementó un 6% durante los años 2002-2005 en el mundo. Esto se ha debido a grandes inversiones en campañas publicitarias, teniendo éxito sobre todo en las ventas en la industria de "confitería de chocolate". Los países que encabezan la lista son Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, la Unión Soviética, Japón, Italia, España y Brasil respectivamente.

El promedio de consumo Kg. /persona en UE es de 2.70 kg/ per.

**Cuadro No. 5. Consumo de cacao y chocolate en la Unión Europea (Kg/Persona)**

| <b>País</b>      | <b>2002/03</b> | <b>2003/04</b> | <b>2004/05</b> |
|------------------|----------------|----------------|----------------|
| Austria          | 3.42           | 4.06           | 3.65           |
| Bélgica          | 5.22           | 5.63           | 4.98           |
| Rep. Checa       | 2.33           | 1.93           | 2.05           |
| Francia          | 3.65           | 3.81           | 4.07           |
| Alemania         | 3.39           | 3.71           | 3.36           |
| Grecia           | 1.93           | 1.99           | 2.21           |
| Italia           | 1.76           | 1.73           | 1.89           |
| Holanda          | 1.97           | 2.02           | 2.14           |
| Polonia          | 1.58           | 1.45           | 1.65           |
| España           | 1.85           | 2.11           | 2.09           |
| Suiza            | 1.96           | 2.22           | 2.13           |
| Reino Unido      | 3.61           | 3.67           | 3.64           |
| Noruega          | 3.10           | 3.68           | 3.75           |
| Suecia           | 4.49           | 4.06           | 5.1            |
| Rusia            | 1.15           | 1.23           | 1.27           |
| Ucrania          | 0.42           | 0.44           | 0.42           |
| Consumo Promedio | 2.614375       | 2.73375        | 2.775          |

Fuente: Organización Mundial del Cacao, ICCO

Usos:

El Chocolate y el Cacao se consumen de diversas maneras, y dependerá mucho del área geográfica, empaque, y presentación. Sin embargo, se sabe que cada vez más se le está dando más valor al chocolate en Europa como un componente de salud, sobre todo, porque puede ser estimulante. Otro factor importante es la conciencia social, pues el consumidor europeo está dispuesto a pagar más por barra, si conoce que es “chocolate orgánico” o bien es parte de una cadena de “Comercio Justo”. Otros de gran aceptación son aquellos que tienen un alto grado de “sabor” o “chocolate oscuro”. Las presentaciones que más consumen los europeos en relación a “Chocolate de Confeitería” son:

- Chocolate en barra o en forma de tabletas.
- Chocolate que pueda usarse como tentempié o snack,
- Aquellos que son estacionarios o de celebraciones especiales (huevos de pascua, por ejemplo).

- Chocolate con licor.
- Chocolate que incluye juguetes

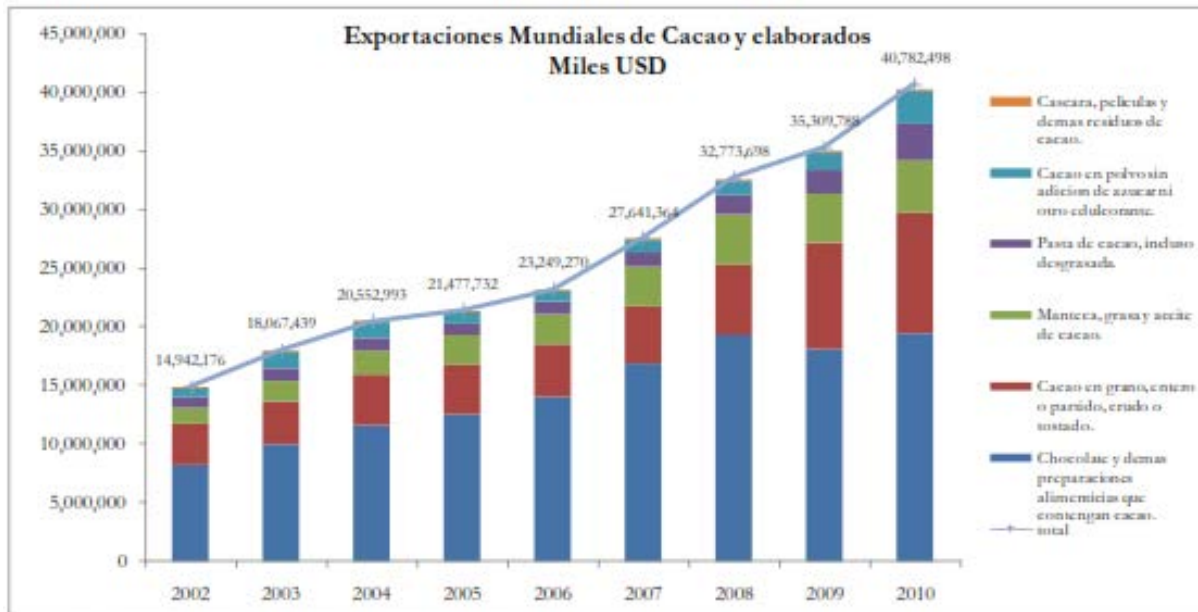
## 7. MERCADO INTERNACIONAL.

### 7.1. EXPORTACIONES MUNDIALES

Las exportaciones mundiales de cacao y elaborados, como se muestra en el siguiente gráfico, han registrado un crecimiento importante, alcanzando en el 2010 USD 40, 782, 498,000.

Los grupos de productos (partidas arancelarias a nivel de 4 dígitos) más exportados a nivel mundial durante el período analizado fueron: chocolate y demás preparaciones que contengan cacao, que obtuvo en el 2010 el 48% de participación en las exportaciones mundiales de este producto; le sigue el cacao en grano, con el 26% de participación; la manteca de cacao con el 11%. La pasta de cacao ha registrado un mayor crecimiento durante este período, con una TCPA (Tasa de crecimiento promedio anual) de 17.5%.

**Gráfica Nº 3. Exportaciones Mundiales de Cacao y Elaborado**



Fuente: TradeMap, Centro de Comercio Internacional

### 7.1.1. PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES.

Los principales países exportadores de cacao y elaborados durante el 2006-2010 fueron: Holanda, con una participación en las exportaciones mundiales de este sector de 12% 18%; Alemania, que representa el 10.4% de las exportaciones en ese mismo año y registró una T CPA durante 2006-2010 de 15%; Costa de Marfil, alcanzó una tasa de participación de 11% en el 2010 y una T CPA durante el período 2006-2010 de 22%, y Bélgica, con una participación de 6.5% y una T CPA de 6%.

Los principales exportadores del sector por regiones geográficas, con su participación en las exportaciones mundiales en el 2010 son: en Latinoamérica: Brasil (1%), México (1.3%), Ecuador obtuvo en ese año 1.1% de las exportaciones mundiales de cacao y sus elaborados. En África:

Costa de Marfil (11%), Ghana (6%), Nigeria (3%), Camerún (2%). Asia: Indonesia (4%), Malasia (3%), Singapur (1.6%). Los principales países exportadores de cacao y elaborados dependerán del tipo de producto, es decir, si se habla de cacao en grano se identifican a los países en desarrollo, mientras que si es el producto elaborado como el chocolate, los principales exportadores son países en desarrollo. En este sentido, los principales exportadores en el 2010 de cacao en grano son: Costa de Marfil (29%), Ghana (19%), Indonesia (11%), Ecuador se ubica como séptimo exportador con una participación en las exportaciones mundiales en el 2010 de 3%. Los principales exportadores de chocolate son: Alemania (17%), Bélgica (12%) y Francia (7%). Con relación a los exportadores de manteca de cacao, los principales exportadores en el 2010 fueron: Holanda (31%), Malasia (14%), Francia (9%).

**Cuadro No. 6. Principales países exportadores de cacao y elaborados (USD \$).**

| <b>Países</b>          | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Países Bajos (Holanda) | 3,145,285   | 3,795,606   | 3,850,173   | 5,021,441   |
| Alemania               | 2,975,256   | 3,583,567   | 3,770,365   | 4,240,546   |
| Costa de Marfil        | 2,204,547   | 2,807,307   | 3,724,395   | 4,557,026   |
| Belgica                | 2,566,617   | 2,739,788   | 2,614,314   | 2,029,604   |
| Francia                | 1,776,832   | 2,021,234   | 1,940,537   | 2,029,604   |
| Ghana                  | 1,053,370   | 1,042,124   | 1,935,380   | 2,586,968   |
| Indonesia              | 924,159     | 1,268,947   | 1,413,441   | 1,643,649   |
| Italia                 | 1,221,924   | 1,327,154   | 1,245,947   | 1,341,576   |
| Estados Unidos         | 1,013,378   | 1,183,395   | 1,161,575   | 1,386,631   |
| Malasia                | 757,236     | 1,003,767   | 917,620     | 1,302,521   |
| Canada                 | 781,237     | 829,284     | 697,967     | 941,382     |
| Brasil                 | 364,947     | 400,525     | 352,338     | 418,785     |
| México                 | 185,556     | 263,657     | 412,578     | 530,686     |
| Ecuador                | 227,214     | 260,204     | 379,829     | 446,879     |

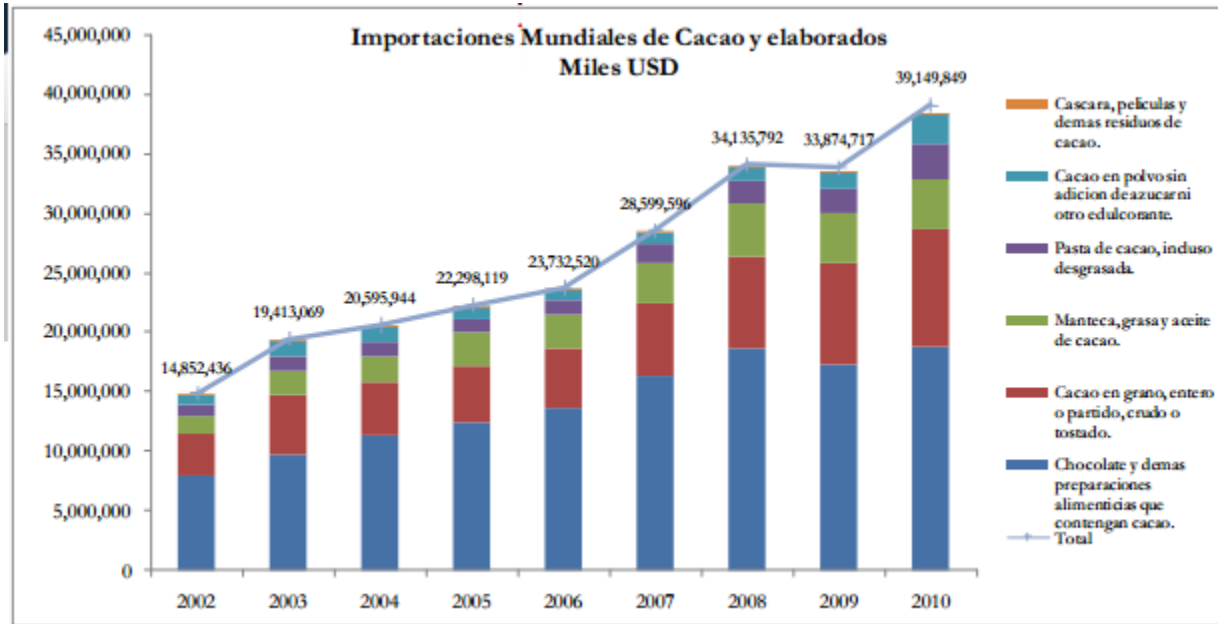
Fuente: TradeMap, Centro de Comercio Internacional

## **7.2. IMPORTACIONES MUNDIALES**

Las importaciones mundiales de cacao y sus elaborados han crecido durante los últimos 10 años, registrando una TCPA en 2002-2010 de 13%. El año 2009 fue el año que cayeron ligeramente las importaciones en -1% con relación al 2008, debido a la crisis financiera mundial, sin embargo para el 2010 aumentaron en un 16% registrando USD 39,149,849,000. Con relación a los grupos de productos dentro del sector de cacao y elaborados, los bienes más demandados internacionalmente

durante este período fueron: chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao ocupó el 48% de las importaciones durante el 2010, registrando una TCPA de 11%, le sigue el cacao en grano entero o partido crudo o tostado, que obtuvo una participación en las importaciones mundiales del sector en el 2010 de 25.3% y una TCPA de 14%, y la manteca, grasa y aceite de cacao, que tuvo una participación en ese año de 10.6% y una TCPA similar a la del cacao en grano de 14%.

**Gráfica Nº 4. Importaciones Mundiales de Cacao y Elaborados**



Fuente: TradeMap, Centro de Comercio Internacional

**7.2.1. PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES.**

Los principales países importadores de cacao y sus elaborados durante 2006-2010 fueron: Estados Unidos, Alemania, Holanda, entre otros. El país que ha registrado un mayor crecimiento en sus importaciones, durante este período fue Holanda con una TCPA de 23.3%.

Es importante recalcar que los principales países importadores de cacao y sus elaborados varían dependiendo el tipo de producto. En este sentido, los importadores más representativos de cacao en grano son: Países Bajos, registrando una participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 21.7% y una TCPA durante 2006-2010 de 33%; Estados Unidos, con una participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 13% y una TCPA durante 2006-2010 de 13%; y Malasia, con participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 9.7% y una TCPA de 10%. Los países que han registrado una mayor TCPA durante el período 2006-2010 son: Países Bajos (33%), Singapur (26%), España (25%), Turquía y Alemania (24%).

Los principales importadores de chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao son: Francia, que alcanzó una participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 8.8% y una

TCPA durante 2006-2010 de 8%; Estados Unidos, una participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 9.3% y una TCPA durante 2006-2010 de 7%; y Alemania, con una participación de 8.2% y una TCPA 8%. Los países que han registrado una mayor TCPA durante el período 2006-2010 son: España (11%), Rusia (20%) y Polonia (13%).

Los principales importadores a nivel mundial de manteca, grasa y aceite de cacao son: Estados Unidos, que registró una participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 14% y una TCPA durante el período 2006-2010 de 10%; Alemania, que alcanzó una participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 13% y una TCPA durante 2006-2010 de 12%; y Bélgica con una participación en las importaciones mundiales en el 2010 de 8.9% y una TCPA de 6%.

Los países que han registrado una mayor TCPA durante el período 2006-2010 son: Rusia e Italia (17%), Alemania (12%), Suiza (11%).



**Cuadro No. 7. Principales países importadores de cacao y elaborados (USD \$)**

| <b>Países</b>          | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Estados Unidos         | 2,786,092   | 3,433,912   | 3,592,364   | 4,415,104   |
| Alemania               | 2,665,166   | 3,145,471   | 3,556,687   | 4,136,407   |
| Países Bajos (Holanda) | 2,214,439   | 2,827,232   | 3,125,804   | 3,863,087   |
| Francia                | 2,516,337   | 2,906,035   | 2,781,388   | 2,911,125   |
| Reino Unido            | 2,006,729   | 2,124,143   | 2,152,264   | 2,177,182   |
| Bélgica                | 1,540,567   | 1,697,680   | 1,628,839   | 1,735,502   |
| Canadá                 | 904,923     | 1,087,834   | 1,060,022   | 1,200,061   |
| Malasia                | 873,435     | 1,287,060   | 874,963     | 1,145,680   |
| Rusia                  | 846,707     | 1,081,578   | 984,023     | 1,282,428   |
| Italia                 | 848,888     | 938,734     | 961,891     | 1,092,665   |
| España                 | 757,340     | 936,853     | 891,757     | 1,063,760   |
| Japón                  | 811,978     | 823,482     | 817,654     | 909,275     |
| Polonia                | 539,620     | 680,860     | 614,500     | 765,861     |
| Austria                | 437,707     | 528,731     | 514,507     | 513,632     |
| Suiza                  | 417,700     | 513,190     | 510,480     | 554,227     |
| Singapur               | 331,930     | 426,668     | 408,559     | 543,859     |
| Suecia                 | 335,571     | 403,945     | 355,242     | 391,725     |
| México                 | 326,626     | 387,399     | 325,894     | 421,603     |

Fuente: TradeMap, Centro de Comercio Internacional

## **8. MERCADO NACIONAL DE CACAO.**

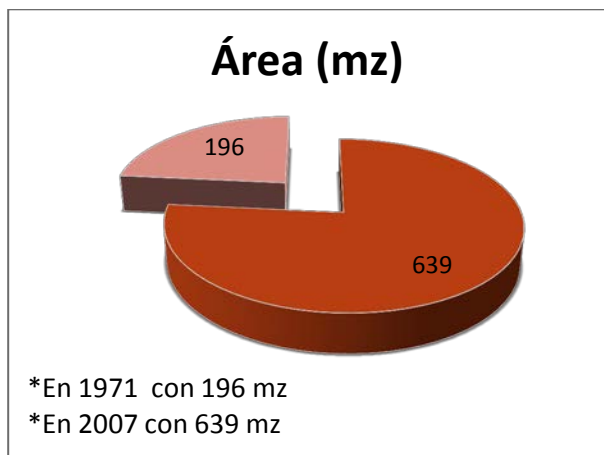
### **8.1. PRODUCCION NACIONAL**

Actualmente existen en El Salvador muy poca producción de cacao, la producción está concentrada en las zonas de Nahuilingo, Sonsonate y Usulután. La producción domestica del cacao es estrictamente limitada y no existen plantaciones comerciales registradas.

