

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

**CIENCIAS ECONÓMICAS
COMERCIO INTERNACIONAL**

**Oportunidades comerciales para el cacao orgánico de
origen costarricense al mercado de Alemania, al primer
trimestre 2017**

Karla Aguilar Lizano

SAN JOSÉ, NOVIEMBRE 2017

Contenido

TRIBUNAL EXAMINADOR.....	Error! Bookmark not defined.
DECLARACIÓN JURADA.....	Error! Bookmark not defined.
AGRADECIMIENTOS.....	4
DEDICATORIA.....	5
CALIFICACIÓN DEL TUTOR.....	Error! Bookmark not defined.
Contenido	7
Cuadros	9
Diagramas	10
Figuras	11
Gráficos	12
Resumen Ejecutivo	14
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	16
Planteamiento del Problema de Investigación.....	16
Objetivos de la Investigación	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos.....	18
Justificación de la Investigación.....	18
Antecedentes de la Investigación	21
Proyecciones de la Investigación.....	26
CAPÍTULO II - MARCO DE REFERENCIA.....	28
Generalidades del Cacao	28
Reseña histórica del cacao.....	28
Áreas de siembra	29
Procesamiento.....	31
Producción en Costa Rica.....	34
El proceso y condiciones de producción	34
Volumen de producción.....	40
Volumen de exportación.....	42
Apoyo institucional (público y privado).....	43
Mercado Internacional.....	44
Principales productores y compradores.....	44
Rutas de exportación y puertos de entrada	47
El Cacao en el Mercado Europeo	49
Volumen de importaciones y exportaciones.....	49
Canales de distribución y comercialización	51
Mercado alemán	54
Regulaciones y Requisitos Comerciales a la Importación de Cacao Orgánico por Parte de la UE	57
Derechos a terceros países	57
Requisitos.	57
Normativa de la UE	64
Directiva específica para los productos de cacao: (CE) 2000/36.	66
Oportunidades comerciales para el cacao.....	67
Mercado alemán	69
Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y Europa.....	70

Regla de origen	72
Certificado de origen	73
Procedimiento de Exportación	74
Legislación	76
Auxiliares de la función pública	76
Entes gubernamentales	78
La comercialización del cacao.....	79
Certificaciones: Costa Rica y Alemania	81
CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO	84
Enfoque de la Investigación	84
Método de la Investigación.....	84
Muestra de la Investigación.....	87
Población	87
Muestra	87
Unidades de Análisis	90
Capacidad productiva	90
Oportunidades comerciales.....	90
Instrumentos Utilizados en la Investigación.....	91
Proceso para la Recolección de Datos.....	92
Método de Análisis de la Investigación.....	93
CAPÍTULO IV - ANÁLISIS DE RESULTADOS	95
Tabla 5: Unidades y Categorías de Análisis.....	95
Categoría 1: Cantidad de hectáreas	97
Categoría 2: Volumen de producción	99
Categoría 3: Cantidad de productores	100
Categoría 4: Variedades de cacao.....	102
Categoría 5: Procesamiento del cacao	104
Categoría 6: Tecnología de procesamiento	108
Categoría 7: Calidad del cacao	109
Categoría 1: Apoyo estatal o privado	112
Categoría 2: Requisitos y regulaciones de exportación.....	115
Categoría 3: Conocimiento del proceso de certificación orgánica	118
Categoría 4: Capacidad para exportar al mercado alemán	121
Categoría 5: Comercialización del cacao	124
Categoría 6: Requisitos para ingresar al mercado alemán.....	127
Categoría 7: Presencia de cadmio.....	129
Categoría 8: Precio del cacao en el mercado internacional	132
Interpretación de Datos.....	134
CAPÍTULO V - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	140
Conclusiones de la Investigación	140
Recomendaciones	142
Referencias Bibliográficas.....	144
Apéndices	150
Apéndice 1. EUR 1.....	150
Apéndice 2. Cuestionario	151

Cuadros

Cuadro 1: Costa Rica: Estimación del Área y Número de Productores por Regiones y Cantones	31
Cuadro 2: Dimensiones y Capacidad de Almacenamiento de los Cajones para Fermentar Almendras de Cacao	33
Cuadro 3: Densidades Utilizadas para los Árboles de Sombra en Cacao	36
Cuadro 4: Costa Rica: Cultivo de Cacao por Región y Cantón, Total de Regiones Productoras de cacao, Según Total de Fincas, Extensión (ha), Edad de Producción por Hectárea y Cantidad de Plantas Dispersas, 2014.....	39
Cuadro 5: Costa Rica: Tamaño de Finca, Número de Fincas y Rendimiento de Cacao, Según Información Censal, 1984 -2014	41
Cuadro 6: Costa Rica: Tamaño de Finca, Número de Fincas, Área Sembrada y en Edad de Producción Ajustadas, 2014	41
Cuadro 7: Costa Rica: Exportaciones de Cacao Según Clasificación de Partidas por Año, TCM, Variación 2015 -2014, en Toneladas Métricas. 2011 – 2016	42
Cuadro 8: Principales Proveedores de Granos de Cacao Crudo en el Mercado Alemán	45
Cuadro 9: Producción de Cacao en Grano por Región Según Cosecha y Tasa Media de Cambio (TMC). 2011-2016.....	47
Cuadro 10: Proyección de la Producción de Cacao Mundial en Grano por Región Según Cosechas. 2016/17-2021/22	47
Cuadro 11: Importaciones de Alemania de Cacao y Elaborados – Miles USD	50
Cuadro 12: Alemania – Exportaciones de Granos de Cacao (SA 18010000) Periodo 2011-2013	51

Diagramas

Diagrama 1: Principales Canales de Distribución y Comercialización de Alimentos en Alemania.....	52
--	----

Figuras

Figura 1. Esquema que Expone Detalladamente las Disposiciones Generales a las que se Encuentran Sujetos los Auxiliares de la Función Pública.	77
--	----

Gráficos

Gráfico 1: Alemania – Las Diez Principales Cadenas Minoristas de Alimentos (2012)	53
Gráfico 2: Canales de Comercialización de Chocolate Orgánico en Alemania (2009)	54
Gráfico 3: Ventas de los Productos Orgánicos en Alemania Entre 2000 y 2014.....	55

Tablas

Tabla 1: Principales Prohibiciones Fitosanitarias para el Cacao en Grano	65
Tabla 2: Marco Legal de la Producción de Cacao.....	69
Tabla 3. Normas de Origen de América Central - Capítulo18	73
Tabla 4: Muestra de la Investigación.....	89
Tabla 5: Unidades y Categorías de Análisis.....	95

Resumen Ejecutivo

Esta investigación tiene como propósito general, conocer y analizar las oportunidades comerciales para el cacao orgánico de origen costarricense al mercado de Alemania al primer trimestre de 2017. Para tal efecto, se plantean como objetivos específicos, identificar la capacidad productiva del cacao orgánico costarricense; así como determinar las oportunidades comerciales que presenta el cacao orgánico costarricense en el mercado alemán, al primer trimestre de 2017.

Debido a la creciente demanda del cacao orgánico en la Unión Europea y, específicamente en el mercado alemán, se considera de suma importancia la realización de esta investigación, con el propósito de conocer las oportunidades comerciales de este producto en dicho mercado. De igual manera, identificar las posibles áreas a fortalecer en el sector cacaotero costarricense y así competir con grandes productores y comercializadores, como lo son Costa de Marfil, Ghana, Ecuador, entre otros, ya que estos países, son los mayores exportadores a nivel mundial.

Para la realización de esta investigación se utiliza un enfoque de estudio cualitativo. El mismo está basado, no solamente en la revisión documental y bibliográfica, sino también en la obtención de información apoyada en la observación de comportamientos naturales y respuestas abiertas de los productores y funcionarios seleccionados, vinculados al sector cacaotero, utilizando la herramienta de la entrevista. Posteriormente se procede a interpretar las experiencias, conocimientos y opiniones de la población estudiada, obteniendo un alcance descriptivo y exploratorio.

Los aspectos más relevantes que se exponen en la determinación de las posibles oportunidades comerciales al mercado alemán son, por un lado, la capacidad productiva (donde se identifica la cantidad de hectáreas sembradas), el volumen de producción de las tres zonas líderes (Huetar Caribe, Huetar Norte y Brunca), cantidad de productores, las variedades de cacao, el procesamiento, la tecnología empleada en el procesamiento y la calidad del cacao. Por otro, se exponen las oportunidades comerciales, donde se determina

el apoyo estatal y privado, los requisitos y regulaciones de exportación, el proceso y costos de la certificación orgánica, los requisitos para ingresar al mercado alemán, la presencia de cadmio y, por último, el precio del cacao en el mercado internacional.

Finalmente se concluye que, según los productores, la actividad cacaotera orgánica es poco rentable, ya que involucra una gran cantidad de costos adicionales, entre ellos el proceso y manutención de la certificación orgánica, certificación que se traduce en mejores oportunidades de comercialización, pero no en una significativa retribución económica (rentabilidad). Además, que la capacidad productiva del cacao costarricense no es suficiente para competir en el mercado alemán y que las oportunidades comerciales quedarían determinadas por la calidad del cacao y no por la cantidad, pues el país no puede competir por volúmenes.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de Investigación

Es de una importancia estratégica En el ámbito de las relaciones comerciales internacionales, conocer a profundidad cuáles son las oportunidades comerciales que un determinado producto tiene para insertarse en el mercado internacional.