El Censo Agropecuario 2006/07 encontró solamente 42 explotaciones de cacao en el país, 15

de ellos en Usulután. La superficie total nacional fue de 638 mz (446 hct), pero de ella, 619 mz estaban en Usulután, incluyendo la plantación más grande en la cooperativa La Carrera. La producción nacional para ese año fue de 5,825 qq (264.2 tm), es decir, 9.13 qq/mz.

**Gráfica N°5. Áreas de siembra en El Salvador**



Fuente: MAG - Censo Agropecuario 2007-2008

El Salvador en la gráfica 5, muestra que tiene una superficie de siembra de 639 mz con una capacidad para producir 5825 qq de cacao o su equivalente a 265 TM, con esto se demuestra que por el momento el país no tiene la capacidad productiva para abastecer a l mercado nacional que demanda 1000 TM de cacao por año.

El Salvador es muy deficitario en su producción, ya que importa 3 veces su producción nacional en

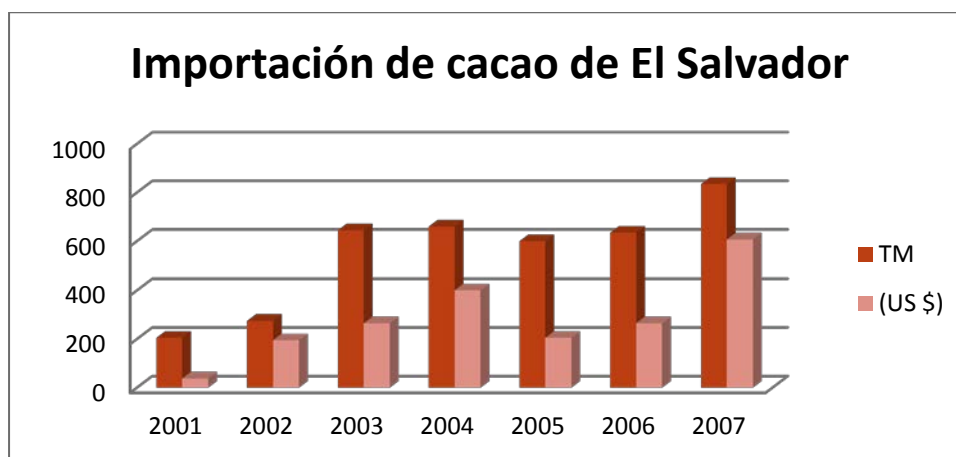
**Cuadro N° 8. Producción de cacao en El Salvador**

| Tipo de Cultivo    | Área       | Producción (qq) |
|--------------------|------------|-----------------|
| Balsamo            | 2,347      | 2,182           |
| Algodón            | 2,131      | 29,553          |
| Ajonjoli           | 2,062      | 21,747          |
| Semilla de marañón | 850        | 22,950          |
| <b>Cacao</b>       | <b>739</b> | <b>5,825</b>    |
| Henequén           | 628        | 16,020          |
| Coco               | 201        | 9,621           |

Fuente: MAG - Censo Agropecuario 2007-2008

cacao en grano o en polvo para utilizar en diferentes productos (gráfica), proveniente de países como Nicaragua, Guatemala, Brasil y Colombia. Sin embargo, la importación más grande, en volumen y valor, es de chocolates, principalmente de Estados Unidos.

**Gráfica No. 6. Importación de Cacao**

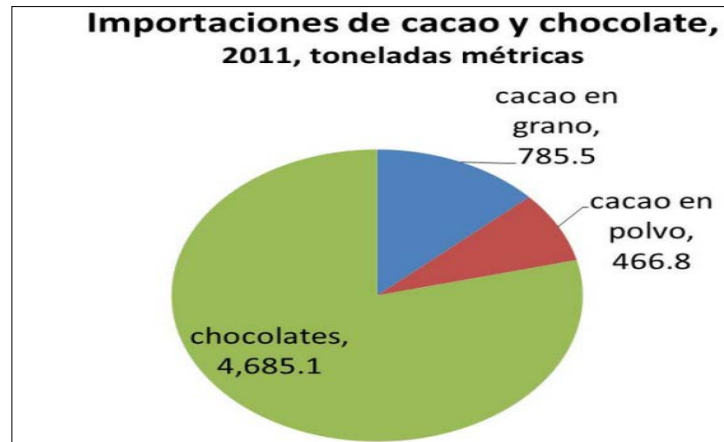


Fuente: MAG – Frutales, componente de mercadeo y comercialización

Según el programa de Frutales del MAG, el mercado mundial demanda 3.5 millones de TM, toda Centroamérica produce 5 mil TM y El Salvador solo unas 264 toneladas métricas cubriendo nada

mas el 20 por ciento del consumo interno de 1,000 TM por lo que el país se ve obligado a importar de Guatemala, Nicaragua y Honduras.

**8.2. IMPORTACIONES NACIONALES DE CACAO.**  
**Gráfica No. 7. Importaciones de Cacao y Chocolates**

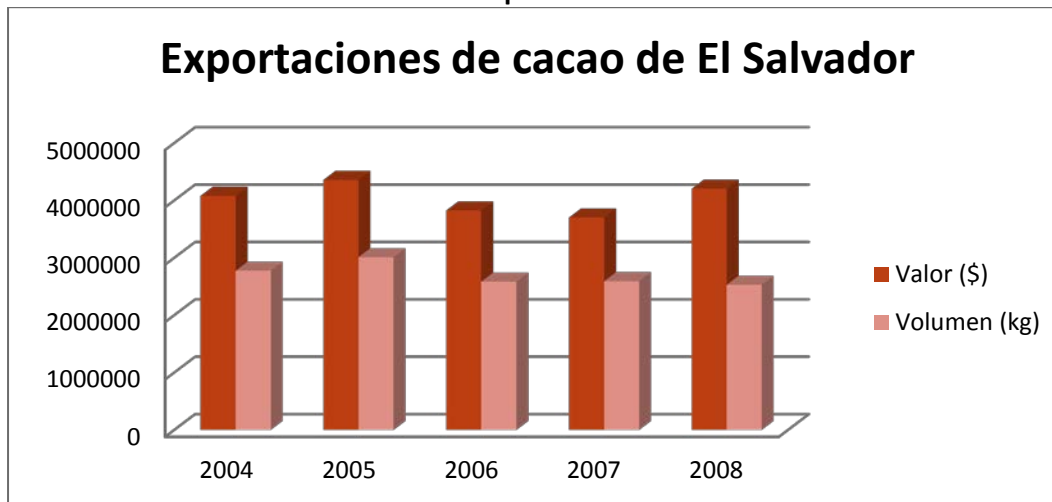


Fuente: Banco Central de Reserva (BCR)

El análisis del comercio nacional comprende el cacao en grano y derivados del mismo, tales como: cacao en polvo, crema de cacao y chocolate entre otros. El Salvador es muy deficitario en su producción, ya que importa 3 veces su producción nacional en cacao en grano o en polvo para utilizar en diferentes productos (gráfica). El cacao en grano proviene de países como Nicaragua (64%), Guatemala (14%), Honduras (18%) y otros países (4%). Sin embargo, la importación más grande, en volumen y valor, es de chocolates, principalmente de Estados Unidos.

**8.3. EXPORTACIONES NACIONALES DE CACAO.**

**Gráfica No 9. Exportaciones de Cacao**



Fuente: FOMILENIO (2009), "Análisis del Mercado Para Cacao"

El Salvador exporta alrededor de US \$ 4,000,000.00 en concepto de cacao procesado equivalente a 2,500,00 kg con destino a Nicaragua principalmente con un 29.9%, seguido de Guatemala con un 21.8%, Honduras con 16.3%,

México con 10% y Estados Unidos con un 8.1%. Según (BCIE)

Esto es un reflejo de que el país tiene mucha capacidad de procesamiento, pero con mucha debilidad en la parte productiva.

## 9. CLASIFICACION ARANCELARIA

**Cuadro No. 9. Descripción arancelaria de Cacao en Centro América**

| <b>Descripción</b>   | <b>SAC</b> |
|--|------------|
| Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado            | 5%         |
| Cascara, películas y demás residuos de cacao                 | 10%        |
| Pasta de Cacao, incluso desgrasada                           | 10%        |
| Manteca y aceite de cacao                                    | 10%        |
| Cacao en polvo, si adiciones de azúcar ni edulcorante        | 10%        |
| Cacao y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao | 15%        |

Fuente: SAC (Sistema Arancelario Centroamericano)

Para las importaciones DAI, de terceros países, aplica diferentes aranceles, dependiendo de su clasificación. Estos aranceles oscilan entre 5 a 15%

de derecho aduanal. El siguiente cuadro establece el arancel aplicado de importación según SAC (Sistema Arancelario Centroamericano).

### **9.1. ARANCEL PARA INGRESAR AL MERCADO EUROPEO.**

El empresario deberá de tomar en cuenta las “normas de origen”. Las normas de origen son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serían aplicables las preferencias arancelarias, en este caso, es condicionante para poder aplicar al SGP+ (Sistema General de Preferencias). Si el “cacao y sus preparaciones” cumplen origen, entonces podrán aplicar al SGP+. Al cumplirse la regla de origen, entonces El Salvador podrá aplicar al SGP+ consistente en ARANCEL DEL 0%. En el caso del NMF (Nación Más Favorecida) dependiendo del tipo de producto, tendrá que pagar desde 7%, 8% hasta

9.6% de arancel para el ingresar al mercado europeo. La regla establece todos los materiales utilizados deben estar clasificados en una partida diferente a la del producto y el valor de esto no debe exceder el 30% del precio franco de fábrica del producto.

En el caso de ingreso de cacao procedente de El Salvador, este aplicará un ARANCEL DEL 0%. Esto porque El Salvador está dentro del régimen del SGP+, lo cual favorece a países en desarrollo. La tarifa convencional es de 12%.

Impuesto al Valor Agregado (IVA). Aunque teóricamente, los países de la UE eliminaron sus impuestos transfronterizos en 1 enero 1993, en la práctica las tasas internas del IVA, quedan vigentes. Según (MINEC – Mercado Europeo, 2008)

## 10. MERCADOS ESPECIALES.

De manera paralela a los mercados tradicionales o convencionales de grano y derivados, existen mercados más pequeños y especializados en los que se manejan precios diferenciados como son los de comercio justo, orgánicos y cacao fino de aroma. Si bien éstos mercados ofrecen “nichos” bastante reducidos, constituyen una opción para organizaciones de pequeños productores para obtener mejores ingresos y escapar de alguna manera a las fluctuaciones abruptas a las que están sujetas las calidades convencionales que se manejan en mercados de grandes volúmenes.

### 10.1 COMERCIO JUSTO.

La razón para aplicar el sistema de Comercio Justo reside en mejorar la posición de los productores desfavorecidos en los países en vías de desarrollo, estableciendo estándares fairtrade y creando un marco que permita un comercio en condiciones favorables para ellos.

Los productos con el Sello de Comercio Justo garantizan que se mejorará la situación de los productores en los países en vías de desarrollo. Al fin y al cabo, el impacto del Comercio Justo depende siempre de la buena voluntad y de la lealtad del consumidor.

Se estima que el mercado de comercio justo aumenta a razón de un 20% anual.

Existen alrededor de 50 organizaciones Fair trade en el mundo que están agrupadas bajo FLO (Fair trade Labelling Organization/Organización Certificadora de Comercio Justo) cuyo mecanismo de compensación consiste en establecer una franja de precio mínimo (US\$/TM 1600) y en el caso de que el precio de Bolsa superara este nivel, el precio de comercio justo es el precio de bolsa más un premio de US\$/TM150 y si además es orgánico el plus es de US\$/TM 200.



El precio superior de venta del producto de Comercio Justo contribuye al desarrollo de las organizaciones de productores. La certificación contribuye al fortalecimiento de las organizaciones certificadas, a facilitar el acceso de éstas a los mercados internacionales y a apoyar el comercio sostenible. La historia de Comercio Justo empieza en los cincuenta, con las actividades de Oxfam, GEPA, Eza Welt e Intermon. Ellos compran los productos directamente a los productores y suprimen a los intermediarios.

Cuadro 10. Principales importadores de Comercio Justo

| Importador     | País       | Movimiento (Euros/ año) |
|----------------|------------|-------------------------|
| GEPA           | Alemania   | 29,800,00.00            |
| FT Organisatle | Holanda    | 15,900,00.00            |
| Traidcraft     | Inglaterra | 12,400,00.00            |
| Oxfam FT       | Inglaterra | 10,700,00.00            |

Fuente: FLO

El Comercio Justo diferencia a cuatro tipos de participantes:

- Organizaciones de productores.
- Organizaciones de importación.
- Worldshops, comercio especializado en los productos de Comercio Justo.

- Organizaciones internacionales responsables de la definición y certificación de los estándares del Comercio Justo. Los cuatro grandes (big four) importadores de Comercio Justo que dominan los

mercados tienen en Europa un movimiento de € 68,8 millones por año y satisfacen la demanda de más de 2 700 Worldshops y más de 43 000 supermercados de Europa. (Radi, 2005).

## 10.2 COMERCIO ORGANICO



El aumento del consumo ético anima a los fabricantes de alimentos a considerar más las implicaciones de sellos ético-eco, Fairtrade, Rainforest Alliance, etc. Una de las más exitosas es la certificación orgánica, con la certificación de productos agrícolas en Europa y EE.UU.

Hasta ahora más de 90% de los importadores de productos orgánicos están en Europa.

En el caso del cacao y sus derivados, el mercado en Europa en 2003, registró solamente el 0,8%, que es muy similar al café con 0,6% o la miel con el 1%, lo que explica también las limitaciones de estos mercados. Para los consumidores, una manzana o una papa con certificación tienen más valor que una taza de café o una barra de chocolate. No hay

posibilidad de hacer una comparación general y debemos entender la prioridad de los consumidores, que ponen más sus ojos en los productos de uso diario. El chocolate y el cacao no son parte de la alimentación diaria.

Hay un aumento de consumo de chocolates orgánicos, pero en relación con otros productos no es un mercado muy común. En 2003, el volumen mundial de cacao orgánico fue de aproximadamente 14 000 t (0,4% de la producción mundial), que se produjeron en 12 países como República Dominicana, Madagascar, Tanzania, Bolivia, Perú y Ecuador, entre otros. Solamente la organización Conacado, de República Dominicana, está produciendo 50% del volumen orgánico en el mundo. La World Cocoa Foundation ha definido un aumento de la producción anual de 10% a 15%.

La International Cocoa Organization - ICCO, no dispone de datos oficiales sobre el porcentaje de cacao orgánico producido sin embargo se calcula en alrededor de 10.000 TM certificadas, aunque la mayoría de los 2.800.000 de TM producidas anualmente en el mundo cumplen con los requisitos de cacao orgánico ya que los pequeños productores no utilizan productos químicos por falta de ingresos para cubrir estos insumos. El mercado de cacao orgánico es muy pequeño donde pocos compradores se concentran en pocos vendedores; representando ahora menos del 1% del mercado europeo. EE.UU. es todavía un mercado muy pequeño utilizando unas 200 TM/año por pocos y pequeños fabricantes de chocolates especiales. (Radi, 2005)

### 10.3. CACAO FINO DE AROMA



Se define como cacao fino de aroma al cacao con calidad física y organoléptica superior al cacao básico, depende de varios factores, los más importantes son: La variedad genética, el ambiente donde está el árbol, la sanidad de la mazorca, la fermentación adecuada, el secado apropiado y la clasificación de las almendras, análisis químicos, moleculares y morfológicos que determinan la diferencia entre el cacao básico y el cacao fino de aroma.

#### 10.3.1. Demanda del cacao fino de aroma por la industria del Chocolate

La producción de granos de calidad superior que exige el mercado los fabricantes de chocolate por los hábitos de consumo de estos mercados maduros ha experimentado.

Recientemente grandes cambios, a raíz del cada vez mayor atractivo que presenta el chocolate de primera categoría, como el chocolate ecológico, de comercio justo, de origen orgánico, bajo en azúcar y negro o de alto contenido de cacao.

En la elaboración de chocolates, se ha ido introduciendo un mayor contenido de cacao, debido a las exigencias del consumidor.

En las estadísticas publicadas por ACNielsen (corporación dedicada a la investigación información y análisis de mercados) destacaba un aumento en las ventas de chocolate negro en Estados Unidos a una media del 9% anual entre 2001 y 2005, mientras que las ventas de chocolate negro de alto contenido de cacao se habían

incrementado en un 24% durante el mismo periodo. Actualmente, se estima que el mercado mundial del chocolate negro representa entre el 5 y el 10% del mercado total de tabletas de chocolate (que completarían las tabletas de chocolate con leche, chocolate blanco y chocolate relleno), con una cuota mayor en Europa Continental que en Estados Unidos y el Reino Unido.

La aparición de una mayor demanda de chocolates de primera categoría ha tenido un impacto importante en la demanda de cacao en grano tanto en calidad como en cantidad.

Mientras que la industria chocolatera ha respondido a esta evolución tomando la iniciativa, se ha destacado la necesidad de que los productores de cacao cuenten con mayor información sobre este tema, y cambio de la tendencia en la producción de cacao fino de aroma.

#### 10.3.2. Producción mundial de cacao fino de aroma

La producción mundial de cacao fino de aroma representa el 4,62% del total, la que para el año 2005 alcanzó una cifra de alrededor de 153.000 toneladas. Del total de la producción mundial del cacao fino, Ecuador produce el 60%, convirtiéndose en el primer productor de cacao fino de aroma a nivel mundial; según (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR. 2011)

#### 10.3.3. Industrias que demandan cacao fino de aroma

Existen varias industrias chocolateras interesadas en comprar cacao fino de aroma, para la elaboración de chocolates de mayor calidad diferenciados por su sabor y olor los que son comercializados a un segmento de clientes mas exigentes en calidad sobre todo a un mayor precio dentro de estas empresas interesadas en la compra de cacao fino de aroma:

- Chocolates Halba de Suiza.

- Domoni de Italia, su producto principal es el chocolate oscuro, se vende en barras pequeñas con un contenido de cacao de 70%, también cuentan con barras 100% cacao los clientes aprecian el refinado sabor y aroma del chocolate. Uno de los mayores incentivos para promover la producción de cacao fino de aroma es la diferencia en precio tanto para el productor como las fabricas que afirman que se puede llegar a vender una barra de chocolate gourmet a un precio de \$8.00.
- Valrhona de Francia: esta empresa se dedica a la elaboración de chocolate de la mejor calidad,

respetando el aroma original del chocolate riguroso y meticuloso proceso de selección del mejor cacao de distintas regiones del mundo y a su secado al sol región.

- Scharffen-Berger de EU: empresa reconocida por la calidad en el proceso de fabricación de las distintas líneas de chocolate, el cacao en almendra se separa por lotes dependiendo de la región de origen y es transformado en pequeños lotes.

## **11. CARACTERIZACION DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO.**

### **11.1. EL PAPEL DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS EN LA COMPETITIVIDAD REGIONAL. VISION COMPARTIDA.**

*¿Qué es lo que encausa la energía de miles de personas, creando una identidad común entre gentes muy diversas? ¿Cómo se puede alentar en las personas un compromiso con el largo plazo? Una visión compartida.*

*“Una visión compartida no es una idea (...) Es una fuerza en el corazón de la gente, una fuerza de impresionante poder. Puede estar inspirada por una idea, pero si es tan convincente como para lograr el respaldo de más de una persona, cesa de ser una abstracción. Es palpable. La gente comienza a verla como si existiera. Pocas fuerzas humanas son tan poderosas como una visión compartida”*

*(Peter Senge, La Quinta Disciplina).*

#### **11.1.1. Marco Conceptual de cadenas productivas.**

La conformación y gestión de las cadenas productivas es una estrategia que permite promover la competitividad y productividad económica de una Región y así crear condiciones para desarrollar ventajas competitivas en el mercado interno y externo. La Región es un sistema abierto, y las cadenas productivas se

constituyen en elemento clave de ese sistema en tanto que es factor decisivo para su integración del mercado interno y externo. Por esta razón, conviene precisar los factores que explican su importancia en la economía de un país.

Una cadena productiva se conforma por una red de actores que se interrelacionan a raíz del desarrollo, transformación y comercialización de un producto. La cadena productiva puede definirse como “un conjunto estructurado de procesos de producción que tiene en común un mismo mercado y en el que las características tecnoproductivas de cada eslabón afectan la eficiencia y productividad de la producción en su conjunto”. Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, los cuales comprenden conjuntos de actores con funciones específicas dentro del proceso productivo.

Concretamente, Porter planteó el concepto de “cadena de valor” para describir el conjunto de actividades que se llevan a cabo al competir en un sector y que se pueden agrupar en dos categorías: en primer lugar están aquellas relacionadas con la producción, comercialización, entrega y servicio de posventa; en segundo lugar se ubicarían las actividades que proporcionan recursos humanos y tecnológicos, insumos e infraestructura. Sin embargo, tal autor señala que la cadena de valor a nivel de la firma hace parte de un sistema que él denomina “sistema de valor”. (Isaza, 2012).



## 11.2. LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO.

### 11.2.1. Marco de Referencia Institucional.

A partir del año 2009, el Gobierno de El Salvador ejecuta el Plan Quinquenal del Gobierno 2009 - 2014 promovido por la Presidencia de la República que tiene como visión la transformación económica de El Salvador, el aumento de la productividad, el fortalecimiento del mercado interno y del sector exportador diversificado.

En el marco del Plan Quinquenal, el Gobierno de El Salvador a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) inició en el año 2010, un plan de atención integral eficiente y diferenciado para la reactivación del sector agropecuario nacional. Esta apuesta denominada Plan de Agricultura Familiar (PAF), está dirigida principalmente hacia grupos de población vulnerables en territorios rurales priorizados. Esta es una estrategia de desarrollo económico con un enfoque de intervención intersectorial, en la que las instituciones del Gobierno relacionadas con el agro, la economía y el desarrollo social, tienen una participación clave y articulada.

El PAF atiende las dos categorías de la agricultura familiar en El Salvador, i) la agricultura familiar de subsistencia y ii) la agricultura familiar comercial. Por un lado, incrementando la disponibilidad de alimentos e ingreso de las familias que desarrollan la agricultura de subsistencia, mientras logran desarrollar capacidades para su inserción exitosa en la agricultura familiar comercial. Por otra parte, incrementando la capacidad productiva y el acceso a más y mejores mercados del segmento de Agricultura Familiar Comercial, para incrementar su competitividad y lograr ingresos que permitan un desarrollo sostenible de la economía de los territorios.

La visión integral del PAF y la atención diferenciada que promueve a los productores según sus características productivas, está claramente reflejada en cada uno de los cuatro programas que lo conforman, a saber; i) Programa de

Abastecimiento Nacional para la Seguridad Alimentaria y Nutricional (contribuirá a la seguridad alimentaria y nutricional de las familias rurales y urbanas en condiciones de subsistencia y vulnerabilidad); ii) Programa de Agricultura Familiar – Cadenas Productivas (incrementará el nivel de ingresos netos de las familias rurales que componen la Agricultura Familiar Comercial, a través del mejoramiento de la competitividad de sus negocios y el desarrollo de cadenas de valor agro productivo; iii) Programa para la Innovación Agropecuaria (proveerá el conocimiento necesario que demanden todos los actores de las cadenas de valor agropecuarias, para aumentar y sostener su competitividad en el mercado) y iv) Programa de Enlace con la Industria y el Comercio (establecerá los mecanismos de coordinación e incentivos con las empresas del sector privado, para fomentar los negocios entre la gran empresa y las pequeñas y medianas asociaciones de agricultores familiares).

En este contexto y a siete meses de haber iniciado la ejecución del Programa de Agricultura Familiar-Cadenas Productivas en los territorios, el Gobierno de El Salvador plantea la necesidad de promover la formulación de políticas públicas transparentes y sostenibles que contribuyan en el corto, mediano y largo plazo a elevar la competitividad de las principales cadenas productivas del sector agropecuario.

Para incentivar al desarrollo competitivo de las cadenas productivas, se toma en cuenta el marco de referencia, las principales limitantes, aumentando así las fortalezas y aprovechando las oportunidades identificadas para el desarrollo de las agrocadenas. A partir de estos insumos se proponen los siguientes lineamientos estratégicos: i) Fortalecimiento de la Coordinación Inter institucional y Diálogo Público-Privado, ii) Innovación Tecnológica, iii) Aumento de la Calidad y Sanidad, iv) Acceso a Mercados y Promoción de la Asociatividad y v) Financiamiento.

### **11.3. GENERALIDADES DE LA CADENA DE VALOR DE CACAO EN EL SALVADOR.**

La cadena de producción del cacao se suele dividir en 3 eslabones de acuerdo a cada etapa del proceso. De esta forma, los eslabones identificados dentro de la cadena productiva de cacao en El Salvador son:

1. Productivo
2. Transformación o industrialización
3. Comercialización.

El eslabón primario hace referencia a la siembra, cosecha y post cosecha de cacao. A este pertenecen todos los agricultores o dueños de las tierras y los productores de insumos necesarios para la producción del cacao.

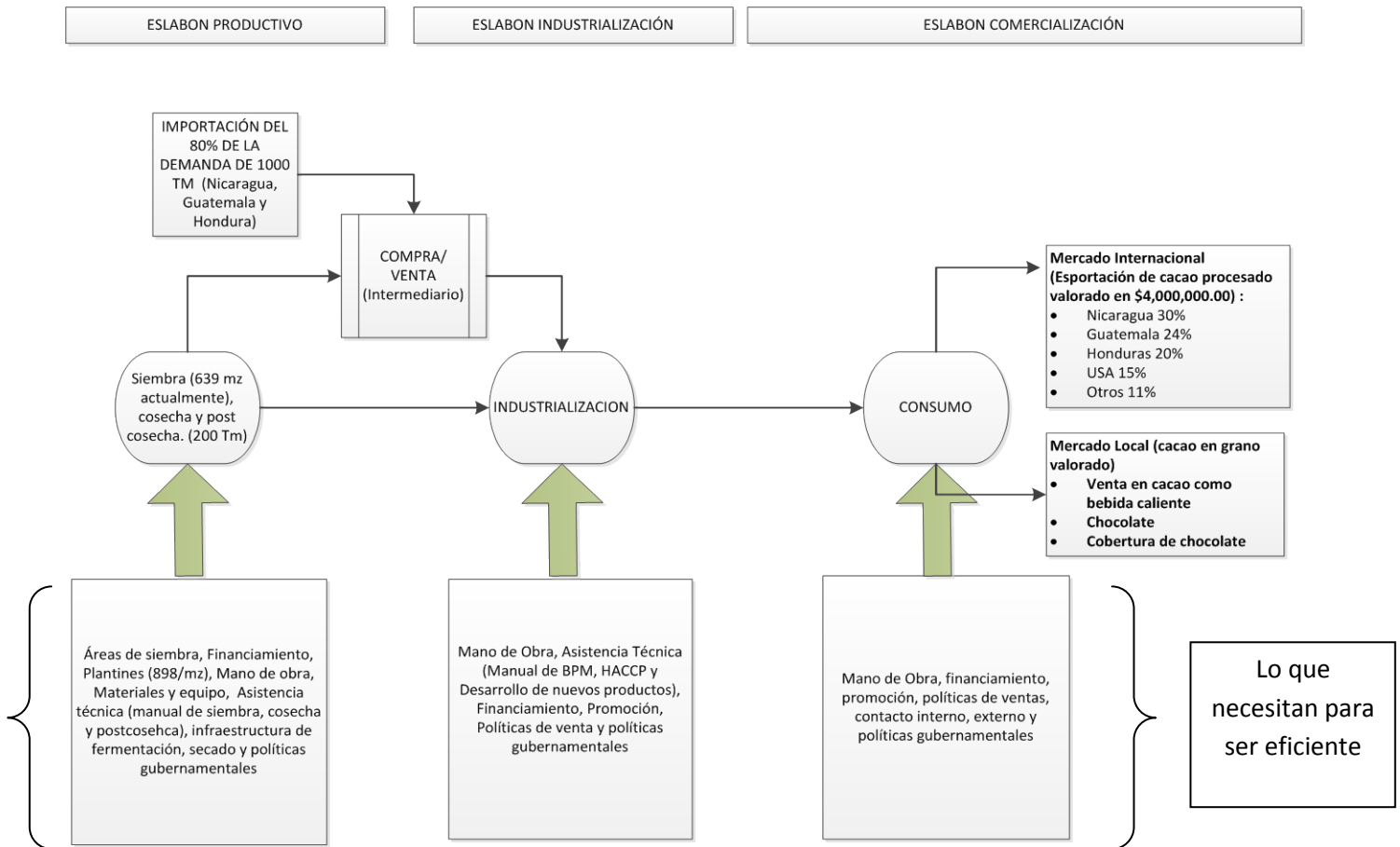
El eslabón de transformación y/o industrialización, es el núcleo dinámico de la cadena, altamente concentrado en pocas unidades de producción. Comprende el procesamiento del grano para producir licor, pasta, manteca de cacao, polvo de cacao, chocolates y confites que contengan chocolate. A este eslabón pertenecen las industrias procesadoras de cacao y productoras de chocolates, que en el Salvador están concentradas

en 4 empresas importantes que lo procesan y exportan, las cuales son: Chocolatera Shaws, Chocolatera Melher, PROINCA y FACEMA. Dichas compañías poseen acceso a los mercados nacionales e internacionales del cacao y de los chocolates. Exportan aproximadamente US \$4 millones de dólares en productos transformados o derivados de cacao. Según (FOMILENIO, 2009)

El eslabón comercialización abarca el mercadeo tanto a nivel interno como externo. En los mercados locales y regionales del país, acusa deficiencias debido a los métodos de transacción y de comercialización realizados por los intermediarios, y a la incipiente producción de los pequeños productores. En el otro extremo de la cadena, la comercialización la realizan empresas privadas y con acceso a mercados de exportación, siendo la confitería el principal rubro con el 80 % del total exportado.

Adicionalmente, cabe destacar que en forma transversal a la cadena se encuentran los proveedores de servicios técnicos, empresariales y financieros, los cuales apoyan en forma general el proceso.

**Diagrama No.1. La cadena de Valor de cacao en El Salvador.**



En síntesis, del balance realizado se desprende que los principales problemas que deberán asumir los actores de la cadena de cacao para alcanzar una posición competitiva en los mercados y un escenario de concertación, se sustenta en la cooperación mutua entre ellos y relanzar el crecimiento de nuevas áreas, a una escala económicamente sostenible para autoabastecimiento y excedentes exportables en el tiempo, utilizando tecnología moderna que permita reconstruir la cadena de valor del cacao en El salvador.

En este sentido, el análisis de los eslabones y/o actores de la cadena permitirá identificar los factores críticos o cuellos de botella que impiden que la misma tenga un mejor desempeño, ya que se podrán hacer reflexiones en cuanto al proceso productivo, a las entradas y salidas en cada eslabón, a las alianzas y/o interacciones, entre otros aspectos.

Por otro lado, la competitividad está definida como el grado en que un país es capaz de producir, bajo

condiciones de libre mercado, bienes y servicios acorde a las necesidades de los mercados internacionales, manteniendo o incrementando, paralelamente, los ingresos reales de la población en el largo plazo (OCDE, 1992). En forma similar el BID (2001) establece que la competitividad tiene que ver con la creación de las condiciones necesarias para el desarrollo empresarial y el aumento sostenible de la productividad y del ingreso *per capita*.

De esta forma, un acuerdo de competitividad expresa la voluntad de los agentes económicos de una cadena productiva y de las entidades públicas relacionadas con ella, para fijar metas comunes y adquirir compromisos de largo plazo. Se entiende por expresión de la voluntad del sector público y privado el emprender programas y proyectos en la perspectiva de hacer competitiva la cadena respectiva. Dichos acuerdos pueden servir de rectores de la política sectorial para la cadena de valor de cacao.

#### 11.4. ESTRUCTURA Y ESLABONES DE LA CADENA PRODUCTIVA DE CACAO EN EL SALVADOR.

En la cadena productiva de cacao se identificaron cuatro eslabones principales, los cuales son:

1. Eslabón productivo
2. Eslabón Transformación
3. Eslabón Comercialización

#### 11.4.1. SOPORTE DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO.

En el soporte de la cadena de valor de cacao se encuentran los actores que dan sostenimiento a cada eslabón de la cadena, dentro de estos actores se encuentran los proveedores de insumos agrícolas, de herramientas y equipo, de asistencia técnica y capacitación, entidades financieras, instituciones educativas y gobierno como ente regulador y articulador.

Diagrama 2. Agentes de soporte involucrados de la cadena de valor de cacao



En el diagrama N°2 se encuentran los siguientes actores:

#### Asesoría Técnica

La asesoría técnica es impartida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), a través del Plan de Agricultura Familiar (PAF) referente a la producción de cacao a través de las escuelas de campo, también es importante mencionar que las instituciones regionales como FHIA y CATIE brindan asistencia técnica especializada en la

producción de cacao. El CENTA a través del laboratorio de alimento y FUSADES brindan apoyo en el área de procesamiento de alimento en temas de microbiología, análisis físico-químicos y organolépticos. COEXPORT ofrece asesoría referente a la exportación de productos. Cabe mencionar que es posible utilizar la asesoría de otros países de sur América que producen cacao, tal es el caso de Colombia a través de la Federación Nacional de Cacaoteros (FEDECACAO), Perú

con la Asociación Peruana de Productores de Cacao (APPCACAO) entre otros.