Estas oportunidades comerciales, están determinadas por una serie de factores, tanto internos como externos. A nivel interno, la producción de cacao convencional y orgánico en Costa Rica, tiene una serie de características propias que lo convierten en una producción y en un producto históricamente particular y que guardan una estrecha relación con dichas oportunidades comerciales. Dentro de estas características se destacan el carácter artesanal, de subsistencia y de baja productividad de esta actividad, así como la gran concentración de productores en la Región Huetar Caribe en condiciones sumamente precarias. (Carmirol, 2017, p. 2)

A nivel externo, existe un gran número de países, que por razones geográficas y climáticas, los convierten en los grandes productores de cacao para el mercado internacional. Sin embargo, la gran mayoría de estos países se caracterizan por índices elevados de subdesarrollo y sus consecuencias, tales como pobreza, bajo nivel de desarrollo tecnológico, problemas de comercialización, etc., así como fenómenos climatológicos extremos (extensos periodos de lluvia / extensos periodos de sequía) lo que convierte la producción cacaotera en una actividad, generalmente artesanal, sumamente frágil, de muy baja productividad y en algunos casos, ya documentados, con prácticas de explotación laboral e incluso trabajo infantil, lo cual puede afectar seriamente las oportunidades comerciales y la viabilidad para la comercialización del cacao orgánico. (Alliot et al, s.f, p. 2)

Por otro lado, se presenta una creciente demanda por el cacao orgánico y convencional por parte de los países no productores, como la UE y particularmente,

Alemania. (Demanda de cacao amigable con la biodiversidad en la Unión Europea, s.f., p. 3)

Además, la participación de grandes corporaciones en el proceso de producción, comercialización y distribución del cacao provoca que estas ejerzan un gran control sobre los precios en el mercado internacional, generando una afectación a los países productores y sobre todo a los más vulnerables.

En ese sentido, las oportunidades comerciales para el cacao orgánico costarricense estarían determinadas fundamentalmente por aspectos tales como: Las condiciones que tiene Costa Rica para el cultivo (suelo y clima), incentivos del Gobierno (instituciones públicas y privadas) hacia el sector, los beneficios que suponen los acuerdos comerciales (ACCUE), los precios internacionales, la creciente demanda de cacao y sus derivados en el mercado internacional.

Por lo cual, es necesario identificar la demanda, los requisitos y regulaciones del cacao orgánico, con el fin de tener una aproximación real a los posibles socios estratégicos en la comercialización del grano. Determinar las tendencias y oportunidades del mercado alemán, así como la competencia internacional a la que se enfrenta el sector cacaotero nacional en términos de variedad y calidad del cacao. Identificar exigencias de acceso al mercado alemán en términos de calidad y sanidad diferenciando las de carácter obligatorio y las preferencias del comprador de carácter comercial y de negociación. Conocer las características comerciales, en aspectos como canal de distribución exigencias de etiquetado, certificaciones, precios y formas de negociación para acceder a ese mercado.

En consecuencia, el abordaje del problema exige un proceso de identificación e investigación que permita conocer y/o identificar las empresas, asociaciones y/o cooperativas costarricenses que producen cacao orgánico, así como las condiciones generales en que se realiza el proceso de producción, su capacidad productiva, comercialización y las oportunidades comerciales que presenta el cacao orgánico costarricense, para el mercado alemán.

En tanto, el problema de investigación conduce a la siguiente: ¿Cuáles son las oportunidades comerciales para el cacao orgánico de origen costarricense al mercado de Alemania, al primer trimestre de 2017?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Examinar las oportunidades comerciales para el cacao orgánico de origen costarricense al mercado de Alemania, al primer trimestre de 2017.

Objetivos específicos

Identificar la capacidad productiva del cacao orgánico costarricense, con miras a la exportación hacia el mercado alemán al primer trimestre de 2017.

Determinar las oportunidades comerciales que presenta el cacao orgánico costarricense en el mercado alemán.

Justificación de la Investigación

Uno de los aspectos más relevantes del comercio internacional se refiere a todas aquellas medidas, normas o exigencias que regulan dicho comercio y que se insertan a su vez dentro de los tratados internacionales, acuerdos bilaterales o regionales, tales como el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE). En ese sentido, investigar las oportunidades comerciales para el cacao orgánico de origen costarricense al mercado de Alemania al primer trimestre del 2017, implica necesariamente abordar dichos aspectos que son parte esencial del comercio internacional.

La producción del cacao, su comercialización y su procesamiento, es una práctica económica y social que data de varios siglos. Por las características propias de este producto, su cultivo se desarrolla en aquellas regiones de clima tropical; tales como África,

Asia, América y el Caribe, por lo que Costa Rica se encuentra en una de las regiones predilectas para el cultivo de dicha fruta.

Históricamente, el cacao costarricense ha sido comercializado en Europa, especialmente en Holanda, Alemania, Suiza, Bélgica, Francia, España y Reino Unido. Dicho intercambio comercial se origina y desarrolla a partir del proceso de colonización y dominación europea en los continentes productores y continúa hasta hoy. Siendo Alemania uno de los importadores de cacao más importantes del mundo, esta relación comercial adquiere características particulares sobre todo con la aprobación del AACUE, en donde la UE establece tratos preferenciales con dichos países.

Con la conformación de la Unión Europea (UE) y el proceso de globalización, los tratados comerciales y sus consecuentes regulaciones arancelarias, no arancelarias, proteccionistas, ambientales, sanitarias, etc., se generan nuevas exigencias y requisitos para la importación y exportación, así como los procesos de producción y comercialización, en particular para los productos alimenticios.

En este contexto, la producción de cacao orgánico en particular, ha sido una materia prima importante dentro del comercio internacional. Esta actividad productiva resulta afectada tanto positiva como negativamente, sobre todo en lo que respecta a la capacidad productiva, las oportunidades comerciales y la viabilidad para la comercialización.

Dicha actividad productiva resulta afectada positivamente por el aumento y diversidad de la demanda del producto y sus derivados, ya que a partir de las semillas del cacao se obtiene en grano, los cuatro productos derivados (licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo) y el chocolate. Por otro lado, se ha experimentado una preocupación tanto del consumidor como de la UE por incentivar su producción y comercialización como una forma de estimular el crecimiento económico y las prácticas de producción amigables con el ambiente (Fair Trade) por parte de los países productores, así como algunas regulaciones especiales para estos, como los acuerdos de asociación económica y el derecho a terceros países, entre otros, que concede preferencias arancelarias

a ciertos países africanos, caribeños y del Pacífico, de los cuales, Costa Rica es beneficiario.

Desde el punto de vista negativo, las oportunidades comerciales que tiene la producción cacaotera costarricense pueden verse afectada por factores de carácter climático, bajos niveles de productividad, problemas de comercialización, así como también por el control que establecen las grandes corporaciones en el precio internacional del cacao.

Para efectos de esta investigación es importante poner en evidencia, que tanto las regulaciones comerciales en general, como las oportunidades y viabilidad para la comercialización del cacao orgánico costarricense en Alemania, están inmersas dentro de un solo contexto: la economía global.

Sin embargo, para determinar las oportunidades comerciales que la actividad cacaotera orgánica costarricense puede tener, para efectos de análisis, es importante distinguir dos niveles de dicho proceso. Por un lado, lo que son las regulaciones, oportunidades, capacidad productiva y viabilidad comercial propiamente dichas (objeto de esta investigación) y por otro, lo que es la dimensión política del intercambio. La unión de ambos niveles de una u otra manera condicionan y diferencian las características particulares y/o regionales de dichas regulaciones comerciales y en particular las oportunidades y la viabilidad para la comercialización del cacao orgánico costarricense.

Por lo tanto, esta investigación se justifica ya que la actividad cacaotera del país, incorpora a ciertos sectores productores que se desempeñan en condiciones sociales, económicas y de acceso, sumamente precarias, así como serias limitaciones en el campo de la producción, administración y comercialización del producto, entre ellas algunas poblaciones indígenas. Además, porque existe una tendencia al aumento de la demanda de cacao orgánico en el mercado internacional, relacionado con los cambios en los patrones de consumo, ya que los productos orgánicos y de comercio justo están experimentando una mayor demanda por los consumidores, generando una mayor oportunidad de insertarse en el mercado internacional.

Por lo cual, examinar de manera profunda y sistemática las oportunidades de comercialización e identificar la capacidad productiva de dichos sectores para la incorporación al mercado alemán, no solamente se constituye en una salida comercial propiamente dicha, sino que eventualmente puede convertirse en una alternativa tendiente a estimular el crecimiento social y económico y las prácticas de producción amigables con el ambiente (Fair Trade).

Así mismo, esta investigación podría convertirse, no solamente en una contribución importante de información y conocimiento, sino también en un aporte teórico y metodológico en la solución del problema. Desde esta perspectiva, esta investigación, de llevarse a cabo en los términos expuestos, mediante el paradigma naturalista o interpretativo, posibilitaría explicar e interpretar un problema de carácter estrictamente comercial integrando su dimensión política, social y cultural. Particularmente con el uso de entrevistas abiertas y cuestionarios en la misma línea que se constituyan en una herramienta para el logro de tal fin.

Por último, tal y como se expuso en el planteamiento del problema, la existencia de una gran cantidad de investigaciones, estudios e informes sobre la producción del cacao, de reconocida validez científica, como Procomer, Comex, OMC, el centro de ayuda de la Unión Europea y el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), entre otros. Así como la existencia de una base de datos actualizada que identifica los diversos grupos, empresas, comunidades productoras, comercializadoras, etc. con sus respectivas páginas electrónicas, sus representantes, números telefónicos y correos, le brinda una gran pertinencia y viabilidad a la investigación.

Antecedentes de la Investigación

El cacao ha sido un producto muy importante en el desarrollo productivo y cultural costarricense. Su cultivo se remonta a los inicios del desarrollo de nuestra economía. Se ha producido de manera permanente, focalizado en sus orígenes, en la región Caribe y Talamanca. Esta producción ha sido, históricamente desarrollada por pequeñas unidades

familiares, mayoritariamente afrodescendientes e indígenas. (El cacao en Talamanca, s.f., p. 1)

A finales de la década de 1970, la producción cacaotera debió enfrentar una grave crisis, debido a la aparición de la plaga conocida como la monilia, cuyas consecuencias modificaron y transformaron en el futuro, la estructura y la producción del cacao en Costa Rica. Esta plaga generó un gran impacto en los cultivos, provocando una dramática caída en su producción. (Karp, 2017, p.6).

En respuesta a la crisis señalada, a mediados de la década de 1980 se inicia un proceso de fortalecimiento, tanto las especies, como de las técnicas agronómicas para su producción, esto, bajo el patrocinio del Centro Agronómico Tropical, CATIE. Además, de las transformaciones que se presentaron en ese momento, tanto en las prácticas de cultivo, de consumo y de comercialización en el mercado internacional, el trabajo realizado por el CATIE, así como los diferentes programas de asistencia del MAG, permitió la introducción del cultivo orgánico del cacao y su comercialización.

Es a partir de estas políticas asistenciales, que el cacao costarricense se reposicionara en el mercado internacional, como un cacao gourmet y más aún, posibilitó a comunidades del Caribe y Talamanca, reactivar la cultura del cacao y estimular su desarrollo. (Fernández, 2017, p.12)

En la década de 1980, se da inicio a una producción más amplia del cacao con el surgimiento de nuevas empresas y nuevas regiones de producción, en las que destaca la Zona Sur y la Zona Norte, aumentándose la comercialización del producto en los mercados internacionales.

Por su trascendencia, la producción, procesamiento y comercialización del cacao orgánico, ha incentivado en el ámbito nacional e internacional, una preocupación permanente por mejorar estos factores de producción. Esto ha llevado a instituciones públicas y privadas, organismos nacionales e internacionales al desarrollo prolifero de estudios e investigaciones y trabajos de campo.

Para efectos de esta investigación, se van a reseñar dos investigaciones que son referentes internacionales del tema y tres en el ámbito nacional. El Centro de Comercio Internacional en Ginebra, Suiza, a través de la guía desarrollo de productos y mercados: cacao, guía de prácticas comerciales (2001), anota que: “Se ha diseñado con objeto de informar, prestar asistencia e inspirar a los productores de cacao, que constituyen un conjunto muy diverso y repartido por muchos países, y también para ayudar a quienes se inician en el comercio de cacao. Su objetivo es modificar de modo positivo la forma de abastecer el mercado y, en consecuencia, la economía de los países productores de cacao, beneficiando así a las personas cuya subsistencia depende de ese producto.” (Centro de Comercio Internacional, 2001. pp. 2)

Para tal fin, se describen y analizan las diversas prácticas seguidas en ese momento en el comercio y la industria, así como las diferentes reglamentaciones aplicables al comercio del cacao. Además, se proporciona una rica e importante estadística detallada y seleccionada de sitios de Internet que facilitan información amplia y útil sobre numerosos aspectos del cacao. También se describen algunas de las tendencias e iniciativas que surgen (comercio electrónico, agricultura orgánica, comercio equitativo, producción sostenible y temas medioambientales) y que adquieren una importancia creciente para los productores y comerciantes de cacao.

Más que una conclusión, esta guía ofrece una serie de consideraciones generales de mucha importancia, entre ellas: que el cacao es hoy la materia prima básica para la elaboración del chocolate, que absorbe aproximadamente 90% de la producción mundial de cacao. Que este producto se cultiva de forma casi exclusiva en los trópicos, principalmente en pequeñas propiedades familiares y en explotaciones agrícolas de subsistencia.

Por otro lado, el hecho que los países y regiones, que gozan de las condiciones climáticas y medioambientales óptimas para el cultivo del cacao, pueden generar considerables ingresos mediante su exportación y beneficiar con ello a sus comunidades rurales y su economía nacional.

Sin embargo, las enfermedades y condiciones climáticas extremas pueden devastar las cosechas, por lo que el volumen de estas, puede variar considerablemente de un año a otro. Lo que incide directamente en el precio y la oferta y demanda de este producto en el mercado internacional.

Por último, se enfatiza que, para tener éxito en el negocio del cacao, es primordial conocer y comprender a fondo la cadena de distribución, las tendencias y evoluciones del mercado y las características especiales del comercio y las bolsas de valores.

El BCIE, en Centroamérica, a través de la publicación de diferentes manuales sobre las oportunidades de mercado para el cacao, permite profundizar en el conocimiento del contexto centroamericano y la UE sobre aspectos estratégicos del intercambio comercial de este producto. En el Fascículo III (2009), *Demanda de Cacao Amigable con la biodiversidad en la Unión Europea*, se analizan, las oportunidades de mercado para el cacao en esta región, así como los principales países compradores en la UE y los diferentes precios del cacao en grano en Europa.

A nivel general, en este manual, por su propósito más que conclusiones se señalan los principales compradores de cacao convencional y diferenciado, así como también lo que se refiere al cacao orgánico en la UE, además, hace referencia al comercio justo, el marco regulatorio y los factores logísticos, lo cual permite que el tratamiento de esta temática en su conjunto se convierta en un referente básico para este trabajo de investigación.

Arias, en su obra *El Perfil Producto Cacao* (2008), desarrolla una investigación sobre la situación de la producción y exportación de cacao en Costa Rica en 2008, donde realiza una revisión general al mercado mundial con el objetivo de brindar a los exportadores y potenciales exportadores costarricenses, información básica y un panorama claro de los mercados internacionales, su comportamiento y los principales competidores por enfrentar. Todo lo anterior con el objetivo de contribuir a que tanto productores como exportadores, puedan identificar posibles oportunidades comerciales.

Nadurille (2010), en su obra *Cacao: Cadena de Valor de Costa Rica*, desarrolla de manera profunda y detallada los múltiples aspectos que componen la cadena productiva cacaotera de Costa Rica en el contexto latinoamericano. Además, por su valor analítico para este trabajo, se hace especial énfasis en la riqueza de la presentación e interpretación de la información estadística.

En este informe se hace especial hincapié en aspectos tales como la importancia del cacao a nivel internacional y regional, la producción de cacao mundial, tendencias de crecimiento, los principales importadores de cacao en grano para el año 2009, así como también, las tendencias de mercado para la comercialización del cacao, el cacao en Latinoamérica y la cadena productiva cacaotera de Costa Rica, centrando la atención en los productores.

Producto de su trabajo, la autora concluye fundamentalmente sobre la importancia de unificar esfuerzos por parte de todos los actores participantes en la cadena de valor para el fortalecimiento de los eslabones y desarrollo sostenido de la misma. Así mismo, hace especial énfasis en la participación de proveedores de servicios empresariales, técnicos y financieros, ya que este es un factor clave para el desarrollo de la cadena y el posicionamiento del cacao nacional.

Por último, pone en evidencia la necesidad, por un lado, de la creación y administración de una base de datos sobre la cadena productiva y sus mercados, y por otro, que la estructura gubernamental existente en el MAG se involucre a la parte legislativa en materia de Pymes rurales, asegurando su inclusión.

La obra de López (2011), *El Mercado de Productos Orgánicos: Oportunidades de Diversificación y Diferenciación para la Oferta Exportable Costarricense*, es un referente clave para el desarrollo de esta investigación, ya que aborda de manera profunda un análisis sobre el mercado de productos orgánicos a nivel mundial. Por otra parte, en ella se detallan las variables más relevantes de la oferta y la demanda, así como las tendencias que impulsan el crecimiento del mercado. Por último, se plantea una evaluación del mercado orgánico nacional y las potenciales oportunidades que surgen para estos productos y para

aquellos que aún no se producen bajo esquemas orgánicos, así como los aspectos más importantes en materia de certificación orgánica, especialmente para la UE.

En conclusión, López (2011) establece que el mercado de productos orgánicos es de los segmentos más dinámicos dentro del mercado mundial de alimentos, ya que, a nivel mundial, Latinoamérica es la tercera región en importancia en la producción de orgánicos, y que esta tendencia pretende ser una eventual guía en la estrategia de penetración que entable el sector exportador para profundizar la participación de productos orgánicos costarricenses sofisticados y con valor agregado. También se plantea una serie de ejemplos y sugerencias sobre productos nacionales que podrían aprovechar oportunidades de exportación en el mercado orgánico.