### **Material Genético**

Este es uno de los principales factores para obtener cacao fino de calidad, por años El Salvador cuenta con una historia en producción de cacao y que por diferentes razones se dejó de producir; este material genético que existe en el país tiene un potencial grande para desarrollarlo como cacao fino de aroma, pero se necesita investigación.

Los países de la región que cuentan con investigación y desarrollo en la parte genética de materiales es Honduras a través de la FHIA y Costa Rica con el CATIE, los cuales son los principales proveedores de material genético en la región. ESCACAO es la organización que cuenta con un banco de germoplasma con material genético de FHIA, CATIE y criollo; actualmente cuenta con viveros para ofrecer material genético en El Salvador. La Hacienda la carrera es el productor más grande de El Salvador con un área de siembra alrededor de 200 mz, estos a su vez cuentan con material genético, pero no hay un vivero para la explotación comercial.

### **Insumos Agrícolas**

Los insumos agrícolas están distribuidos en El Salvador principalmente por: Grupo Fertica que ofrece asesoría técnica por la compra de fertilizantes y tiene una planta de abastecimiento en Acajutla, Sonsonate y tiene presencia comercial en Centro América; su principal productos son los fertilizantes químicos. Por otro lado Disagro es una empresa que ofrece fertilizantes con mezclas físicas, agroquímicos y asesoría técnica a nivel nacional, además tiene sus bodegas en los principales puertos marítimos de El Salvador (Cutuco en La Unión y Acajutla en Sonsonate), Itsmofert es una empresa que ofrece fertilizantes en la región y tiene 3 años de estar en el mercado salvadoreño de

los fertilizante, su planta se encuentra ubicada en Guatemala.

### **Financiamiento**

Este es uno de los principales limitantes con los que cuenta los productores de cacao en El Salvador, ya que en la actualidad no se cuenta con líneas específicas de créditos para los productores que quieren ingresar en este rubro. Pero cabe recalcar que de la misma forma como se abrió una línea de crédito para café y otros productos, se puede hacer lo mismo para el cacao a través del Banco de Fomento Agropecuario. Los principales involucrados en este tipo de servicios se encuentra BANDESAL que es una institución financiera que busca impulsar el desarrollo sostenible y competitivo de la economía salvadoreña, a través del apoyo financiero a proyectos productivos de mediano y largo plazo de los diferentes sectores productivos y actividades económicas prioritarias, con impacto en la generación de empleo, el aumento del ingreso de la población y la formación de capital, Banco de Fomento Agropecuario es la institución que brinda crédito especialmente a la agricultura y otras entidades del sistema financieros que ofrecen créditos a las personas naturales o jurídicas que cumplan con los requisitos de créditos.

### **Políticas Gubernamentales**

Son las que regulan el lineamiento en cuanto a técnicas productivas y a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) con el Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA). Por el momento no están establecidas las normativas de producción de cacao, de post cosecha y control de calidad del mismo; por lo que es importante mencionar que se tiene de ejemplo a países como Colombia, Perú entre otros que con la creación de organizaciones que están enfocados en el rubro del cacao, se puede establecer las

normativas técnica para un desarrollo integrado del cacao fino de aroma.

### **Investigación e Información**

Existen entidades regionales como el FHIA y CATIE que han realizado investigación en este rubro y están proveyendo de información sobre la tecnología del manejo del cultivo del cacao en la región además de contar con material genético con potenciales finos de aroma que se pueden utilizar en El Salvador después de un proceso de validación. El PAF es el programa por el cual se están obteniendo recursos para impulsar esta transferencia tecnológica, aunque se ha identificado que se necesitan invertir más recursos para la investigación de los materiales genéticos con los que cuenta El Salvador. Cabe mencionar que universidades como la Dr. José Matías Delgado ha tomado la iniciativa de realizar los primeros pasos sobre la caracterización del cacao en el país; esto es un reflejo de las iniciativas privadas por aportar al impulso del cacao en El Salvador.

### **Transporte local público y Privado**

El Salvador cuenta con alrededor de 10,029 km de carreteras distribuidas a lo largo de su territorio, las cuales forman parte la Carretera Inter-Americana y la Carretera Litoral.

Aproximadamente 1,986 km son vías pavimentadas y 8,043 km son vías sin pavimenta<sup>1</sup>) Esto es un reflejo de que El Salvador cuenta con infraestructura vial en buenas condiciones que permitirá el desarrollo integral del cultivo de cacao a nivel nacional.

### **11.4.2. ESLABÓN PRODUCTIVO**

Hace referencia a todas las actividades productivas que se llevan a cabo desde la siembra, cosecha, fermentado y secado del cacao hasta lograr obtener el grano con un nivel de humedad del 7% y listo para entrar al eslabón Comercialización Post Cosecha.

Los actores que involucrados son: los agricultores, dueños de tierra, viveristas, proveedores de insumos, mano de obra local, capacidad técnica instalada y entidades que dan soporte en asistencia técnica y capacitación como el IICA y el FHIA, además se encuentran las entidades financieras que dan respaldo económico para realizar las actividades propias de la producción. En este eslabón, el gobierno tiene que jugar un papel de facilitador, articulador y promotor del cultivo. En el cuadro N°11 se detallan las características del eslabón productivo.

---

<sup>1</sup> Manual de oportunidades "Demanda de Cacao amigable con la biodiversidad en América Central" Banco Interamericano de Integración Económica (BCIE)

**Cuadro N°11. Principales características de los actores que participan en el eslabón productivo de la cadena de cacao en El Salvador**

**Productores**

- Solo el 4% de los agricultores en línea base del IICA cuentan con producción de cacao y un promedio de 7 qq / mz
- La mayoría de los productores de cacao son pequeños productores con menos de 2 mz disponibles para producir cacao
- El mayor productor de cacao a nivel nacional es la hacienda la carrera con 250 mz cultivadas y una producción promedio de 7 quintales de cacao por mz
- ESCACAO es la cooperativa con mayor relevancia por tener un banco con mayor variedad genética
- Se estima que un 70% de productores no están organizados y la falta de esto no permite aplicar economías a escala
- El manejo del cultivo se hace principalmente con tecnología tradicional
- La asistencia técnica, es muy demandada por el poco conocimiento del manejo del cultivo por parte de los productores
- El 90% de los cultivos que existente en este momento son criollos con mezcla de trinitarios con poca producción, por lo tanto es importante a incentivar a los productores a sembrar cacao fino de aroma, pero antes debe existir una validación del material.
- En su mayoría, los productores no manejan costos de producción y no tienen conocimiento de estándares a cumplir.
- Asimismo los productores tampoco tienen acceso a información sobre precios.
- La mayoría de productores no tiene acceso a crédito adecuado para el manejo de su unidad productiva.
- Presentan serias deficiencias en los procesos de postcosecha del cacao con inadecuadas prácticas de secado y fermentación, que influyen en la calidad del grano
- Existe un desconocimiento del material genético utilizado y la compatibilidad del mismo

**Proveedores de servicios técnico**

- Los servicios técnicos de capacitación es impartido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería a través del Plan de Agricultura Familiar (PAF) a través de la metodología de Escuelas de Campo, lo cual no es suficiente para cubrir la demanda.
- El nivel de investigación a nivel nacional es muy mínimo y es realizado por universidades como la Universidad Matias Delgado; sin embargo existe entidades en la región centroamericana como el FHIA y CATIE, que proveen investigación.
- El acceso a material genético de calidad con un certificado que avale la calidad del material a utilizar, por el momento solo se puede adquirir en el FHIA y CATIE, aunque existe banco de germoplasma en El Salvador en la cooperativa ESCACAO.

**Proveedores de insumos y financiamiento**

- ESCACAO es uno de los proveedores de material genético y FHIA es uno de los proveedores de la región Centroamericana
- Por el momento no existe una línea de crédito en el BFA asignado para el cacao, esto lleva a los productores a buscar otras fuentes de financiamientos con tasas de interés altas
- La falta de organización, genera una debilidad para conseguir insumos más económicos y aprovechar la economías a escalas

Fuente: Línea base del IICA de la cadena de valor de cacao 2012

El censo agropecuario 2007 – 2008 encontró 42 explotaciones de cacao en el país, 15 de ellas en Usulután. La superficie total nacional fue de 639 mz, pero de estas 619 estaban en Usulután, incluyendo la Hacienda La Carrera que cuenta con material genético híbrido segregante en mezcla de los tipos forastero, trinitario y criollo antiguo con dominancia de éstos últimos, con una edad de 30 a 40 años en su mayor parte, bajo sistema de bosque natural, que ha sido abandonada y plagada por “moniliasis del cacao”, “pudrición parda”, ardillas y aves diversas que consume los frutos en abandono y que actualmente está siendo rehabilitada, y el resto se encuentra distribuido en Nahuilingo y Sonsonate. La producción nacional para ese año fue 264.7 TM (5825 qq), con un rango promedio de rendimiento de 7 a 9 qq/ mz. Cabe mencionar que estos productores por muchos años han tenido estas fincas en abandono y sin mucha importancia, lo que le

ha generado tener un nivel tecnológico deficiente en el manejo agronómico, cosecha y post cosecha. Por tal razón es importante el involucramiento del gobierno para establecer las normativas de producción, manejo y calidad del cacao, con la finalidad de estandarizar procesos que lleve a la consecución del cacao fino de aroma.

A nivel nacional el 10% de los agricultores trabajan con financiamiento o créditos, provenientes de la banca privada (31%), Banco Estatal (22%), Cooperativa (10%) y Otros (37%) dentro de este último, en su mayoría son prestadores locales, financieras y ONG’s. Esto demuestra que el 90% de los agricultores no tienen acceso a créditos para mejorar y tecnificar sus fincas, por lo tanto para impulsar este cultivo a nivel nacional es importante abrir líneas financiamientos para poder aumentar el nivel competitivo de los productores.

**Diagrama No.3. Productores de cacao a nivel nacional**



El diagrama 3, presenta los principales integrantes del eslabón productivo de cacao en El Salvador, cabe mencionar que existe alrededor de 200 mz de cultivo de cacao en el país, según los registro proporcionado por el IICA:

1. **ESCACAO** es una cooperativa que está formada inicialmente por 24 socios, ellos establecen como meta principal suplir el mercado nacional y el mercado exterior con cacao fino de aroma, pero para esto se han establecido sembrar 1000 mz de cacao



en 7 años, además tienen de socios a los procesadores más grande de El Salvador (Melher y Shaw), cuenta con el banco de germoplasma de cacao más representativo de El Salvador y tienen alrededor del 15% de áreas sembrada de cacao en el país.

2. **La mesa agropecuaria de Izalco** es una asociación formada inicialmente por 15 productores de cacao de Sonsonate específicamente del municipio de Izalco y representan el 5% de área de siembra en El Salvador.

3. **La Hacienda la Carrera** es la finca más grande en El Salvador con el 40% del

#### 11.4.3. ESLABÓN DE TRANSFORMACIÓN O INDUSTRIALIZACIÓN.

En este eslabón se involucra la industria artesanal e industrial que procesan el cacao para darle valor agregado a partir del grano para obtener, licor de cacao, manteca de cacao y cacao en polvo, y el chocolate como producto terminado. El mercado que absorbe el cacao a nivel mundial es la industria chocolatera, por lo tanto se considera la más importante y complejo. En El Salvador, las empresas procesan el grano de cacao para elaborar chocolates o coberturas, ya sea como producto final o

cultivo de siembra del cacao. Esta hacienda ha realizado un convenio con el FHIA para obtener asesoría en el manejo del cultivo del cacao, además están proyectando sembrar 80 mz más de cacao fino de aroma.

4. **Los productores independientes** está formado por las personas naturales de diferentes parte de la región salvadoreña y representan el 40% de siembras de cacao en El Salvador según (MAG-Censo 2007-2008). Se determino que ellos tienen dispuesta 1.5 mz disponibles para nuevas siembras de cacao y son alrededor de 165 productores (IICA, 2012).

subproducto; por los altos niveles de industrialización se requieren grandes inversiones en maquinaria y equipo, el control lo tiene la empresa privada.

Los actores dentro del eslabón de industrialización se encuentran los procesadores (Industriales y Artesanales), mano de obra local, proveedores de equipo e insumos, entidades que aportan asistencia técnica como laboratorios de análisis de alimento y entidades reguladoras como el ministerio de salud. En el cuadro Nº10 se muestra las características de los actores que participan en este eslabón.

**Cuadro N°12. Principales características de los actores que participan en el eslabón transformación de la cadena de cacao en El Salvador**

|   |
|---|
| <p><b>Procesadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A la fecha el sector industrial está representado por: Shaws, Melher, Proinca y FACEMA. El sector artesanal está compuesto por pequeñas organizaciones (Chocolates el buen sabor, Chocolates el negrito) y artesanos individuales; estos en un 90% utilizan cacao importado de Nicaragua y un 10% cacao nacional. Cabe mencionar que existen importadores de cacao procesado y es vendido como chocolate, cocoa y cobertura. La empresas que están en este rubro son la distribuidora de alimentos granada, Nestle y PEBEX.</li> <li>•La mayoría de procesadores se abastecen de producto a través de los intermediarios que tienen el contacto directo con los productores, los quienes se encuentran en los mercados locales (Mercado Central y Mercado de la calle Gerardo Barrios)</li> <li>•Los principales productos elaborados son chocolate tipo tablilla para elaborar bebidas caliente, coberturas de chocolates y chocolates.</li> <li>•La relación directa entre el procesador y productor es casi nula, ya que se hace a través de intermediario. El procesador compra el grano de cacao solamente por el aspecto visual y sin tomar en cuenta la calidad del grano en los aspectos organolépticos, físicos y químicos.</li> </ul> |
| <p><b>Proveedores de servicios técnicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratorio de alimentos del CENTA y FUSADES, son los que están aportando servicios técnicos referentes a inocuidad alimentaria, análisis físicos y químicos de alimentos.</li> <li>•Por el momento no existe una normativa de calidad, pero se podría tomar como referencia las Normas Técnicas Peruanas (NTP)<sup>2</sup>, para en un futuro poder establecer las normativas de calidad salvadoreñas</li> </ul>   |
| <p><b>Proveedores de insumos y financiamiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•El 90% del cacao que proviene de la región Centroamericana es comercializado por intermediarios<sup>3</sup>.</li> <li>•Una de las dificultades que muestran los procesadores en especial los artesanos es la capacidad instalada para elaborara el chocolate para bebida caliente y los industriales encuentran problemas de abastecimiento de equipo especializado para procesar el cacao y obtener otros productos a base de licor de cacao.</li> <li>•La fuente de financiamiento se obtiene del sistema financiero local (Hipotecario, Citi Bank, HSBC, Banco Agrícola, Sistema Fedecredito, etc) siempre y cuando cumpla con las condiciones de la banca; esta fuente es más fácil para las empresas grandes.</li> </ul>   |

Fuente: 2 Normas Técnicas Peruana "Buenas Prácticas para la Cosecha y Beneficio del Cacao" y "Muestreo de Granos de Cacao"

3 Universidad Matías Delgado "Perspectiva de la agroindustria del cacao en El Salvador"

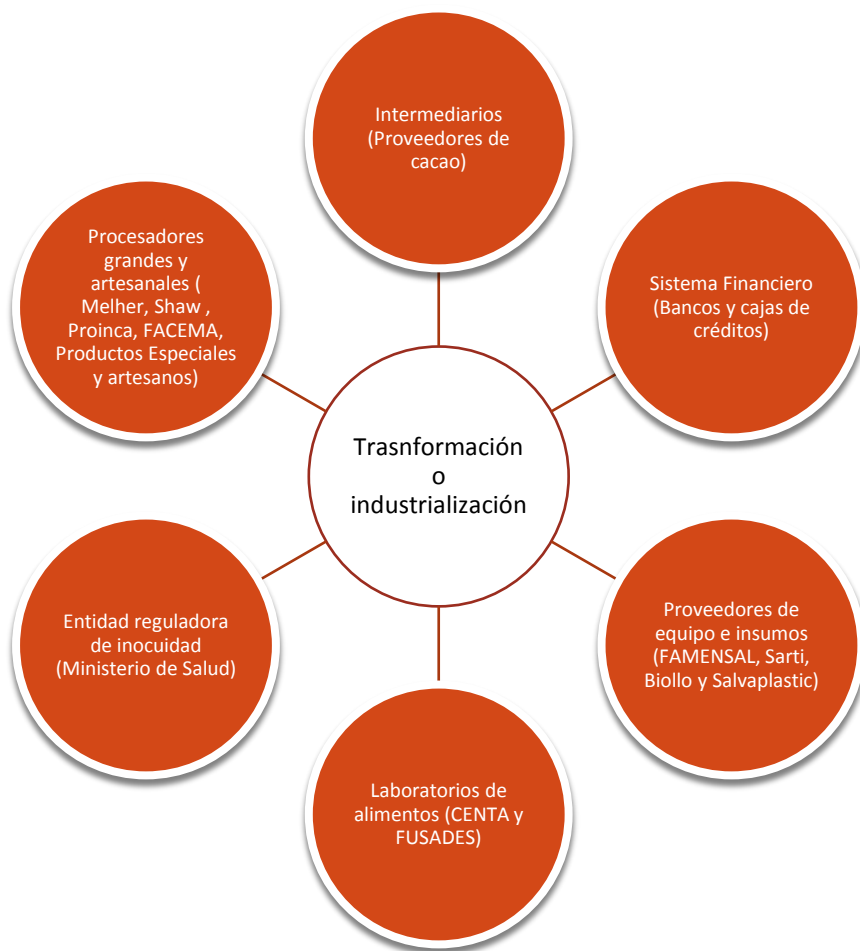
En la actualidad existe muy poca industria de procesamiento de cacao en el país y la mayor parte lo hace de forma artesanal. Generalmente, estos son pequeños empresarios que generan empleo para ellos y sus familias. El producto generado es

chocolate de taza para bebida caliente. En este proceso se incluye la selección del grano, descascarillado, la molienda y el tueste en horno de cocina o comal. En el salvador existe 4 importante que lo procesan y exportan (Shaws, Melher, Proinca y FACEMA). Es importante mencionar que

existe deficiencia en el aspecto de inocuidad alimentaria (BPM, POES y HACCP) en todos los pequeños procesadores de cacao poniendo en riesgo la seguridad alimentaria, por lo tanto debería de existir un registro formal para capacitar a pequeños procesadores y contrarrestar estas deficiencias; en el caso de los procesadores grandes el riesgo de seguridad alimentaria es menor, porque ellos tienen mejores controles de calidad en el procesamiento de alimentos. Dentro de la cultura de consumo

de cacao de los salvadoreños esta las bebidas caliente a base de cacao, la cual se prepara con una relación de 5 libras de azúcar por 1 libra de cacao (5:1), con esto se refleja que el consumo de esta bebida es alta en calorías y el mayor consumo es azúcar que de cacao, por tal razón es importante generar un programa de concientización del consumo cacao con más pureza para aprovechar los beneficios nutritivos propios del mismo.