Es importante, agrega la autora, que los productores que deseen ingresar en el mercado orgánico estén conscientes de que, en este mercado, los resultados financieros no son a corto plazo, sobre todo en algunos mercados como el alemán. Finalmente, subraya que lo más importante es llegar al mercado orgánico mundial con producto con valor agregado, que pueda cotizarse a precios más atractivos.

Proyecciones de la Investigación

Como se plantea en un principio, el tema de esta investigación hace referencia a las oportunidades comerciales para el cacao orgánico de origen costarricense al mercado de Alemania, al primer trimestre de 2017. En ese sentido, la proyección de la investigación constituye la previsión sobre cómo se va a desarrollar esta, para cumplir los objetivos en la solución del problema planteado. Corresponde a la proyección, las tareas relacionadas fundamentalmente con la planificación organización y el control de la marcha de la investigación. Dentro de esta etapa juega un papel central la elaboración del proyecto y el diseño de la investigación, en los cuales se define la táctica y la estrategia a seguir en el desarrollo de esta.

Por esta razón, los alcances proyectados a la conclusión de la misma, ponen especial énfasis en caracterizar y analizar dos aspectos claves, a saber:

En primer lugar, la capacidad productiva del cacao orgánico costarricense. Esto significa, establecer las condiciones del proceso de producción del cacao orgánico. En ese sentido se pretende investigar, por la vía documental y de entrevistas a productores, funcionarios y entidades públicas y privadas, los factores más relevantes del proceso de producción, tales como la cantidad de productores, número de hectáreas dedicadas a la producción, variedad y calidad del producto, las condiciones laborales, su relación con el medio ambiente, capacidad de certificación y comercialización, etc. considerando las regiones muestrales de la investigación, Huetar Caribe, Central, Huetar Norte y Brunca.

En segundo lugar, las oportunidades comerciales que presenta el cacao orgánico costarricense en el mercado alemán. De igual manera, implicará investigar por la vía documental y de entrevistas aspectos tales como: apoyo institucional (público y privado), tendencias de consumo de productos orgánicos en Alemania, la demanda del producto, alimentos saludables, armonía con el ambiente y conciencia ecológica, aspectos importantes en materia de trazabilidad, certificación y regulaciones de productos orgánicos en la UE. Una vez alcanzada esta meta, los resultados, serán confrontados con las regulaciones, normas, acuerdos (AACUE), etc., que establece la UE y Alemania en particular, para la importación de este producto.

CAPÍTULO II - MARCO DE REFERENCIA

Generalidades del Cacao

Reseña histórica del cacao

Costa Rica fue un importante productor de cacao con registros que datan desde la época colonial. La inserción de Costa Rica en la economía colonial, se basó a partir de la década de 1570 con la exportación de víveres, materias primas, ganado en pie y otros. Sin embargo, era una colonia pobre, aislada y marginal. En el siglo XVII, el cacao fue el eje principal del ciclo exportador, pero su esplendor fue fugaz y decayó debido, entre otros factores, a la falta de caminos y puertos, así como al ataque de piratas y zambos misquitos.

El cacao es un producto que ha tenido una gran importancia en la economía y la conformación de la cultura costarricense en general, ya que su producción, comercialización y consumo, históricamente, se constituyó en el punto de encuentro entre la cultura indígena ancestral y el surgimiento y desarrollo del Estado, Nación y territorio costarricense.

De acuerdo con Chacón (2006), la producción del cacao ha estado normalmente asociada a la zona caribeña y a sus culturas predominantes: indígena y afrocaribeña, ambas con una contribución indiscutible a la cultura nacional. Se cuenta con registros que señalan que antes de la colonización española, esta fruta tenía un gran significado para la población nativa, no solamente, como producto de consumo, propiamente dicho, sino también como componente esencial en ciertos rituales religiosos. Además, la semilla de cacao jugó un papel importante en términos económicos y comerciales, ya que era usada por los indígenas como medio de cambio o de trueque, como lo consignó en sus descripciones de la zona de Nicaragua y Costa Rica, el conquistador Gonzalo Fernández de Oviedo a inicios del siglo XVI.

En ese sentido, el historiador Carlos Meléndez, citado por Chacón (2006, p. 8), señala que los indígenas que habitaron lo que hoy es Guanacaste, “usaron como moneda el

cacao, aunque, además, practicaron el trueque...”. Así mismo, señala que la antropóloga e historiadora Eugenia Ibarra, en el libro *Las sociedades cacicales de Costa Rica* (siglo XVI) afirma que el cacao era un bien que se utilizaba en los intercambios como producto para la subsistencia o con importancia político-religiosa y ceremonial.

El auge mayor se produjo entre las décadas de 1960 y 1970, pero a finales de esta última, la producción cayó fuertemente con la propagación de la enfermedad fungosa llamada moniliasis o monilia del cacao (*Moniliophthora roreri*). Al mismo tiempo, una época de bajos precios y otros problemas asociados con los materiales de siembra, motivaron el abandono de plantaciones y cambios de cultivos dados los incentivos del sector público. En esos años el MAG cerró el Programa de Cacao y se paralizaron las acciones de los diferentes actores relacionados con el cultivo.

En las décadas recientes, el cultivo del cacao ha crecido notablemente; sin embargo, en los últimos años ha surgido una nueva actividad, vinculada con este producto que consiste, ya no solamente, en la exportación de la semilla, sino también en el procesamiento de la misma.

La caída de la economía por la pérdida del cacao provocó una nueva adaptación y rumbo, empezó a desarrollarse una nueva actividad, la dedicada al turismo y sus servicios, especialmente en la costa. El surgimiento de nuevas pequeñas empresas artesanales, la gran mayoría de ellas, han dinamizado el mercado y agregado valor a la actividad, con nuevos productos y variedades (nibs, trufas, chocolate en barra, chocolate en polvo, productos cosméticos, entre otros), así como nuevas zonas de producción de cacao. (El cacao en Talamanca, s.f., p.4)

Áreas de siembra

Se plantaron desde finales de 1800, varias fincas en la vertiente atlántica de Costa Rica, dando inicios a una época de mayor producción del cultivo que se comercializaba por Limón. En la década de 1930 se ampliaron las plantaciones en las zonas Atlántica, Norte y

Brunca, por la mejora en los precios de exportación, principalmente a Suiza, Alemania y Estados Unidos.

Según el censo agropecuario de 1973, la región Huetar Caribe, es la que presentaba para esa época la mayor área cultivada de cacao a nivel nacional con 17.260 ha, lo que representaba el 85% del total nacional.

Según Carmiol 2017, la situación de la actividad cacaotera en el periodo de las tres décadas anteriores, las fincas cacaoteras se encontraban en una situación de semi-abandono, sin crédito ni asistencia técnica y los cacaotales disminuyeron tanto en área cultivada, como en la producción, de ahí el bajo rendimiento experimentado.

Esta situación, se transformó significativamente a partir de la década de 1980 con el desarrollo de nuevas políticas asistenciales hacia a la actividad cacaotera, así como la diversificación del cultivo hacia nuevas áreas y regiones del país. En este contexto la presencia del CATIE, el MAG y la apertura de nuevas líneas de crédito, reactivaron la actividad productiva.

Es a mediados de esta década, que da inicio la producción del cacao orgánico, como también la formación de cooperativas, asociaciones de productores y centros agrícolas cantonales.

Es importante destacar la creación en el año 2007 de la Cámara Nacional de Cacao fino de Costa Rica (CANACACAO) por 12 asociaciones y empresas, las cuales se propusieron potencializar a Costa Rica como un proveedor reconocido en el mercado mundial de cacao de alta calidad, con estándares de producción responsables, tanto a nivel social como a nivel ambiental.

El siguiente cuadro ilustra la información estimada, para el año 2007, acerca del número aproximado de productores de cacao, según las distintas regiones y cantones del país.

Cuadro 1: Costa Rica: Estimación del Área y Número de Productores por Regiones y Cantones

Región	Cantón	Área		Número de productores	
		Hectáreas	% Regional	Número	% Regional
Huetar Atlántica	Talamanca	1800	57%	1290	89%
	Limón	1073	34%	117	8%
	Matina	102	3%	18	1%
	Siquirres	72	2%	22	1.5%
	Guácimo	124	4%	7	0.5%
	Pococí	4	0%	2	0%
Total Huetar Atlántica		3174	100%	1456	100%
Huetar Norte	Guatuso	23	4%	30	20%
	Upala	530	96%	121	80%
Total Huetar Norte		553	100%	151	100%
Brunca	Corredores	62	82%	39	93%
	Osa	2	2%	2	5%
	Golfito	12	16%	1	2%
Total Brunca		76	100%	42	100%
Pacífico Central	Quepos	16	100%	7	100%
	Parrita	N.D	N.D	N.D	N.D
Total Pacífico Central		16	100%	7	100%
Gran Total Nacional		3819		1956	

Fuente: Programa Nacional del Cacao 2007

Procesamiento

El procesamiento del cacao es quizás, la etapa más importante, ya que en última instancia, de este, va a depender el volumen, la calidad y la cantidad del producto final, con lo cual hay mayor garantía para una comercialización exitosa.

En términos generales, el procesamiento del cacao, se inicia con la recolección de las mazorcas, la cual se da cada diez o quince días, excepto en los períodos de mayor producción del año (abril, mayo, noviembre, y diciembre), cuando la cosecha se realizará prácticamente a diario.

Las mazorcas deben cosecharse maduras. Los frutos inmaduros (pintones), reducen el rendimiento y la calidad, y en los sobre maduros, las almendras pierden calidad aromática y de sabor; además, existe el riesgo de que la semilla germine adentro.

Es posible identificar el momento de cosecha por el cambio de color de la mazorca: los frutos verdes cambian a amarillo y los rojos se tornan anaranjados. La calidad final del cacao para la comercialización, depende directamente de una adecuada fermentación y secado de la almendra. Mediante este proceso se limpia la semilla, muere el embrión y se alcanza el aroma y sabor, así como la buena presentación de las almendras. Además, se prepara el grano para que pueda ser almacenado por un determinado tiempo sin riesgo de contaminación de insectos y mohos.

En general, la fermentación debe realizarse en un lugar protegido, pero suficientemente ventilado. Las mazorcas se quiebran, con el cuidado de no causar heridas a las almendras, las cuales se dejan fermentar. Este proceso requiere un período de tres a cinco días, según la zona y es necesario remover o voltear las almendras cada veinticuatro horas.

La fermentación comúnmente se hace en sacos o montones en el suelo, pero el proceso en sacos es deficiente, por lo que debe evitarse. El uso de montones en el suelo requiere aislar la masa de almendras del contacto directo con el suelo y una estricta remoción cada veinticuatro horas para homogenizar la fermentación; así mismo, el montón debe cubrirse con hojas de plátano, sacos u otro material. Los métodos de fermentación del cacao que aseguran la obtención de mayor calidad son el de cajones y el de cajas Rohan.

En el método de cajones se utilizan cajas de madera con diversas dimensiones, según el volumen de producción de la plantación y con perforaciones en el fondo para el escurrimiento de los jugos. La almendra debe removerse cada veinticuatro horas de un cajón a otro o bien, dentro del mismo cajón, si el volumen lo permite. Una variación es colocar los cajones en desnivel (tipo escalera), lo que facilita el proceso de volteo y la pasada de la almendra de un cajón a otro, cada veinticuatro horas. Las cajas no se deben

llenar completamente con almendra húmeda. Se recomienda dejar un espacio libre de al menos 10 cm y cubrirlos con hojas de plátano o sacos de yute.

Otro método sencillo, fácil de operar, barato e ideal para pequeñas y medianos productores son las cajas Rohan, que son recipientes de madera cuyas dimensiones son 1,2 m largo, 0,8 m ancho y 0,12 m de profundidad, las cuales se colocan una sobre otra, en cantidad de diez a quince cajas. (Aspectos Técnicos sobre Cuarenta y Cinco Cultivos Agrícolas de Costa Rica, 1991, p.10)

Cuadro 2: Dimensiones y Capacidad de Almacenamiento de los Cajones para Fermentar Almendras de Cacao

Dimensiones (cm)			Peso del cacao que almacena (kg)	
Largo	Ancho	Profundidad	Húmedo	Seco
50	40	40	54	22
90	30	60	121	48
100	70	60	315	126
120	70	60	378	151
180	80	70	778	311
250	100	80	1578	631

Fuente Cacao (*Theobroma cacao*). Aspectos técnicos

En este sistema, la almendra no se voltea, sino que se realiza el cambio de posición de las cajas con veinticuatro horas. Cumplen eficientemente el doble propósito de fermentación y secado (por cada gaveta fermentada se requiere dos para secado).

Una fermentación deficiente provoca un color violeta o blanquecino que se observa al partir la almendra. El grano adecuadamente fermentado se identifica por un color café o chocolate y con incrustaciones o estrías pronunciadas.

Terminado el proceso de fermentación, continúa de inmediato el secado. El método de secado más usado y recomendado es directamente al sol, hasta que el grano alcance un 6% de humedad interna. El secado al sol debe realizarse sobre una plataforma de madera o esterilla de bambú, materiales que no le transmiten a la masa de almendras sabor u olores

extraños. Los sistemas más efectivos son aquellos de gavetas de madera corredizas, ya sea con techo fijo o móvil.

Durante los días de secado, debe evitarse que la almendra se moje, lo cual retardará el proceso y desmejora su calidad final; además, debe removerse con frecuencia para que el secado sea uniforme y se eviten aglomerados de almendras que van a secar deficientemente.

Los métodos artificiales de secado (mecánicos) como el método Samoa, el secado columnar (flujo constante de la masa de grano), el secador de masa estacionaria y otras, agilizan el secado, aunque no superan el método al sol respecto a la calidad obtenida.

La utilización de estos sistemas cobra importancia en zonas de alta precipitación donde el secado al sol se obstaculiza constantemente. Además, su uso se ve limitado, dado que requiere cantidades significativas de almendra para que sea rentable. (Aspectos Técnicos sobre Cuarenta y Cinco Cultivos Agrícolas de Costa Rica, 1991, p.10).

Producción en Costa Rica

El proceso y condiciones de producción

El cultivo de cacao es un típico cultivo perenne y pertenece a la familia Esterculiaceae cuya principal característica es que sus arbustos producen flores y frutas en el tallo y ramas. Es, además, un cultivo que crece y produce en forma adecuada cuando está protegido por la sombra de árboles de otras especies.

Para que el cacao represente una actividad rentable para el agricultor, una plantación debe producir entre el quinto o sexto año de establecida, más de 1.000 kg de grano seco por hectárea. Para lograrlo, no es suficiente que el cultivo se establezca en zonas con condiciones apropiadas de clima y suelo o sembrar semilla certificada de buena calidad; se requiere también, aplicar en forma oportuna una serie de prácticas sencillas y fáciles de ejecutar, que van a asegurar larga vida de la plantación y producciones rentables, tales como: producción y selección de plantas vigorosas y sanas, a nivel de vivero, resiembras,

poda del cacao, combate de malezas, regulación de la sombra, fertilización, formación y limpieza de canales de drenaje, combate de plagas y enfermedades, cosecha oportuna, adecuada fermentación y secado de la almendra. (Echeverri, 2013, p.15).

Para la producción de cacao orgánico, el vivero juega un papel de suma importancia para el éxito futuro de esta actividad comercial. El vivero es el lugar donde se siembran las semillas y crecen las plantas hasta el momento de su trasplante al campo. En el transcurso de ese tiempo, se le tiene que proporcionar a las plantas el mayor cuidado para se desarrollen exitosamente y se garanticen posturas de calidad.

Si las plantas que se producen no son buenas o se deja que pierdan cualidades, el fomento que se haga será deficiente y la plantación que se tendrá a partir de esas plantas será poco productiva. Los viveros son estructuras simples, compuestas de horcones o postes sembrados a tres metros de distancia el uno del otro y que sostienen fustes rollizos de plantas, reglas de madera, cañas de bambú y alambre a dos metros sobre el suelo. Sobre ellas se ponen hojas de palma, musáceas y ramas o materiales de cedazo plástico que permitan proveer sombra en el techo del vivero y también sombra lateral.

Los factores climáticos que tienen mayor importancia para el establecimiento de este cultivo en una zona determinada, son la temperatura y la lluvia. Las condiciones ideales en Costa Rica para el cultivo de cacao, son aquellas comprendidas entre los 0 y 800 msnm, aunque en alturas mayores de 600 msnm, su crecimiento y capacidad de floración es generalmente baja.

La temperatura medio anual debe oscilar entre los 21 y 25° C y la diferencia entre la temperatura mínima y máxima mensual no debe sobrepasar 9° C, ya que esta diferencia afecta directamente los procesos de floración, fructificación y tiempo de maduración del cacao.

La precipitación óptima anual fluctúa entre 1.500 a 2.500 mm, pero requiere precipitación mensual de unos 100 mm, por lo menos. Las zonas secas, con tres a cuatro meses sin lluvia, pueden destinarse a este cultivo solo si se suministra riego suplementario.

El viento es un factor que perjudica la planta de cacao, cuando alcanza velocidades superiores de 14 km/hora. En las áreas cacaoteras donde los vientos alcanzan velocidad considerable, se debe establecer cortinas rompevientos.

El cacao se establece bien en suelos de textura suelta, arcillosos agregados, francos arenosos y franco-limoso, con contenidos de materia orgánica de 3,5% y profundos (1,5 m), cuyo pH sea entre 5,5 y 7. La topografía de las áreas de cultivo ha de ser preferiblemente planas u onduladas, aunque con pendiente no mayor de 20 o 25%. (Echeverri, 2013, p.5).

Cuadro 3: Densidades Utilizadas para los Árboles de Sombra en Cacao

Distancia entre árboles de sombra (m)	Árboles sombra/ha	% sombra permanente estimada
6x6	278	>90
9x9	123	50-55
12x15	56	25-30
15x15	44	<25

Fuente Tec-cacao para sembrar

La poda de formación se realiza entre los doce y veinticuatro meses después del trasplante. Consiste en eliminar brotes laterales (chupones) para conseguir un solo tallo erecto y balanceado, con un molinillo, verticilo u horqueta compuesto de tres a cinco ramas principales bien balanceadas.