**Diagrama No.4. Actores involucrados de transformación o industrialización**



En estos procesos se obtienen el licor de cacao que bien puede ser utilizado para

manteca de cacao, cocoa, chocolate o sub productos, los actores que surgen son:

1. **Los procesadores** son los que dan el valor agregado con el procesamiento del cacao y obtienen productos finales como chocolates, cocoa, manteca de cacao, coberturas, chocolates para bebidas calientes y subproductos para realizar otros productos. En el país existen empresas privadas como Melher, Shaw, FACEMA, y artesanos. Cabe mencionar que hay grandes cantidades de microempresas dedicadas al procesamiento artesanal de cacao que no se encuentran registradas.

2. **Proveedores de equipo** Estos proporcionan equipos como tostadores, molinos y empaques para las líneas de procesamiento de cacao. Las industrias grandes tienen la capacidad para importar equipo especializado, y con mucha dificultad se puede encontrar equipo y adaptarlos a las necesidades del procesamiento del cacao.

3. **La banca proporciona** los créditos en el momento que los procesadores lo soliciten y cumplan los requisitos. El acceso se facilita

#### 11.4.4. ESLABÓN DE COMERCIALIZACIÓN

En esta fase de comercialización se da el contacto entre los productores y los intermediarios y algunos procesadores. También se da la comercialización de los productos procesados.

Los intermediarios son los que tienen el control del mercado local, el contacto con la mayoría de productores nacionales e internacionales (productores de: Nicaragua, Honduras y Guatemala), empresas

para las grandes empresas no obstante los artesanos tienen que buscar medios para financiar sus negocios y ampliarlos.

4. **Laboratorios de alimentos** el ente público que proporciona servicios de análisis de alimento en El Salvador es el CENTA con su laboratorio de alimentos donde también brindan asesoría técnica en el procesamiento de alimentos y lo relacionado a inocuidad alimentaria. FUSADES es un laboratorio de Calidad Integral que brinda servicios de análisis de laboratorio desde 1993, en tres unidades analíticas: microbiología, fisicoquímico de alimentos y medio ambiente.

5. **El gobierno** a través del ministerio de salud, es el encargado de proporcionar los registros sanitarios para la manipulación de alimentos y la autorización de operatividad de cualquier empresa que desee ingresar a la industria de alimentos.

procesadoras nacionales y están formalmente legalizados para comercializar. Las microempresas que elaboran chocolate de forma artesanal y las empresas como Shaws, Melher, Productos Especiales, PROINCA y FACEMA son las generadoras de la demanda de 1000 TM de cacao en El Salvador por año. Los actores identificados en este eslabón son los intermediarios, procesadores industrias y artesanales, mano de obra local, proveedores de cacao, entidades que aportan asistencia técnica y gobierno como regulador y articulador. En el cuadro N°13 están las principales características de este eslabón.

**Cuadro N°13. Principales características de los actores que participan en el eslabón comercialización de la cadena de cacao en El Salvador**

|   |
|---|
| <p><b>Comercializadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En el sector artesanal, no se trabaja con contratos, sino por precios y disponibilidad. Por otro lado, hay que mencionar que hay grandes cantidades de microempresas dedicadas al procesamiento artesanal de cacao que no se encuentran registradas.</li> <li>• Entre las grandes empresas procesadoras se destacan SHAWS, MELHER, Productos Especiales, PROINCA, FACEMA, las cuales dependen de la importación del cacao y de sus derivados, ya que la producción nacional no satisface su demanda.</li> <li>• La demanda nacional de cacao es de 1000 TM anuales y de esta, El Salvador tiene la capacidad de abastecer el 20% de la demanda 1. Fuente: Manual de oportunidades "Demanda de Cacao amigable con la biodiversidad en América Central" Banco Interamericano de Integración Económica (BCIE)</li> <li>• Según CENTREX, 2007 Las exportaciones de cacao que realiza El Salvador se basa en productos semi elaborados dirigido a Nicaragua (29.9%), Guatemala(21.8), Honduras(16.3%), México (10%) y Estados Unidos (8.1%).</li> <li>• El principal canal de comercialización se da a través de intermediarios que compran la producción nacional e importan el cacao de los países de la región antes mencionadas. Estos comerciantes tienen su puesto de ventas en los mercados locales.</li> <li>• Según CENTREX en el 2004, las exportaciones fueron de 4.8 millones de dólares y finales del 2007 fue de 3.7 millones de dólares.</li> </ul> |
| <p><b>Proveedores de servicios técnicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• COEXPORT es la institución que brinda coaching para la exportación y CENTREX es la entidad ligada al Banco Central de Reserva que facilita el trámite de documentación para la exportación.</li> </ul>  |
| <p><b>Proveedores de insumos y financiamiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los principales proveedores del grano de cacao es Nicaragua (64%), Honduras (18%) y Guatemala (14%) juntos representan el 96% del grano que se comercializa en el mercado nacional1.</li> </ul>   |

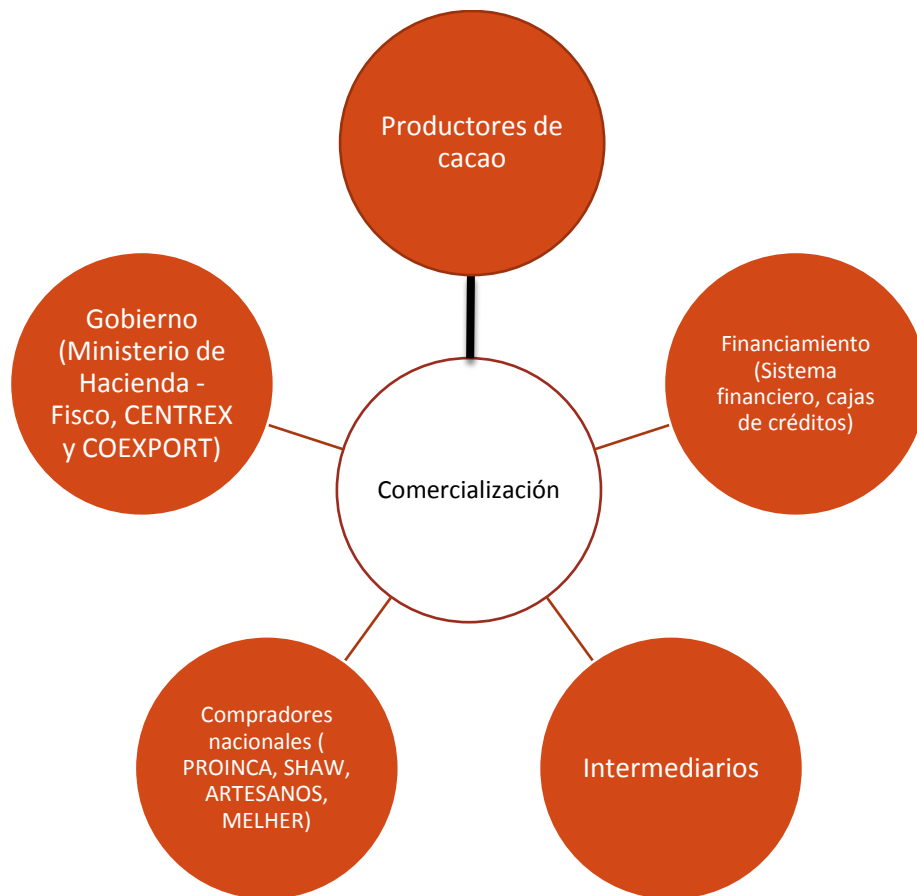
El Salvador por el momento no tiene la capacidad de suplir la demanda nacional de 1000 TM, por tal razón se ve en la obligación de importar el 80% de los países de la región (Nicaragua, Honduras y Guatemala), generando una comercialización en el eslabón productivo con el transformador (ver gráfica), de tal manera que el contacto lo tiene el intermediario en su mayoría con los productores y procesadores.

Cabe recalcar que El Salvador registra exportaciones con un valor económico de US\$ 4, 000,000.00 de cacao procesado con destino a Nicaragua (30%), Guatemala (24%), Honduras (20%), USA (15%) y otros destinos (11%), lo cual es un reflejo de la capacidad transformadora de El Salvador y debe de ser aprovechable y mejorada. En el mercado local se comercializa el cacao como taza para bebida caliente, chocolates y cobertura.

Para ser más eficiente en la comercialización, el gobierno como ente regulador y facilitador debería de proporcionar herramientas de comercio nacional e internacional a través de capacitaciones y acompañamiento estratégico hasta asegurar los mejores

precios que puedan existir en el mercado nacional e internacional. Además es importante la promoción de una cultura del cacao fino de aroma para que el consumidor poco a poco adopte la cultura de consumir un excelente cacao fino de aroma.

**Diagrama No. 5. Actores involucrados en el eslabón comercialización**



Los principales actores involucrados en la comercialización son:

1. **Los productores de cacao**, este es parte importante porque proporcionan el grano de cacao a comercializar; entre los productores se encuentran los agricultores nacionales y los internacionales especialmente de Guatemala, Nicaragua y Honduras. Cabe mencionar que los

productores nacionales solo tienen la capacidad de cubrir con el 20% de la demanda nacional de cacao y el 80% restante es importado de los países antes mencionados.

2. **El sistema financiero y la caja de créditos** son los que inyectan el recurso económico para generar dinero para la transacción, ya que pone a disposición dinero a crédito a todas las personas natural

y jurídica que lo solicite siempre y cuando este cumpla con los requisitos exigidos por el banco.

3. **Los intermediarios** son los que en la actualidad tienen la formalidad comercial para emitir factura a los compradores en el momento de realizar la transacción y a su vez cuenta con el contacto directo con los productores nacionales e internacionales.

4. **Los compradores nacionales**, son los principales clientes de la industria del cacao nacional e internacional y son los encargados de darle el valor agregado al grano de cacao aquí se encuentran los artesanos y los industriales quienes en conjunto generan una demanda de 1000 TM por año según el (BCIE, 2007).

5. **El gobierno**, a través del fisco, hace su involucramiento en la cadena de comercialización ya que este es el ente con la potestad de realizar la recaudación de impuesto en la cadena de cacao, por lo tanto el impacto de los impuestos con lleva a los compradores de cacao a exigir facturas que sirven de comprobante de recaudación de impuestos por parte del fisco.

Cabe mencionar que para acceder a este canal de comercialización no es necesario cumplir con estándares de calidad altos, simplemente el grano tiene que estar limpio, con un nivel de humedad alrededor de 7% y buena apariencia. La calidad del grano no es un factor determinante en este canal de comercialización.

## 12. INSTRUMENTOS PARA ELABORACION DE DIAGNOSTICO.

### 12.1. El taller “Análisis de competitividad de productores nacionales según el modelo de M. Porter”

#### 12.1.1. Metodología del taller

El Taller se organizó para desarrollarse en un lapso de 5 horas aproximadamente. La metodología para impartirlo fue a través de 4 mesas de trabajo o focus group integrados por 15 miembros aproximadamente. Cada mesa nombró un líder que los represento a la hora de concluir el trabajo, así como también hubo un moderador representante del IICA por mesa. Los focus group estuvieron identificados y divididos según el eslabón de la cadena de valor a la cual pertenecen discutiendo una serie de preguntas establecidas en una guía, las cuales deberán ser analizadas, dejando constancia por escrito, antes de pasar a exponer se utilizó la metodología “mundo café” para auto evaluar el trabajo de cada grupo y hacer conclusiones con la ayuda del diagrama de Ishikawa. El facilitador líder fue el encargado de guiar al grupo para lograr el objetivo del taller, y recopilar la información obtenida de las conclusiones en el diagrama de Ishikawa.

#### 12.1.2. Resultados

- **Análisis de la amenazas de nuevos competidores**

Los problemas que tienen los nuevos competidores para entrar al eslabón productivo se encuentra el financiamiento, el acceso a la tecnología del cacao, la organización y la comercialización. El gobierno actualmente está brindando asistencia técnica a través del Plan de

Agricultura Familiar (PAF) a todos los productores activos y potenciales, aunque se considera como insuficiente para atender a todos los interesados en este rubro.



**Figura 4. Fotografía de las Mesas de Trabajo, en el primer taller de análisis de la competitividad.**

#### Soluciones a los principales problemas

El focus Group identificó que los principales problemas y las posibles soluciones a cada uno de ellos:

##### El Financiamiento

1. Consideran que el gobierno debe de abrir una línea específica de crédito para el rubro del cacao con el acompañamiento técnico a la inversión en este cultivo.
2. Buscar fondos internacionales destinados al medio ambiente, por el aporte ecológico que hace el cacao al aumento de la frontera boscosa de El Salvador.

##### Asistencia Técnica

1. El gobierno debe de tener una política clara de desarrollo del cultivo del cacao, que sea capaz de generar dirección y visión de país con el fin de potenciar este rubro de una manera estratégica y acorde a la realidad nacional.

Se puede concluir que los agricultores con potencial e interés en invertir en este rubro tienen dificultad para invertir por la falta de capital y acompañamiento técnico. Esto implica que los lineamientos para incentivar a nuevos productores a ingresar al eslabón



productivo, tienen que estar enfocado en solventar el problema financiero y la asistencia técnica.

- **Poder de negociación de los clientes**

Con base al análisis de la información primaria generada por el focus group, se pudo identificar que los clientes (compradores de cacao) tienen la facultad de manejar los precios a su antojo, donde los productores acceden a esto por responsabilidades financieras que tienen con entidades bancarias, a esto se le suma la capacidad económica de los compradores para poder comprar cantidades mayores a las producidas. Hasta el momento los productores no sienten la amenaza de una integración hacia atrás por parte del cliente porque carecen de conocimiento para hacerlo.

### **Soluciones a los principales problemas**

Acceso a los mercados

1. Por falta de acceso al mercado, los intermediarios o clientes en este caso, son los que tienen el mayor poder negociación de los precios del cacao en el mercado nacional, por lo tanto para poder solventar esta problemática los productores piden la realización de mesas de negociación con los clientes directos, información de precios y asesoría para la exportación.
2. Organización de los productores para quitarle fuerza a los intermediarios

Financiamiento

1. Se estableció que por falta de financiamiento para las actividades productivas a través de una línea de créditos blandos, ágiles y condiciones de pagos adecuadas no se ha contribuido a fortalecer al productor económicamente sobre los clientes.
2. Además un excelente apoyo sería un fondo de garantía que evite las posibilidades hipotecarias del patrimonio de los productores.

Se puede concluir que los topeteros o intermediarios tienen el control de los precios del mercado nacional por la falta de conocimiento o información del productor sobre los clientes directos, a esto se le suma la inexistencia de una línea de crédito del rubro cacao acorde a la realidad de los productores, debilita la capacidad económica de ellos e indirectamente fortalecen a los intermediarios.