Sólo se dejará crecer un chupón cuando la horqueta se haya formado debajo de los 60 cm, lo cual no es deseable. La poda de mantenimiento: se realiza durante toda la vida del árbol, uno a dos veces por año, fundamentalmente durante la época seca, para mantener la forma del árbol obtenido con la poda de formación. Para ello, se elimina las partes enfermas, ramas quebradas, chupones, plantas parásitas, nidos de hormigas y comejenes y mantiene una copa de árbol clara en equilibrio con el ambiente.

La poda sanitaria se realiza con el propósito de eliminar las secciones del árbol enfermas: ramas, frutos (atacados por monilia o mazorca negra u otras enfermedades) e incluso parte del tallo principal.

Cualquier herramienta utilizada para podar, debe ser desinfectada con formalina a 5%, después de podar cada árbol. Los cortes de poda deben ser inclinados y a ras sin dejar puntas, ya que al pudrirse se convierten en focos de entrada de agua, plagas y enfermedades.

Las herramientas recomendadas para las podas son: tijera podadora manual, machete y mazo, serrucho "rabo de zorro" y ganchos o "media luna" para despuntar ramas altas y cosechar frutos ubicados en la copa. (Echeverri, 2013, p.15).

La fertilización de una producción orgánica debe considerar obligatoriamente, la clase y cantidad de biofertilizante a usarse en el cacaotal. Esta decisión dependerá de la edad del cultivo, de la fertilidad del suelo y de la cantidad de cosecha producida.

Los abonos orgánicos se clasifican en dos grandes grupos: los abonos sólidos (por ejemplo, las aboneras y el bocashi), y los abonos líquidos o biofermentados. Biofermentados líquidos, llamados también foliares y que se aplican a las hojas del cacao, son biofertilizantes con mucha energía equilibrada y en armonía mineral. Por su forma de acción deberán utilizarse en el periodo seco o verano, ya que penetran en las hojas de las plantas de cacao. Existen desde los más sencillos preparados a base de estiércol de vaca fresco y hojas de madero negro, hasta los súper abonos líquidos preparados a base de estiércol de vaca muy fresco disuelto en agua y enriquecido con leche, melaza y ceniza, todos estos hay que fermentarlos por varios días en barriles de plástico.

Biofermentados sólidos: Las aboneras o biofertilizantes sólidos que se aplican al suelo, se utilizan en el período de lluvias o invierno. En el proceso de la fabricación del abono orgánico fermentado se dan dos pasos bien definidos. El primer paso es el fuerte calentamiento que alcanza la masa de residuos en fermentación. En este paso se descomponen más rápidos los residuos más fáciles de descomponer. Luego la temperatura baja. En este momento se estabiliza la abonera y solo se observan los desechos más difíciles de descomponer. A partir de este momento la abonera pasa al segundo paso que es la maduración de la abonera o sea la descomposición lenta de los materiales más difíciles de

descomponer. Una vez terminada la descomposición de estos materiales, el abono está listo para su utilización. (Cacao orgánico, s.f., p.13)

Áreas de siembra

Como se ha señalado en las últimas décadas, la producción de cacao en Costa Rica se ha diversificado hacia nuevas regiones geográficas, esto se debe a la incorporación de nuevas variedades de mayor calidad, productividad, resistencia y adaptación a dichas regiones.

Este proceso, queda de manifiesto en la información que se desprende del censo agropecuario de 2014, según las cifras obtenidas el área sembrada de cacao en Costa Rica eran 3.179,6 has distribuidas en 3.041 fincas. La región Hueta Caribe, es la que posee una mayor área sembrada y en edad de producción, representando 43,3% de las plantas dispersas de cacao en el territorio nacional, por lo cual la región Hueta Caribe continua siendo la que presenta una mayor concentración de la producción cacaotera del país, ya que en la región Brunca se estima un total de fincas de 833 y un total de hectáreas sembradas de 476,9. En la región Hueta Norte, según dicho censo, existe un total de 731 fincas y 1007 hectáreas sembradas. (Carmioli, 2017, p.43)

El siguiente cuadro ilustra claramente, las regiones productoras de cacao, así como las áreas de cultivo y el número de fincas en las distintas regiones del país.

Cuadro 4: Costa Rica: Cultivo de Cacao por Región y Cantón, Total de Regiones Productoras de cacao, Según Total de Fincas, Extensión (ha), Edad de Producción por Hectárea y Cantidad de Plantas Dispersas, 2014

Localización		Total de Fincas	Extensión ha		Cantidad de plantas dispersas
Región	Cantón		Sembrada	En edad de producción	
Costa Rica		3041	3169.6	2560.9	84297
Huetar Caribe		1216	1560.1	1350.6	36487
	Guácimo	43	18.7	13.0	3261
	Limón	296	419.0	331.7	6569
	Matina	50	170.9	164.9	1000
	Pococí	139	121.9	71.4	3250
	Siquirres	88	103.1	94.2	2080
	Talamanca	600	726.5	675.4	20327
Brunca		833	476.9	390.7	27821
	Buenos Aires	213	70.3	41.9	6320
	Corredores	115	174.8	169.8	5316
	Coto Brus	78	32.5	23.3	1849
	Golfito	101	88.7	75.7	3313
	Osa	33	67.9	53.3	70
	Pérez Zeledón	293	42.7	26.6	10953
Huetar Norte		731	1007	719	14395
	Guatuso	113	112.2	74.4	2531
	Los Chiles	72	21.5	19.9	1799
	San Carlos	62	236.1	130.4	504
	San Ramón	30	4.2	3.7	578
	Upala	384	515.2	381.2	7358
	Sarapiquí	70	117.3	109.4	1625
Total de regiones cacaoteras		2780	3044	2460	78703
Participación Total (%)		91.4	96.0	96.1	93.4

Fuente: INEC. VI Censo Nacional Agropecuario, 2014.

Volumen de producción

Es importante resaltar que la producción estimada en el año 2014 es un dato de carácter administrativo, ya que el censo no reportó el mismo. La producción nacional no es significativa para las necesidades de la industria nacional ni para la producción mundial. El rendimiento nacional se estima en 273 kg/ha con mucha variabilidad entre las zonas productoras, donde posiblemente el cantón de Talamanca presenta la productividad más baja, dada la característica de cultivo de subsistencia en sistemas agroforestales (100 kg/ha) y la alta incidencia de Monilia, manejo de plantaciones inadecuada y densidades de siembra muy bajas, entre otros.

Cuando se analiza la información disponible en función al tamaño de finca y el rendimiento, se identifica que en el año 1984 existía una predominancia del tamaño en los tramos hasta las 50 hectáreas, con rendimientos productivos muy semejantes sin diferencias por tamaño de fincas.

En la información reportada en el VI Censo Nacional Agropecuario del 2014 con la información del total de fincas (3041), la mayor distribución de la producción de cacao se localiza en fincas menores a las cinco hectáreas con rendimientos similares hasta las 50 hectáreas y más bien las fincas mayores a las 50 hectáreas presentan los mayores rendimientos, ya que son fincas tecnificadas con variedades de cacao seleccionadas por el productor, clones internacionales o los que utilizan los nuevos materiales genéticos liberados por el CATIE y les dan un manejo adecuado de las plantaciones (ver cuadro 5). (Carmioli, 2017, p.37)

Cuadro 5: Costa Rica: Tamaño de Finca, Número de Fincas y Rendimiento de Cacao, Según Información Censal, 1984 -2014

Tamaño de finca ha	# de fincas		Rendimiento Kg/ha	
	1984	2014	1984	2014*
Total	4619	3041		
1 a menos 5	900	1300	377	250
5 a menos de 10	839	638	389	250
10 a menos de 20	1095	440	352	250
20 a menos de 50	1118	401	363	250
50 a menos de 100	434	156	354	800
100 y mas	233	106	415	1300

Fuente: INEC. Censos Agropecuarios, 1984 y 2014

Es importante resaltar; sin embargo, que en Costa Rica existen pocas pero relevantes fincas con niveles de productividad muy superiores al rendimiento promedio nacional. Ninguna finca a nivel nacional puede ser considerada como un gran productor, de los cuales se pueden citar: Finmac S.A. en Guácimo cultiva 120 ha de cacao orgánico, Finca La Amistad en Bijagua de Upala 50 ha y la Finca La Dorada en Pocosol de San Carlos con 80 ha.

Cuadro 6: Costa Rica: Tamaño de Finca, Número de Fincas, Área Sembrada y en Edad de Producción Ajustadas, 2014

Rango de tamaño de finca	Total de fincas	Área sembrada ha	Área en edad de producción ha
Total general	1441	3286,6	2672,4
Menor o igual a 0,5 ha	289	144,5	130,9
Mayor 0,5 a 1 ha	549	522,9	425,7
Mayor 1 a 2 ha	298	522,4	424,8
Mayor 2 a 3 ha	113	315,6	269,2
Mayor 3 a 4 ha	61	234,5	178,6
Mayor 4 a 5 ha	49	240,2	196,4
Mayor 5 a 10 ha	53	399,0	306,4
Mayor 10 a 20 ha	17	248,9	215,9
Mayor 20 a 30 ha	2	51,0	51,0
Mayor 30 a 40 ha	4	143,0	128,0
Mayor 40 ha	6	464,5	345,5

Fuente: INEC. VI Censo Nacional Agropecuarios ajustado, 2014.

Volumen de exportación

El caso particular de Costa Rica, en el periodo comprendido entre los años 2011 y 2015, Alemania importó cacao en grano (entre convencional y orgánico) un total de 1.304.788 kilogramos. Para 2016, según información suministrada por el Banco Central de Costa Rica (octubre de 2016), el volumen de cacao importado por Alemania de Costa Rica, represento 9% de las exportaciones de cacao de Costa Rica. (Carmirol, 2017, p.18).

Para el periodo comprendido entre los años 2000 y 2015, las exportaciones de Costa Rica en kilogramos de cacao fueron en promedio de 307 toneladas métricas por año, con un valor exportado promedio de US\$8.309.647,6 caracterizado con tres años de crecimiento sin ser esta una tendencia continúa en el tiempo, esta queda claramente ilustrada en el cuadro 7.

Cuadro 7: Costa Rica: Exportaciones de Cacao Según Clasificación de Partidas por Año, TCM, Variación 2015 -2014, en Toneladas Métricas. 2011 – 2016

Partidas de exportación	2011	2012	2013	2014	2015	TCM	Variación 2015- 2014 %	2016*
Cacao en grano	209,6	248,7	251,3	338,4	256,7	5	-24	250,5
Pasta de cacao	249,7	240,7	119,0	81,2	17,1	-49	-79	1,3
Manteca, grasa y aceite de cacao	290,8	101,8	827,2	45,7	41,6	9	-9	41,0
Cacao en polvo sin adiciones	60,7	44,9	51,4	27,8	79,9	7	188	34,3
Chocolate y demás preparaciones alimenticias	2251,0	1986,1	2276,0	2493,2	2847,1	6	14	1725,8

Fuente: SEPSA, con base en información suministrada por el BCCR, octubre 2016

En el 2015 Costa Rica exportó US\$799 mil de cacao en grano, ocupando la posición 52 a nivel mundial de un total de 126 países. Para este mismo año se exportó US\$11,1 millones (3.244 toneladas) en cacao y sus preparaciones.

89% chocolate y preparaciones alimenticias que contengan cacao (Partida 1806).

7% cacao en grano (Partida 1801).

3% pasta y manteca de cacao y cacao en polvo (Partidas 1803-1804-1805).

Para julio del 2016, el monto acumulado de las exportaciones de estos productos supera los US\$5,8 millones. (Alpízar, 2016, p.14).

Apoyo institucional (público y privado)

Como se ha señalado anteriormente, en relación con el marco legal de la producción de cacao, en Costa Rica se ha desarrollado una serie de políticas de Estado, decretos y firma de convenios internacionales tendientes a promover y fomentar el desarrollo de este producto. Específicamente, para 2015, a través del Decreto Ejecutivo 39230-C-MAG, se declara de interés nacional la producción, procesamiento, comercialización y exportación del cacao y sus derivados.

Para el año 2016, se establece una política de Estado de Desarrollo Rural Territorial Costarricense, (PEDRT) 2015-2030, en la cual se fomenta el desarrollo inclusivo de los territorios rurales, reconociendo y respetando sus características y la identidad cultural de su población, por medio de un sistema de articulación público-privado que reduzca las desigualdades e inequidades económicas, sociales, culturales, ambientales y politicoinstitucionales, mediante el desarrollo de capacidades y oportunidades para sus habitantes. Por último, en octubre de 2016, mediante el convenio internacional del cacao, Ley N°9359, se promueve la cooperación internacional en la economía mundial del cacao. (Carmioli, 2017, p.4)

Es importante señalar que dentro del Plan Sectorial de Desarrollo Agropecuario y Rural 2015-2018 se incorpora el cultivo del cacao, articulándolo en una de sus acciones estratégicas dentro de: “el establecimiento de programas de ampliación del área de cacao de alta calidad con material genético adecuado para 1.000 ha en cuatro años”.

Por otro lado, se considera necesario contar con un Plan Nacional, que oriente y respalde la actividad cacaotera, como factor de desarrollo del cultivo y alternativa rentable del productor en zonas rurales. Por este motivo se conformó una Comisión Interinstitucional con la participación del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Instituto de Desarrollo Rural (Inder), Consejo Nacional de Producción (CNP), Oficina

Nacional de Semillas (ONS), Comisión Nacional Clubes 4S (Conac), Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (Sepsa), Ministerio de Industria y Comercio (Meic), Ministerio de Comercio Exterior (Comex), Promotora de Comercio Exterior (Procomer), Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) y Cámara Nacional de Cacao Fino (Canacacao), para analizar las alternativas y realizar una propuesta conjunta. (Carmirol, 2017, p.3)

Mercado Internacional

Principales productores y compradores

Alemania se ubica como el segundo mayor importador de granos de cacao en la UE. Aproximadamente 21% de todas las importaciones de granos de cacao que ingresan a la UE tienen a Alemania como destino. Dentro de la UE, solo los Países Bajos importan más granos de cacao que Alemania. Aparte de granos de cacao, Alemania también importa pasta de cacao, cacao en polvo, manteca de cacao, así como dulces y confitería a base de cacao.

En el 2013, Alemania importó granos de cacao crudo desde 27 países distintos -- 10 países latinoamericanos, dentro de los cuales se encuentra Costa Rica, 12 países africanos y 5 productores en la región de Asia-Oceanía. Los mayores volúmenes de estas exportaciones provinieron de los principales productores de África occidental. El siguiente cuadro muestra los principales proveedores de granos de cacao crudo en el mercado alemán.

Cuadro 8: Principales Proveedores de Granos de Cacao Crudo en el Mercado Alemán

Ranking	País	Peso Neto (t)	Porcentaje (%)
1	Costa de Marfil	164,632	56.30%
2	Ghana	44,813	15.20%
3	Nigeria	23,132	7.90%
4	Ecuador	12,519	4.30%
5	Togo	8,699	3.10%
6	Perú	6,709	2.40%
7	República Dominicana	5,997	2.20%
8	Liberia	3,932	1.40%
9	Uganda	3,833	1.40%
10	República del Congo	3,537	1.30%
	Otros países	12,798	4.60%
	En total	278,253	100.00%

Fuente: BDSI 2013

Costa de Marfil ha sido el proveedor más importante para el mercado alemán durante los últimos 40 años. En 2013 exportó a Alemania 164 632 toneladas de granos de cacao, lo cual representó alrededor de 56% del total del mercado. Sin embargo, estas cifras no reflejan la importancia de Costa de Marfil completamente, ya que, en los últimos años, debido a la guerra civil que atraviesa el país, se han establecido canales de exportación alternativos a través de otros países de África occidental. Si se toman en cuenta las exportaciones indirectas de granos de cacao procedentes desde Costa de Marfil, se estima que este país cubre aproximadamente 70% de la demanda total del mercado alemán.

El segundo y tercer lugar lo ocupan Ghana y Nigeria, con 44 813 (15,2%) y 23 132 toneladas (7,9% del total del mercado). La importancia de estos dos países como proveedores de granos de cacao ha crecido, sobre todo en los últimos años; debido a los esfuerzos de Alemania por diversificar sus mercados proveedores y así reducir su dependencia de Costa de Marfil.

Ecuador, que ocupó el cuarto puesto, fue el proveedor no africano más importante para el mercado alemán. El incremento en la demanda por parte de los consumidores de

productos Premium, ayudó a que consolidara su posición en el mercado alemán, alcanzando 12 519 toneladas (4,3% del total del mercado) de exportaciones de granos de cacao en el 2013.

Con 8 699 toneladas exportadas en el 2013, Togo fue el quinto proveedor de granos de cacao para Alemania. Sin embargo, ya que se presume que la mayor parte de las exportaciones de este país tuvieron a lo largo de los años su origen en Costa de Marfil, se ha procurado disminuir las importaciones de dicho país.

En comparación con los países africanos, tanto los países latinoamericanos como los de la región Asia-Oceanía, solo representan una pequeña parte del mercado alemán de granos de cacao. En el caso de proveedores dentro de la UE, solo 0,7% de las importaciones totales alemanas de granos de cacao, tuvieron su origen en países europeos, destacando Países Bajos, seguido por Francia, Austria, Bélgica e Italia, ya que no existe producción de cacao en la UE, se presume que estas exportaciones fueron reexportaciones de otros países. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f., p. 15).

Según cifras de la Organización Internacional del Cacao (ICCO, por sus siglas en inglés), la distribución de la producción del cacao a escala mundial, en 2015 era: 42% de Costa de Marfil, 18% de Ghana, 8% de Indonesia, 6% de Ecuador, 5% tanto Camerún, Nigeria y Brasil, y 2% República Dominicana y Perú, siendo estos los principales productores de cacao.