- **Amenazas de productos sustitutos**

Los productos sustitutos que evitan invertir en el rubro de cacao son el café, granos básicos, hortalizas, frutas y caña. Son sustitutos por que estos cultivos cuentan con líneas de créditos establecidas, conocimientos tecnológicos, comercialización y en el caso de los granos básicos garantizan la seguridad alimentaria. El aspecto cultural respecto al retorno del dinero a corto plazo contribuyen a no invertir en cacao, entonces el agricultor es práctico y prefiere invertir en granos básicos porque con esto puede alimentar a su familia en el corto plazo y el cacao por su ciclo fenológico no lo puede lograr como los hace el maíz y el frijol.

### **Soluciones a los principales problemas**

Financiamiento

1. Las líneas de crédito establecidas para los rubros de café, granos básicos, hortalizas, frutas y cañas están bien definidas en el Banco de Fomento Agropecuario (BFA), por lo tanto se le pide al gobierno gestionar esta fuente de financiamiento, ya sea con el BFA o la banca del desarrollo.
2. Los productores proponen un compromiso en el aporte de mano de obra para el desarrollo integral del cacao.

Bajo conocimiento tecnológico

1. Se demanda investigación de la base productiva de cacao por parte del gobierno y

la transferencia de la tecnología a través de capacitaciones.

2. El compromiso por parte de los productores, es la disposición a las convocatorias de programas de capacitaciones por parte de las entidades capacitadoras que ofrezca el gobierno.

Los productores para lograr enfocarse en la producción de cacao, primero tienen que cubrir el aspecto de seguridad alimentaria, un conocimiento adecuado de la tecnología que requiere el cultivo de cacao, líneas de financiamiento y una integración de cada eslabón de la cadena de valor del cacao. Con un plan de desarrollo claro para potenciar este cultivo, dará una reducción al riesgo de invertir en este rubro, por lo tanto la amenaza de invertir en otro rubro de la agricultura que no es el cacao es alto, porque estos cuentan con todo el know how que carece el cultivo del cacao.

Para ser competitivo se necesita producir de forma eficiente y ordenar la cadena de cacao para que exista una integración en cada eslabón de la cadena de valor del cacao. Por lo tanto

- **Rivalidad entre competidores**

Existe una rivalidad entre los productores, donde cada uno quiere tener el mayor protagonismo o posicionamiento de mercado, pero esto es natural en una libre competencia, quizá el principal problema que identifican los agricultores es el hecho de monopolizar los pocos conocimientos tecnológicos que existen en el país.

### **Soluciones a los principales problemas**

Mala calidad de procesamiento

1. En el focus group los panelistas identifican que existe una mala calidad de procesamiento del cacao producido al igual que malas prácticas agronómicas, por lo tanto le piden al gobierno una normativa que genere los estándares de calidad para lograr

desarrollar los potenciales genéticos de las variedades de cacao existentes.

2. Los competidores estarían dispuestos a comprometerse y seguir las normativas, siempre y cuando este acompañado por jornadas de capacitaciones.

Falta de organización

1. Para solucionar este problema los agricultores proponen que el gobierno tiene que identificar los grupos de productores por zonas

2. Dar seguimientos y legalizar los grupos identificados con el fin de organizarlos, para que puedan tener más fuerza y poder estandarizar los procesos productivos.

La falta de conocimiento sobre la tecnología de la cadena de valor del cacao genera que pequeños grupos puedan o quieran manipular la poca tecnología que existe en el país generando un recelo entre los mismos competidores. Es normal este tipo de actitud cuando un rubro como el cacao aporta mucho valor económico a un país; esta es la oportunidad para el gobierno de aportar normativas, organizar a los productores y generar lineamientos con visión país para que al final el mayor beneficiado con todo esto sea El Salvador.

- **Poder de negociación de los proveedores**

En la actualidad los productores para poder producir cacao demandan tierra, agua, semillas, asistencia técnica, financiamiento, recurso humano calificado y seguridad. Ellos consideran que los pocos proveedores de los productos y servicios antes mencionados, tienen mayor poder de negociación sobre los productores; por ejemplo existe poca oferta de material genético certificado y de servicios técnicos especializados a esto se le suma el alto costo para adquirir estos productos y servicios.

## Soluciones a los principales problemas

### Ayuda técnica en las fincas

1. La necesidad de la asistencia técnica en las fincas es de mucha importancia para los productores por el momento, ya que existe mucha deficiencia tanto en el manejo agronómico y post cosecha, esto hace que los proveedores de servicios técnicos puedan manejar a su antojo los precios de estos servicios, por lo tanto piden al gobierno capacitar al personal técnico que puedan brindar estos servicios a las fincas de los productores o contratar a entidades como FHIA, CATIE, etc. que ya tienen experiencia en este rubro.

### Centralización de información

2. Mayor acceso a la información, tanto técnica y de mercado. Hasta el momento no existe una entidad específica encargada de orientar y dar lineamientos de cómo producir, cosechar, post cosecha y así como donde vender.

En esta fuerza se ve con claridad la necesidad que tienen los productores tanto de la parte técnica y de mercado, entonces con el afán de buscar suplir sus necesidades se ven en la obligación de doblegar ante las negociaciones de los principales proveedores de estos servicios. Esto es una gran oportunidad para los entes de gobiernos para buscar hacer alianzas público privado que contribuyan al desarrollo de este cultivo en El Salvador.



**Figura 5. Fotografía de Productores de cacao concluyendo y armando el diagrama de Ishikawa**

### 12.1.3. *Análisis de Interacción de las 5 fuerzas de Michael Porter*

Con base en la información obtenida en las mesas de trabajo, se pudo identificar que los competidores existentes no tienen claro el rumbo del cacao y cada quien está haciendo su trabajo a su forma y como ellos creen que es lo mejor. La falta de organización, investigación, el conocimiento técnico de este rubro y la inexistencia de políticas claras, hace que los productores no tengan el suficiente poder por el momento para sacar ventaja sobre los compradores y sus mismos rivales.

Para potenciar una cadena de valor se necesita ser eficiente en costos de producción y esto se logra a través de las nuevas tecnologías en todos los eslabones de la cadena, además tiene que haber la disponibilidad financiera necesaria para los productores puedan seguir al pie de la letra las tecnologías que están aplicando, pero no solo basta con esto porque aquí es donde entran las normativas de gobierno que regule y de reconocimiento económico al que produce con mejor calidad.

En todo este análisis se pudo constatar que por falta de rumbo, mala organización, carencia de tecnología, falta de normativas y financiamiento, hacen que los productores

existentes en la cadena de valor, carezcan de fuerza en comparación de las 4 fuerzas restantes.

## **12.2. Taller 2: Caracterización de La Cadena de Valor del Cacao.**

### **12.2.1. Metodología del taller**

El Taller estuvo organizado para desarrollarse en un lapso de 5 horas aproximadamente. La metodología para impartirlo es a través de 4 mesas de trabajo integrados por 15 miembros aproximadamente con la metodología “Oferta – Demanda”. Cada mesa deberá nombrar un líder que los represente a la hora de concluir el trabajo, así como también deberá haber un moderador representante del IICA por mesa. Las mesas de trabajo deberán estar identificados y divididos según el eslabón de la cadena de valor a la cual pertenecen discutiendo que es lo que demandan a los otros eslabones, que es lo que ellos ofrecen e identificar su rol en la cadena de valor y que es lo que necesitan para ser eficientes, dejando constancia por escrito y hacer conclusiones. El facilitador líder será el encargado de guiar al grupo para lograr el objetivo del taller, y recopilara la información que se obtenga de las conclusiones.

**Figura 6. Fotografía de Productores de cacao exponiendo su rol, demandas y ofertas.**



### 12.2.2. Resultados

- **ESLABÓN PRODUCTIVO**

Rol: Producir un cacao fino de aroma utilizando variedades productivas y resistentes a plagas; acompañadas de la aplicación de tecnología adecuada al cultivo y que esto permita un crecimiento gradual en las áreas de siembra de El Salvador.

**Cuadro N° 14. Demanda y Oferta del eslabón productivo**

| Eslabón Productivo   |  |   |                                     |   |   |   |
|--|--|---|-------------------------------------|---|---|---|
| Necesidad para ser eficiente   | Demanda a Eslabón de comercialización  | Ofrece el Eslabón de comercialización   | Demanda a Eslabón de Transformación | Ofrece el Eslabón de Transformación                     | Demanda a soportes de la cadena   | Ofrece soportes de la cadena  |
| Acceso a información en lo que se refiere a precios, investigación, tecnología, uso de variedades criollas resistentes y productivas así como mejores técnicas de producción | Precios estándar tanto para pequeños y grandes productores, pago contra entrega y transparencia a la hora del pesado del grano, también que definan los estándares de calidad. | Cuentan con la capacidad para mantener un precio justo para los productores, ser transparente en el pesado de grano, los pago contra entrega se puede hacer previo a un estudio del caso y se puede definir los parámetros de calidad previo a normativas establecidas por gobierno | Precios Justos                      | Tienen la capacidad de pagar el grano a un precio justo | Técnicas de producción, investigación en tecnología, asistencia técnica y acceso a créditos | Ofrece acceso a créditos pero se necesita un apoyo por parte del gobierno para abrir la banca estatal como el Banco de Fomento Agropecuario |

En el cuadro 14, demuestra que los productores necesitan asistencia técnica con la finalidad de aplicara las mejores técnicas de producción de cacao, también se identifico un posicionamiento de utilizar como explotación el cacao criollo, lo cual es válido siempre y cuando exista un previa investigación de compatibilidad. Con los eslabones que más tiene relación son con el de transformación y comercialización (Ver grafica). También se identifico que existe una demanda clara de las entidades que dan soporte a la cadena.

- **ESLABÓN DE TRANSFORMACIÓN**

Rol: Dar valor agregado al cultivo de cacao, transformando la materia prima para elaborar productos finales, innovando y apoyar a la cadena productiva comprando la materia prima a los productores.

**Cuadro N°15. Oferta y Demanda del eslabón de transformación**

| Necesidad para ser eficiente   | Que demanda a Eslabón de Productivo | Que ofrece el Eslabón productivo  | Que demanda a Eslabón de comercialización   | Que ofrece el Eslabón de comercialización  | Que demanda a soportes de la cadena  | Que ofrecen soportes de la cadena   |
|--|-------------------------------------|---|---|--|--|---|
| Capacitación en proceso de cacao, BPM, POES, HACCP, equipamiento e innovación. | Grano de cacao de calidad (criollo) | Se puede dar un grano de calidad, siempre y cuando se tenga acceso a variedades de calidad, asesoría técnica y tecnología | Manipulación en almacenamiento del grano de cacao antes de la venta y la materia prima a tiempo | El eslabón de comercialización puede ofrecer la manipulación del alimento que le pidan, siempre y cuando exista un manual de procedimiento | Investigación en proceso, asistencia técnica desarrollo de nuevos productos, análisis de calidad (físico, químico y microbiológico), créditos para comprar equipos y trabajar una marca de país. | Este eslabón puede ofrecer investigación en proceso, desarrollo de nuevos productos a través del laboratorio de alimento del CENTA, siempre y cuando los procesadores estén organizados |

El cuadro 15, para ser eficiente necesitan capacitación en procesamiento del cacao, BPM, POES y HACCP, que por el momento no se está brindando este tipo de capacitaciones en especial a los pequeños procesadores o artesano. Este eslabón concentra su demanda en los productores ya que de la buena calidad del grano depende la calidad del producto terminado a base de cacao. Cabe recalcar que las entidades de soporte de la cadena son de vital importancia para que este eslabón funcione de manera óptima.

- **ESLABÓN DE COMERCIALIZACIÓN**

Rol: Ofrecer un producto adecuado que satisfaga la necesidad del consumidor y cambiar la percepción de calidad de los productos nacionales hacia un nivel de calidad superior.

**Cuadro Nº 16. Oferta y Demanda del eslabón de comercialización**

| Eslabón de comercialización  |   |  |  |   |  |  |
|--|---|--|--|---|--|--|
| Necesidad para ser eficiente   | Que demanda a Eslabón de Transformación | Que ofrece el Eslabón de Transformación                                  | Que demanda a Eslabón de Productivo        | Que ofrece el Eslabón productivo  | Que demanda a soportes de la cadena  | Que ofrecen soportes de la cadena  |
| Conocimiento del mercado y manejo eficiente de los recurso con los que se cuenta | Innovación en los productos nacionales  | Pueden ofrecer la innovación a través de la búsqueda de nuevas entidades | Grano de cacao de calidad y abastecimiento | Se puede dar un grano de calidad, siempre y cuando se tenga acceso a variedades de calidad, asesoría técnica y tecnología | Acceso a financiamiento, campaña de fomento al consumo en cuanto a los beneficios que genera el chocolate (toda la cadena se beneficia) e Informar sobre disposición de recurso con los que cuenta el gobierno para apoyar a la cadena productiva ej. Laboratorios, etc. | El financiamiento es viable para toda persona natural o jurídica que cumpla con los requisitos. La campaña de fomento al consumo debe estar articulado desde el gobierno y la empresa privada involucradas en este rubro |

En el cuadro 16, se puede observar que el manejo de la información del mercado y los contactos son de vital importancia para el mejor desempeño de este eslabón, por lo tanto los esfuerzo del gobierno deben estar enfocado en mejorar el canal y la información oportuna de los compradores de este rubro.

- **SOPORTE DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO**

Rol: Brindar soporte a la cadena de productiva de cacao en asistencia técnica y capacitación, asesoría en normativas de medio ambientales, regulaciones y financiamiento.

**Cuadro Nº 17. Demanda y Oferta del soporte de la cadena de valor del cacao**

| Soporte de la cadena   |                                     |   |   |   |   |   |
|--|-------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Necesidad para ser eficiente   | Que demanda a Eslabon de Productivo | Que ofrece el Eslabon productivo  | Que demanda a Eslabon de comercialización | Que ofrece el Eslabon de comercialización   | Que demanda a Eslabon de Transformación | Que ofrece el Eslabon de Transformación   |
| Personal técnico capacitado para cada eslabón, apoyo logístico en equipo de trabajo e integración entre las instituciones de soporte involucradas en este cultivo. | Organización de productores         | Si se pueden organizar pero demandan apoyo de las entidades responsable para facilitar este proceso | Organización de comercializadores         | Si se pueden organizar pero demandan apoyo de las entidades responsable para facilitar este proceso | Organización de transformadores         | Si se pueden organizar pero demandan apoyo de las entidades responsable para facilitar este proceso |

El cuadro 17, muestra que el soporte de la cadena para generar un mejor servicio, necesita que la gente este capacitada para ofrecer los mejores servicios técnicos a lo largo de la cadena de valor del cacao, por lo tanto el gobierno tiene que tener un plan estratégico de capacitación para el personal técnico que brindara la asesoría técnica en el país.



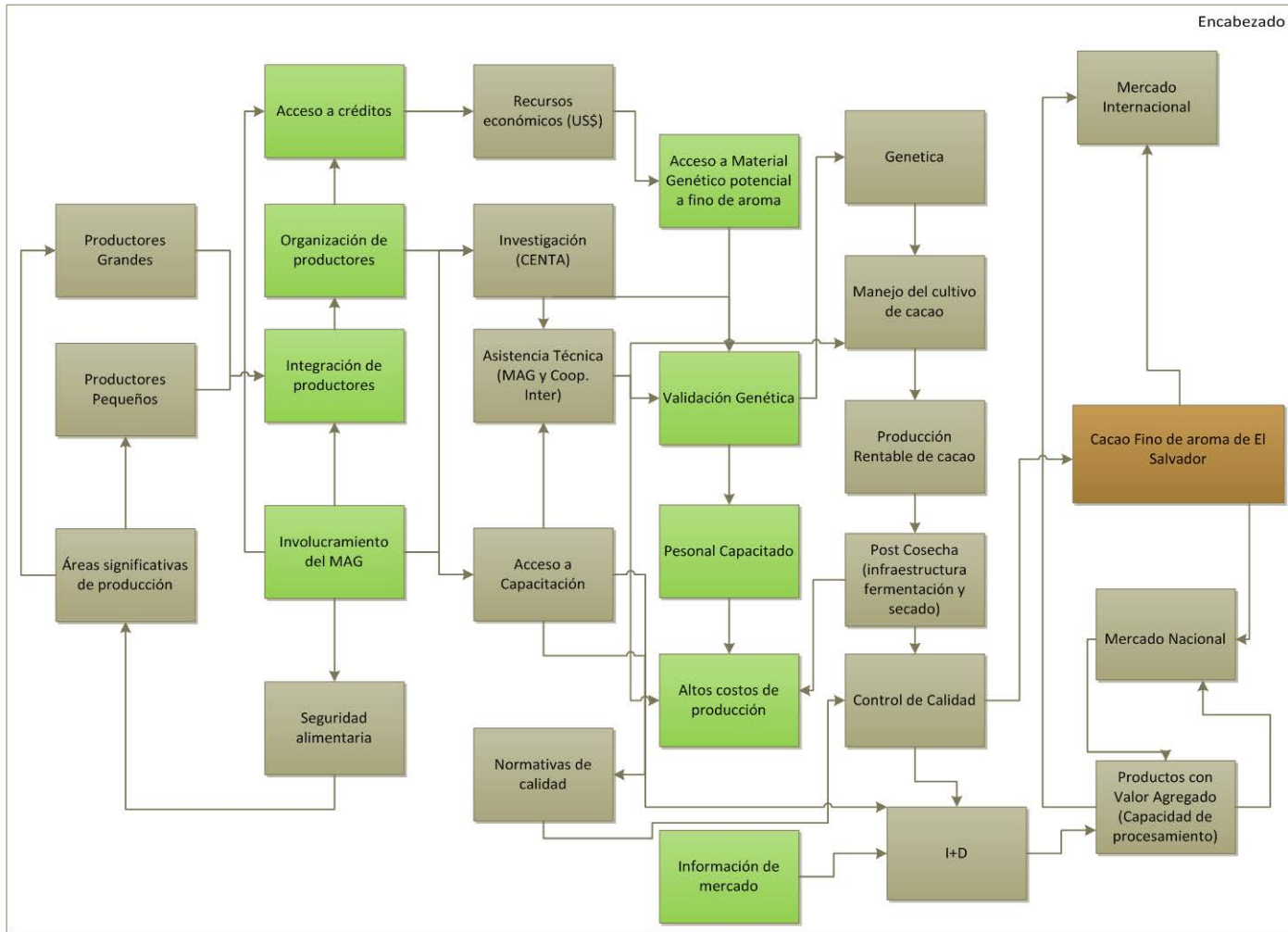
### **13. ANÁLISIS FODA**

A continuación se resumen los principales problemas y oportunidades del análisis de competitividad de la cadena productiva de cacao en el Salvador. El siguiente FODA sustenta su análisis tanto en la información que se tiene del cultivo de cacao a nivel nacional e internacional, como de un estudio de mercado hecho a los productores nacionales, con base a las 5 fuerzas de competitividad de Michael Porter. Basado en un análisis interno y externo, no solo se señalan las oportunidades para luego proponer como aprovecharlas, sino también realzar los problemas detectados según el criterio de los productores y las situaciones del entorno, para luego proponer alternativas de solución, que permitan cumplir con los objetivos.

| FACTORES INTERNOS (CONTROLABLES)          |  | FACTORES EXTERNOS (NO CONTROLABLES)   |  |
|---|--|---|--|
| P<br>O<br>S<br>I<br>T<br>I<br>V<br>O<br>S | <b>FORTALEZAS (utilizarlas)</b><br>Interés del gobierno en apoyar acciones que promuevan el cultivo y procesamiento del cacao. <ol style="list-style-type: none"> <li>Interés y buena disposición de productores en mejorar sus condiciones para invertir y desarrollar el cultivo.</li> <li>Los productores proponen un compromiso en el aporte de mano de obra para el desarrollo integral del cultivo.</li> <li>Iniciativas de los productores en realizar mesas de negociación con sus clientes directos, para restar fuerza a intermediarios.</li> <li>Iniciativa de emprender exportaciones (en grano o procesado). Interés de comercializar.</li> <li>Interés de los actores relacionados a los eslabones de la cadena de valor, en coordinar actividades que aumenten la capacidad competitiva.</li> <li>Existencia de un fuerte mercado de consumidores nacional e internacional.</li> <li>Existencia de áreas cultivadas de cacao, áreas de procesamiento artesanal y empresas nacionales dedicadas a su procesamiento para productos derivados.</li> <li>Actualmente el gobierno brinda asistencia técnica a través del PAF a los productores activos y potenciales de cacao que se han identificado.</li> </ol>  | <b>OPORTUNIDADES (aprovecharlas)</b><br>El cacao ocupa el 3 lugar después del azúcar y el café en el mercado mundial de materias primas, por lo tanto su desarrollo puede aportar mucho valor económico al país. <ol style="list-style-type: none"> <li>Condiciones climáticas y orgánicas del territorio salvadoreño permiten el cultivo exitoso</li> <li>El rubro esta tomado en el sector global un enfoque más orientado a la sostenibilidad.</li> <li>Precios internacionales volátiles debido a la fluctuación de la producción. Los precios generalmente son al alza ya que la demanda es mayor que la oferta.</li> <li>El mercado nacional demanda fuertes cantidades de cacao en grano para procesarlas.</li> <li>Existencia de nuevos mercados internacionales gracias a la transformación industrial e innovación tecnológica, y creación de mercados especiales gracias al aumento y exigencias en la demanda de consumidores.</li> <li>Puede convertirse en aporte ecológico, aumentando la frontera boscosa de El Salvador. Buscar fondos internacionales para financiamiento.</li> <li>Iniciativas del gobierno en realizar actividades de investigación aplicada, productividad y competitividad para crear apuestas estratégicas que desarrollen la cadena de valor del cacao, a través del PAF, ejecutado por el MAG-IICA.</li> <li>Capacidad financiera de compradores nacionales e internacionales para adquirir grandes cantidades de producto.</li> </ol> |  |
|   | <b>DEBILIDADES (eliminarlas)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Falta de información sobre las necesidades y requerimientos del mercado de consumidores de cacao. (Exportaciones nulas). Escasa información de fluctuación de precios y producción.</li> <li>Demanda mayor que la oferta. Importamos 3 veces la producción nacional, que luego se procesa en productos derivados. Relación oferta-demanda prácticamente nula.</li> <li>El cacao que se cosecha en el país llega hasta el sector artesanal, donde no hay firmas de contratos, se trabaja por precio y disponibilidad. Generalmente estas microempresas no están registradas.</li> <li>Falta de una visión compartida de competitividad para mejorar los niveles de calidad del producto con el objetivo de impulsar el desarrollo del país y de sector. No hay integración en los agentes de la cadena de valor</li> <li>Existen innovaciones tecnológicas y estudios de genética importantes que no están al alcance de los productores. El intercambio de este tipo de información no es del dominio de todos los agentes involucrados.</li> <li>Existencia de topeteros o intermediarios los cuales tienen el control de precios del mercado nacional sobre los clientes directos, y esto con desconocimiento de información veraz del producto.</li> <li>Poco acceso a créditos. (No hay financiamiento específico para el rubro). Debido a esto no hay fortalecimiento económico del productor sobre el cliente.</li> <li>Falta de incentivos que dinamicen la expansión del cultivo, procesamiento y comercialización.</li> <li>Poca asesoría para exportación.</li> <li>Deficiencia en infraestructuras, técnicas y buenas prácticas en todas las fases de la cadena del cultivo.</li> <li>Poca productividad por área sembrada.</li> <li>Deficiencia en mecanismos que regulen BPA para el rubro y temas fitosanitarios.</li> <li>Falta de conocimiento e investigación sobre las variedades de cacao que se cosecha actualmente en el país.</li> <li>Escasa e insuficiente transferencia de tecnología. Poca capacitación a productores. Este atraso limita su productividad y calidad.</li> <li>Falta de valor agregado. Lo que impide competitividad.</li> <li>Deficiente agremiación o asociatividad para el rubro.</li> <li>Existe una rivalidad entre los productores, por liderazgo en el protagonismo o posicionamiento en el mercado. Provoca recelo entre competidores.</li> <li>Existencia de un monopolio que maneja el poco material e información que se posee.</li> <li>Inexistencia de organismos no gubernamentales apoyando al sector.</li> <li>Inexistencia de un plan de nación que aporte un sistema de innovación tecnológico.</li> <li>Inexistencia de una entidad específica encargada de orientar y dar lineamientos de cómo producir, cosechar, post cosecha y comercialización. Debido a esto los productores se ven obligados a acceder a las negociaciones de los proveedores al costo que ellos manejan.</li> <li>Los intermediarios o clientes tienen el mayor poder de negociación debido a la falta de acceso al mercado.</li> <li>La demanda de tierra, agua, semillas, asistencia técnica, financiamiento, recurso humano y seguridad para el desarrollo del cultivo de cacao tiene una oferta pobre por parte de los proveedores a este rubro.</li> </ol> |   | <b>AMENAZAS (sortearlas, evitarlas, adelantarse a ellas)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Competitividad entre la calidad y costos.</li> <li>Temor al riesgo de invertir por falta de conocimiento sobre las bondades del desarrollo del cultivo.</li> <li>Competencia de otros países de la región (CA) que ya cuentan con mayor nivel tecnológico y alta producción, ofreciendo un costo menor al consumidor.</li> <li>Difícil acceso al mercado internacional por bajo nivel de competitividad y calidad.</li> <li>Existencia de productos con mayores estándares de calidad gracias a tecnología y genética.</li> <li>Vulnerabilidad ante los fenómenos climáticos.</li> <li>Inexistencia de una política clara de desarrollo del cultivo de cacao, que dirija a una visión de país.</li> <li>Los compradores de cacao tienen la facultad de manejar los precios a su antojo. En este caso, el productor por tener deudas financieras adquiridas para el cultivo accede a los precios que establece el comprador.</li> <li>Existencia de productos sustitutos ya establecidos y que tienen fuerza en el país, que evitan invertir en el rubro de cacao, ya que cuentan con líneas de créditos establecidas, conocimientos tecnológicos, comercialización y que en algunos casos garantizan la seguridad alimentaria del país. Estos son, café, granos básicos, hortalizas, frutas y caña.</li> <li>Aspecto cultural del retorno a corto plazo del dinero invertido que pone al cacao en desventaja por su ciclo fenológico en comparación con cultivos de ciclo corto.</li> <li>No es parte de la canasta básica alimentaria para el país. Para los productores es importante cubrir el aspecto de seguridad alimentaria.</li> <li>Deficiencia del gobierno como proveedor de insumos, capacitación y asistencia técnica para productores.</li> <li>Los productores contratan proveedores externos a un alto costo debido al poco involucramiento del gobierno.</li> </ol> |
| N<br>E<br>G<br>A<br>T<br>I<br>V<br>O<br>S |  |   |  |

# 14.MAPA ESTRATÉGICO

Diagrama N°6. Mapa Estratégico de Implementación



En el diagrama 6, se muestra en color verde las estrategias a llevar a cabo con sus respectivas actividades de color gris con el fin de llegar a un cacao fino de aroma. Se puede observar que para poder conseguir el cacao fino de aroma, primero el gobierno tiene que tener un plan de seguridad alimentaria cubierto, para que esto le puede permitir las mayor área posible de siembra, vale la pena recordar que la mayoría de productores en el país son pequeños con capacidad disponible de 2 mz para sembrar cacao; en el caso de los productores grandes que son pocos pero tienen áreas disponibles arriba de las 15 mz. El gobierno juega un papel clave, ya que tiene que funcionar como ente facilitador para que se puedan organizar a los productores como una asociación que vele por los intereses del sector. Esta asociatividad permitirá generar confianza y trabajar de una manera lógica y ordenada para lograr el fin cacao fino de aroma de El Salvador.

## 15.MARCO LÓGICO, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

| Lógica de intervención  | Indicadores y metas  | Fuente de verificación   | supuestos   | Actividades   | Plazo de Ejecución |
|---|--|--|---|---|--------------------|
| <b>OG.</b><br>Desarrollar el cacao fino de aroma para que El Salvador sea un país competitivo a nivel mundial   |  |  |   |   |                    |
| <b>1) Estrategia: Fortalecer el motor productivo de cacao a través de la organización de los pequeños y grandes productores de cacao en El Salvador</b> |  |  |   |   |                    |
| <b>OE. 1</b><br>Agrupar a los productores grandes y pequeños a nivel nacional a través de cooperativas (primer y segundo nivel)                         |  |  |   |   |                    |
| <b>R.1. Los productores están agrupados por cooperativas</b>  | <b>I.1.R.1.</b> Para enero del 2013 se cuenta con al menos 8 cooperativas que involucren a todos los productores de cacao en El Salvador | Lista de cooperativas legalizadas por una fuente oficial como el MAG | En el corto plazo los productores tiene el interés de agruparse por región y logren su legalización | *Identificar cuales son los productores actuales y potenciales de el país<br>*Promover por parte de entidades del gobierno la asociatividad y los beneficios de estar asociado<br>*Facilitar la asociatividad a los productores por parte del MAG               | <b>CP</b>          |
|   | <b>I.2.R.1.</b> Para enero 2013 las cooperativas de cada zona del país tienen representantes en la asociación de cacaoteros              |  |   | *Identificar y agrupar a las cooperativas asociadas por zona (occidente, central y oriente)<br>*Presentar las cooperativas en mesa de trabajo y plantear el plan de integración<br>*El gobierno debe de acompañar el proceso de integración de las cooperativas |                    |
| <b>OE. 2</b><br>Tener una organización solida de cacaoteros que vele por los intereses del sector a nivel nacional ( de terecer nivel)                  |  |  |   |   |                    |
|   |  |  |   |   | <b>CP</b>          |

|  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| <b>R.1. Se logro consolidar a las cooperativas en una sola organización de cacaoteros legalizada</b>   | <b>I.1.R.1.</b> A finales de enero 2013 las cooperativas de cada zona del país están integradas en una asociación |  | <p>En el corto plazo los productores tiene el interés de agruparse por región y logren su legalización</p> | <p>*El gobierno debe acompañar el proceso de creación de la asociación de cacaoteros de El Salvador.</p> <p>*Facilitar el proceso legal para la creación de cacaoteros.</p> <p>*Establecer los estatutos de la asociación de cacaoteros de El Salvador</p>   |
|  | <b>I.2.R.2.</b> Establecer un plan estratégico de la nueva asociación de cacaoteros de El Salvador                |  |  | <p>*Crear una planeación estratégica con su misión y visión de la asociación.</p>  |
| <b>2) Estrategia: Creación de un plan de trabajo integrado que involucre a la organización de cacaotero y el MAG, para desarrollar el cacao fino de aroma en El Salvador con la asistencia técnica de personal capacitado.</b> |   |  |  |  |
| <b>OE. 1.</b><br>Crear un plan de trabajo entre la asociación de cacaoteros y el MAG   |   |  |  |  |
| <b>R.1. Se tiene un plan de trabajo para desarrollar cacao fino de aroma en El Salvador</b>  | <b>I.R.1.1</b> Se tiene un plan de validación de 5 tipos catalogadas potencialmente como fino de aroma            | N° de planes de validación que tiene el MAG-CENTA y asociación de cacaoteros | En el corto plazo se tiene una asociación de cacaoteros de El Salvador                                     | <p>*Establecer la mesa técnica de trabajo donde se involucren a la asociación de productores y MAG.</p> <p>*Identificar cuáles son los tipos de cacao fino de aroma a validar en El Salvador con criterio técnicos.</p> <p>*Realizar convenios con FHIA, CATIE y centro de investigación regional y sur América, para que sean proveedores de tecnología actualizada.</p> <p>*Seleccionar sitios o áreas de siembra a partir de Centro de Desarrollo Productivo (CDP) y centro de investigación del gobierno, donde se llevara a cabo la validación de acuerdo a criterios técnicos.</p> <p>*Diseño de un plan de validación por cada CDP de acuerdo a sus necesidades. *Realizar el plan de trabajo acorde a las capacidad económica de los productores *Establecer contacto con universidades públicas y privadas para desarrollar trabajos de investigación (Tesis) acuerdo marco con universidades.</p> <p>*Diseñar un manual de validación</p> <p>*Diseñar un manual de manejo de cultivo</p> |

CP

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
|   | <b>I.R.1.2</b> Existe un plan de trabajo para potenciar la Post Cosecha, control de calidad y procesamiento | N° de planes de trabajo que tiene el MAG- asociación de cacaoteros                       |   | *Elaborar una mesa de trabajo donde se involucre a la asociación de productores y MAG, para establecer el plan de trabajo en post cosecha, control de calidad y procesamiento<br>*Establecer convenios de capacitación con procesadores o consultores internacionales.<br>*Programar un contrato de consultoría para establecer las normativas de calidad y capacitar a personal<br>*Programar un manual de post cosecha |
|   | <b>I.R.1.3</b> Existe un plan de capacitación a equipo de trabajo   |  |   | *Realizar una curricula de capacitaciones según el plan de trabajo a aplicar. *Hacer cursos de catación y de análisis físico químicos<br>*Proponer convenios con entidades que van a proveer varetas (FHIA), para que capaciten al personal que dará seguimiento.  |
| <b>OE. 2</b><br>Crear una comisión para que de seguimiento al plan de trabajo elaborado   |   |  |   |  |
| <b>R.1. Existe una comisión encargada de dar seguimiento al plan de trabajo elaborado</b> | <b>I.R.1.1</b> Se creó una comisión integrada el 50% por productores de cacao y un 50% por el gobierno      | *Documentación de la creación de una comisión en manos del MAG- Asociación de Cacaoteros | En el corto plazo hay interés de formar una comisión de seguimiento | *Hacer mesas de trabajo y elegir a los integrantes de la comisión de trabajo.<br>*Hacer contacto con una persona externa para que sirva de observador.   |

|  |  |  |  |   |               |
|--|--|--|--|---|---------------|
|  |  |  |  | <p>*Desarrollar los tiempos de ejecución en grafica gantt, para monitorear el plan de seguimiento.</p> <p>*Coordinar los tiempo con las universidades las tesis a desarrollar</p> <p>*Se tiene un procedimiento de alerta, cuando no se han cumplido los tiempos de ejecución del plan de trabajo.</p> <p>*Se desarrollan formatos y capacitación del uso</p> <p>*Se entregan al productor boletas de retiro de insumos/equipo</p> <p>*El productor retira insumos/equipo en agroservicio</p> |               |
| <b>3) Estrategia: La aplicación del plan de validación del cacao fino de aroma con la tecnología adecuada en el manejo del cultivo, usando Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Manufacturas (BPM) para abrir nuevos mercados.</b> |  |  |  |   | <b>CP -MP</b> |
| <b>OE. 1</b><br>Ejecutar el plan de trabajo de validación para potenciar la producción de cacao fino de aroma  |  |  |  |   |               |
| <b>R.1. Se tiene validado el material genético fino de aroma en El Salvador con parcelas certificadas en BPA</b>   | <b>I.R.1.1</b> El 100% del personal que desarrolla el plan de validación esta capacitado                             | Nº de capacitaciones impartidas documentadas por el MAG-Asociación de Cacaoteros | Apoyo económico para realizar capacitaciones           | <p>*Realizar convenio con los proveedores de material genético para que capaciten a personal que dirigirá la validación</p> <p>*Capacitar al personal a llevar a cabo el trabajo de validación en: validación de material genético de cacao, manejo de cultivo de cacao, MIP y en BPA.</p>  | <b>CP</b>     |
|  | <b>I.R.1.2</b> El 100% de los productores registrado en línea base están capacitados en manejo del cultivo de cacao. | Nº de capacitaciones impartidas documentadas por el MAG-Asociación de Cacaoteros | Personal técnico capacitado para transferir tecnología | *Realizar ECAS para transferir tecnología   |               |

|  |   |  |  |  |           |
|--|---|--|--|--|-----------|
|  | <b>I.R.1.3</b> Se tienen 6 parcelas con material genético con potencial fino de aroma en El Salvador                      | Registro del N° de parcela atendidas con material genético utilizado en manos del MAG-Asociación de Cacaoteros | *El beneficiario tiene una aporte de contrapartida del 15% de la inversión en cada parcela y material genético a validar | *Seleccionar parcelas donde se realizará la validación con fundamento técnico (Altitud, sombra, etc.) *Distribuir las parcelas en las tres zonas del país.<br>*Sembrar los clones seleccionados en las parcelas seleccionadas. *Transferir tecnología de manejo, cosecha, post cosecha, fermentado y secado de cacao | <b>CP</b> |
|  | <b>I.R.1.4</b> 6 parcelas en validación están certificadas con buenas prácticas agrícolas (BPA)                           | N° de certificaciones en BPA en manos del MAG-Asociación de Cacaoteros   | Apoyo económico para realizar certificaciones  | *Certificar las parcelas seleccionadas con BPA<br>*Elaborar un manual de procedimientos de BPA   | <b>MP</b> |
| <b>R.2. Se cuenta con mejores técnicas en el procesamiento del cacao fino de aroma con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)</b> | <b>I.R.2.1</b> El 100% del personal técnico esta capacitado en mejores técnicas de procesamiento del cacao fino de aroma. | N° de capacitaciones impartidas documentadas por el MAG-Asociación de Cacaoteros                               | Apoyo económico para realizar capacitaciones   | *Capacitar a personal en técnicas de secado, fermentado, BPM y catación de cacao<br>*Elaborar un manual de transferencia de tecnología en secado, fermentado, BPM y catación.  | <b>CP</b> |
|  | <b>I.R.2.2</b> El 100% de los procesadores en El Salvador realizan nuevas prácticas de                                    | N° de capacitaciones impartidas  | Personal técnico capacitado para transferir tecnología   | *Levantar infraestructura para fermentar cacao con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).<br>*Se entrena el personal en BPM y HACCP.   |           |



|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
|   | procesamiento de cacao   | documentadas por el MAG-Asociación de Cacaoteros                                   |  | *Se tiene personal capacitado en desarrollo de nuevos productos y empaques.  |
| <b>4) Estrategia: Recursos financieros para las áreas de siembra de cacao con Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y el mejoramiento de la capacidad de procesamiento del cacao fino de aroma con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) abren nuevos mercados a nivel nacional e internacional.</b> |  |  |  |  |
| <b>OE. 1</b>  |  |  |  |  |
| Aumentar el área de siembra del cacao fino de aroma en El Salvador  |  |  |  |  |
| <b>R.1. Las hectáreas de cacao fino de aroma en El Salvador han aumentado con Buenas Prácticas Agrícolas.</b>   | <b>I.R.1.1</b> Sembrar 20 hectáreas de cacao fino de aroma por año   | Documentación y georeferenciación de las hectáreas atendidas                       | *Se cuenta con la validación del material genético<br>*Disponibilidad de plantines de cacao a sembrar<br>*La condiciones climatológicas se mantenga estable durante la implementación del proyecto | *Crear una línea de financiamiento para los productores que van a sembrar cacao<br>*Realizar un acompañamiento técnico a cada productor que va a sembrar cacao<br>*Entregar a cada productor un manual de manejo del cultivo de cacao, post cosecha, secado y BPA. *Crear comitiva para que le de seguimiento los créditos otorgados |
|   | <b>I.R.1.2</b> El 50% de las hectáreas sembradas por año realizan BPA  | Registro del N° de parcela atendidas con BPA en manos MAG-Asociación de Cacaoteros | *La capacidad económica de los productores para implementar la BPA   | *Capacitar a los productores en BPA<br>*Establecer un plan de seguimiento a las parcelas con BPA. *Entregar reconocimiento a parcelas que realizan las BPA   |
|   | <b>I.R.1.3</b> Los productores cuentan con 3 laboratorios equipado para realizar cataciones y análisis físicos | Documentación y georeferenciación de laboratorios construidos                      | *Apoyo económico para construir laboratorios y capacitar personal  | *Capacitar a personal encargado de laboratorio en catación, análisis físico y químico de cacao<br>*Crear laboratorios equipados para catación, análisis físicos y químicos de cacao.   |

MP

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| <b>R.2. El número de procesadores de cacao con BPM incrementan en El Salvador</b>         | <b>I.R.2.1</b> El 70% de los procesadores de cacao fino de aroma en El Salvador están capacitados | Nº de capacitaciones impartidas documentadas por el MAG-Asociación de Cacaoteros | *Apoyo económico para capacitar a procesadores  | *Capacitar a los procesadores en BPM, HACCP, técnicas de catación, desarrollo de nuevos productos y empaque.<br>*Elaborar manual de BPA, BPM, HACCP, técnicas de catación y desarrollo de nuevos productos.<br>*Entregar manuales a cada productor                             |
|   | <b>I.R.2.2</b> Los procesadores adquieren equipos para procesar cacao                             | Nº de Créditos obtenidos para mejorar la capacidad productiva                    | *Cumplimiento de los requisitos de las productores para obtener recursos financieros    | *Abrir línea de financiamiento a procesadores de cacao<br>*Capacitar a procesadores en el uso de nuevos equipos de procesamiento.<br>*Crear un manual que contenga un flujo de procesamiento de cacao de acuerdo a la realidad de cada procesador.                             |
| <b>OE. 2</b>  |   |  |   |  |
| Accesar a mercados nacionales e internacionales con el cacao fino de aroma de El Salvador |   |  |   |  |
| <b>R.1. El cacao fino de aroma se comercializa a nivel nacional e internacional</b>       | <b>I.R.1.1</b> Al menos el 60% de cacao fino de aroma se exporta en grano                         | Registro de ventas realizado a nivel nacional e internacional                    | *Apoyo económico para promoción del cacao fino de aroma a nivel mundial e internacional | *Existe una campaña publicitaria a nivel nacional del cacao fino de aroma de El Salvador.<br>*Crear un logo, slogan y posicionarlo a nivel nacional e internacional<br>*Buscar fuente de financiamiento con la línea de crédito para cacao para hacer la campaña publicitaria. |
|   | <b>I.R.1.2</b> El 25% del cacao se comercializa en el mercado nacional                            |  |   | *Existe una misión que promueve el cacao fino de aroma a nivel internacional.  |
|   | <b>I.R.1.3</b> El 15% del cacao   |  |   | *Las empresas comercializadoras se asocian para  |

|  |  |  |                            |   |                |
|--|--|--|----------------------------|---|----------------|
|  | nacional se comercializa en forma de chocolate y cocoa   |  |                            | <p>realizar campañas de consumo de chocolate y sus beneficios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Traer compradores internacionales a visitar las fincas de cacao en El Salvador</li> <li>*Hacer contratos de compras con clientes externos.</li> </ul>   |                |
| <b>R.2. Los productores de cacao y procesadores, aumentan sus ingresos</b> | <b>I.R.2.1</b> Los productores de cacao aumentan en 40% los ingresos a partir de la segunda cosecha de cacao |  | *Contratos de compra-venta | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Establecer un convenio de compra entre productores y procesadores</li> <li>*Cumplir las políticas de pago y entrega de producto</li> <li>*Hacer alianza con empresas grandes para asegurar la venta del cacao</li> <li>*Hacer alianza con empresas comercializadoras como súper mercados para vender los chocolates finos</li> <li>*Crear "Chocolate Shop"</li> </ul> | <b>MP Y LP</b> |
|  | <b>I.R.2.2</b> Los procesadores tienen ingresos mayor o igual al 40% por la venta del cacao procesado        |  |                            |   |                |

## 16. BIBLIOGRAFIA.

1. **Barrera**, M. Dic. 2008. Ficha de Producto de El Salvador hacia el Mercado de La Unión Europea. Ficha UE 10. Cacao y chocolate (en línea). 1 ed. SV. Consultado 27 jun 2012. Disponible en <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/fichas/el-salvador/sv-productos-organicos.pdf>.
2. **Barillas B**, LE. 2006. La moneda en El Salvador (en línea). Consultado 7 ago 2012. Disponible en <http://leonumismatico.tripod.com/monedadeelsalvador.htm>
3. **BCIE** (Banco Centroamericano de Integración Económica). Demanda de Cacao amigable con la biodiversidad en América Central, Fascículo V. Disponible en : <http://www.catie.ac.cr/BancoMedios/Documentos%20PDF/fasc%C3%ADculo%20v%20-%20centroam%C3%A9rica.pdf>
4. **Chemonics**. 2010-2012. Proyecto de Establecimiento y Comercialización de 3.000 Hectáreas de Cacao bajo Sistemas Agroforestales en El Salvador.
5. **Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio Y Desarrollo**. Convenio Internacional del Cacao. Ginebra 2010 (en línea) Consultado el 7 ago 2012. Disponible en [http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat\\_view/2-icco-agreements-and-their-history/3-2010-international-cocoa-agreement.html](http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/2-icco-agreements-and-their-history/3-2010-international-cocoa-agreement.html)
6. **Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones**, PROECUADOR. 2011. Análisis Sectorial de Cacao y Elaborados (en línea). Consultado 3 Ago 2012. Disponible en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>
7. **Gutiérrez**, CY. 2009. Análisis de Mercado para Cacao. Proyecto de Desarrollo Productivo Cadena de Valor Frutícola. SV, FOMILINIO.
8. **Gutiérrez**, CY. 2009. Componente de Mercadeo y Comercialización. “Análisis de comercio del cacao en El Salvador”. Boletín No. 4 MAG-FRUTALES. El Salvador.
9. **ICCO** (International Cocoa Organization). Homepage. London. Consultado 3 ago 2012. Disponible en <http://www.icco.org/>
10. **Isaza C**, JG. Cadenas Productivas, Enfoques y Precisiones Conceptuales. 9-13 p. (en línea). Consultado 8 ago 2012. Disponible en <http://foros.uexternado.edu.co/economia/institucional/index.php/.../article/.../1441>
11. **Méndez**, HE. 2011. La Agroexportación en El Salvador (en línea). Consultado 3 ago 2012. Disponible en [http://desconozco-bastante.blogspot.com/2011\\_11\\_01\\_archive.html](http://desconozco-bastante.blogspot.com/2011_11_01_archive.html)

12. **Mack, R.** 2008. Caracterización de la Cadena de Cacao en Venezuela, con énfasis en el impacto sobre Cacao Orgánico de Ocumare de la Costa de Aragua (en línea). Consultado el 7 ago 2012. Disponible en <http://www.caf.com/attach/9/default/Caracterizaci%C3%B3ndecadenadecacaoyASOPROCAR.pdf>
13. **Ministerio de Economía, SV.** IV Censo Agropecuario 2007-2008. Metodología y Resultados Generales. 2009 (en línea). Consultado 3 de ago 2012. Disponible en [http://www.censos.gob.sv/util/datos/CENAGRO\\_0708.PDF](http://www.censos.gob.sv/util/datos/CENAGRO_0708.PDF)
14. **Ministerio de Agricultura y Ganadería, PE.** Plan Estratégico Cadena Agroproductiva del Cacao. 2006. 16 p.
15. **Porter, M.** 1991. Estrategia y Competitividad. Técnicas para el análisis del sector industrial y de la competencia. México. Compañía Editorial Continental.
16. **Quintero R, ML y Díaz Morales KM.** Ene-Jun 2004. El Mercado Mundial de Cacao. Agroalimentaria no. 18:47-59 (en línea). Consultado 27 jun 2012. Disponible en [http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17866/1/articulo18\\_4.pdf](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17866/1/articulo18_4.pdf)
17. **Radi, C.** 2005. Estudio sobre los Mercados de Valor para el Cacao Nacional de Origen y con Certificaciones. EC. 7-21 p. (en línea). Consultado 08 ago 2012. Disponible en <http://www.ecociencia.org/archivos/EstudiodeMercadoparaCacaoNacionaldeOrigenyconcertificaciones-100226.pdf>

## 17 ANEXOS

### Costos en Sistema Tradicional

| Descripción                     | Cantidad | Unidad (US\$) | Costo (US\$) |
|---------------------------------|----------|---------------|--------------|
| Sombra de platano*              | 1000     | 0.25          | 250          |
| Sombra permanente*              | 300      | 1             | 300          |
| Plantines*                      | 900      | 1.5           | 1350         |
| Herramientas*                   | 1        | 100           | 100          |
| Limpia (jornal)*                | 10       | 6             | 60           |
| Ahoyado (jornal)*               | 30       | 6             | 180          |
| Siembra (jornal)*               | 10       | 6             | 60           |
| Fertilizante (Sacos de 45 kg)** | 10       | 45            | 450          |
| Fertilización (jornal)          | 10       | 6             | 60           |
| Mantenimiento (jornal)          | 20       | 6             | 120          |
|                                 |          |               | 2930         |

| Resumen                |           |                    |      |
|------------------------|-----------|--------------------|------|
| Descripción            | Quintales | Precio (US\$) / qq | US\$ |
| Ingreso por Producción | 12        | 150                | 1800 |
| Inversión Inicial      |           |                    | 2300 |
| Costos                 |           |                    | 660  |
| Ingresos               |           |                    | 1140 |

\*Se consideran inversión inicial

\*\*Fertilizantes con estimación de precio promedio

### Costos en Sistema Agroforestal

| Descripción                        | Cantidad | Unidad (US\$) | Costo (US\$) |
|------------------------------------|----------|---------------|--------------|
| Plantines*                         | 900      | 1.5           | 1350         |
| Limpia y raleo de sombra (jornal)* | 15       | 6             | 90           |
| Ahoyado (jornal)*                  | 30       | 6             | 180          |
| Siembra (jornal)*                  | 10       | 6             | 60           |
| Herramientas*                      | 1        | 100           | 100          |
| Fertilizante (Sacos de 45 kg)**    | 10       | 45            | 450          |
| Fertilización (jornal)             | 10       | 6             | 60           |
| Mantenimiento (jornal)             | 20       | 6             | 120          |
|                                    |          |               | 2410         |

| Resumen                |           |                    |      |
|------------------------|-----------|--------------------|------|
| Descripción            | Quintales | Precio (US\$) / qq | US\$ |
| Ingreso por Producción | 12        | 150                | 1800 |
| Inversión Inicial      |           |                    | 1780 |
| Costos                 |           |                    | 630  |
| Ingresos menos costos  |           |                    | 1170 |

\*Se consideran inversión inicial

\*\*Fertilizantes con estimación de precio promedio



*¡Juntos  
podemos!*

[www.mag.gob.sv](http://www.mag.gob.sv)

Ministerio de Agricultura y Ganadería  
República de El Salvador, C.A.

Final 1a. Avenida Norte, 13 Calle Poniente  
y Ave. Manuel Gallardo. Santa Tecla,  
Departamento de La Libertad.