En el siguiente cuadro, se ilustra el volumen de la producción de cacao en grano, para el periodo 2011 – 2016 por región según cosecha, la cual, en este quinquenio, presenta un crecimiento de apenas 0,36%, donde la región que presenta un decrecimiento de 7,29% es Asia y Oceanía, mientras que América es la que muestra el mayor crecimiento. Es importante notar la reducción de las dos últimas cosechas mundiales, resultado de la reducción de la producción de la región compuesta por Asia y Oceanía. (Carmioli, 2017, p.5)

Cuadro 9: Producción de Cacao en Grano por Región Según Cosecha y Tasa Media de Cambio (TMC). 2011-2016

Región	Producción de cacao en grano por cosecha (miles toneladas)					TMC
	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	
Total del mundo	4094,90	3943,40	4371,60	4229,60	4154,10	0,36
África	2929,30	2836,00	3198,80	3068,30	3063,10	1,12
América	655,20	622,50	725,90	760,20	714,00	2,17
Asia y Oceanía	510,40	484,90	446,90	401,10	377,00	-7,29

Fuente: Organización Internacional del Cacao (ICCO). 2016

Según cifras estimadas por el ICCO, se espera que la producción de cacao en grano para los próximos cinco años, tenga un crecimiento mundial de 2,47%, donde el mayor crecimiento lo presenta la región africana, sobrepasando la producción alcanzada en la cosecha 2013/14, aunque la región americana presenta un crecimiento ligeramente mayor al estimado a nivel mundial. La región Asia y Oceanía mantendrá el decrecimiento manifestado en su producción, ver cuadro 10.

Cuadro 10: Proyección de la Producción de Cacao Mundial en Grano por Región Según Cosechas. 2016/17-2021/22

Región	Proyección de Producción de cacao en grano por región (miles t)					TMC
	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2021/22	
Total del mundo	4338	4489	4638	4745	4782	2,47
África	3154	3302	3430	3569	3593	3,31
América	773	795	817	829	854	2,52
Asia y Oceanía	411	392	391	347	335	-4,98

Fuente: Organización Internacional del Cacao (ICCO). 2016.

Rutas de exportación y puertos de entrada

Alemania es un país que cuenta con amplias facilidades para el desarrollo del comercio internacional, ya sea por medio aéreo, marítimo o terrestre. El exportador de cacao costarricense, debe tomar estas consideraciones cuando trate de exportar a este

mercado, debido a que son múltiples las formas que tiene para acceder a él y los costos pueden variar significativamente.

Para la exportación de cacao, específicamente, la mejor opción es la vía marítima; aun cuando existen diversas rutas para exportar hacia Alemania desde Centroamérica y particularmente Costa Rica. Una de las principales es la ruta entre Puerto Limón y Hamburgo, que tarda aproximadamente, dos semanas en llegar.

Como se ha señalado, los Países Bajos, Alemania, Bélgica, Francia y el Reino Unido son los mayores importadores de cacao en la UE. En consecuencia, los principales puertos utilizados para la entrada de cacao en este mercado se encuentran en estos países. El puerto de cacao más grande del mundo es el de Ámsterdam. Las importaciones son de 500.000 a 600.000 toneladas anuales, principalmente provenientes de África Occidental. (Demanda de cacao amigable con la biodiversidad en la Unión Europea, s.f., p. 9).

En Alemania, los puertos más grandes que importan cacao son Hamburgo y Bremen. Más de la mitad de cacao importado de Alemania entra al país a través de Hamburgo. En ambos puertos, Hamburgo y Bremen, las compañías de almacenaje se han especializado en el almacenamiento y en el mantenimiento de cacao. En Bélgica, el puerto de Amberes, tiene la mayor capacidad de contenedores en Europa. También tiene una posición prominente en las importaciones de cacao.

En Francia, los puertos de Marsella, Ruán y Le Havre son importantes también para el comercio de cacao. El puerto de Hull es uno de los principales centros de importación del Reino Unido, tanto en sacos como a granel. También proporciona instalaciones para los productores más importantes, como Rowntree, Nestlé y Cadbury. (Demanda de cacao amigable con la biodiversidad en la Unión Europea, s.f., p. 9).

Hamburgo es el principal puerto de importación de Alemania y se encuentra ubicado al norte del país, este puerto, como todo el país está interconectado por vías férreas con las principales ciudades alemanas, el producto puede ser distribuido de manera expedita hacia estas. Además, se pueden utilizar rutas navieras a los puertos belgas y

holandeses, ya que desde estos países se tarda alrededor de 48 horas en llegar a cualquier ciudad alemana por diversos medios de transporte, tanto por vía terrestre, como por vía férrea. (Arce, 2007, p. 18).

Desde el punto de vista logístico, el transporte desde América Central hasta la Unión Europea y Suiza se realiza principalmente en barcos, mediante el uso de contenedores. El cacao (o sus derivados) entran a Europa por Ámsterdam (capital de los Países Bajos). El cacao en grano, por lo general, es enviado en sacos de tela de yute, aunque el transporte a granel dentro de contenedores, ha aumentado en popularidad.

Comúnmente, el volumen mínimo estimado por los compradores depende del tamaño de la empresa y de su demanda anual. Las grandes empresas están interesadas principalmente en grandes volúmenes, ya que la compra de un contenedor requiere la misma cantidad de trámites que la compra de varios contenedores. Normalmente las empresas requieren como mínimo un contenedor completo (el cual contiene 12.500 toneladas de cacao), siendo este el volumen mínimo requerido para el comercio.

El Cacao en el Mercado Europeo

Volumen de importaciones y exportaciones

El mayor mercado orgánico de Europa lo constituye Alemania y el segundo del mundo, después de Estados Unidos. Este factor económico, queda claramente expresado en el volumen de las importaciones de cacao y derivados de Alemania. El origen del cacao importado por Alemania provino en 2015 de 36 países, entre ellos 17 de África, 13 de Latinoamérica y el Caribe y por último seis de Asia. Los países africanos son los principales proveedores de cacao para Alemania, ocupando actualmente alrededor de 90% de mercado. Esto se debe principalmente a la cercanía logística y a la creciente red de empresas entre Alemania y estos países.

Las importaciones de Alemania de cacao y elaborados, tal y como se expresa en el cuadro 11 presentan un crecimiento promedio anual de 2.52% en el período 2012 – 2015.

En este último año, el principal producto importado corresponde a chocolates y demás preparaciones con cacao con una participación de 52.15%, seguido por cacao en grano con 19.59% y manteca de cacao con 17.56%. En menor cantidad se importa pasta de cacao, cacao en polvo y cáscara o desechos de cacao. (Cacao en Alemania, 2016, p. 12)

Cuadro 11: Importaciones de Alemania de Cacao y Elaborados – Miles USD

Partida	Descripción	2012	2013	2014	2015	TCPA 2012-2015	% Partic. 2015
1806	Chocolate y demás preparaciones que contengan cacao	2,030,542	2,223,418	2,606,901	2,318,599	4.52%	52.15%
1801	Cacao en grano entero o partido, crudo	1,028,090	805,960	764,841	871,129	5.37%	19.59%
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao	409,394	577,322	1,016,418	780,859	24.63%	17.56%
1803	Pasta de cacao, incl. desgrasada	434,150	322,031	383,712	356,680	-6.34%	8.02%
1805	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	227,847	224,780	170,527	117,625	-19.78%	2.65%
1802	Cáscara, películas y demás desechos de cacao	2,716	2,891	971	1,129	-25.37%	0.03%
Total		4,126,739	4,156,102	4,943,370	4,446,021	2.52%	100.00%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

En Alemania no existen cultivos de cacao. Sin embargo, se le considera como uno de los países más importantes para el procesamiento de este producto. Entre 2011 y 2012, Alemania logró una cuota de mercado de 27% (420 000 toneladas), lo cual convirtió al país en el segundo mayor procesador de cacao en la UE. Además, durante el mismo periodo, experimentó un crecimiento significativo en cuanto al tratamiento de productos a base de cacao.

En los últimos años el volumen de producción de chocolates y confitería ha tenido una trayectoria ascendente en Alemania, logrando producir en 2013 un total de 1,12 millones de toneladas de chocolates y de dulces de chocolate (barras, tabletas con y sin relleno, entre otros) por valor de US\$ 7,15 millones. Adicionalmente, se produjeron 580 300 toneladas de productos semielaborados con chocolate y cacao (masa de cacao, polvo de cacao y manteca de cacao, entre otros) por valor de US\$ 760,4 millones, así como 267 100 toneladas de alimentos conteniendo chocolate (pastas para untar con cacao, preparaciones para bebidas) por valor de US\$ 834,5 millones.

Como exportador de granos de cacao, Alemania generó un volumen de ventas de US\$ 40, 3 millones (14 551,5 toneladas) en 2013. Los principales destinos de sus exportaciones fueron Austria (37% del total de las exportaciones), seguida por Dinamarca (20%) e Italia (17%). Otros países importantes para las exportaciones alemanas fueron los Países Bajos y Croacia. El Cuadro 12 muestra las exportaciones totales alemanas de granos de cacao durante el periodo 2011-2013. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f., p. 18)

Cuadro 12: Alemania – Exportaciones de Granos de Cacao (SA 18010000) Periodo 2011-2013

Año	Peso Neto (t)	Valor Comercial (en miles de Euros)	Valor Comercial (en miles de US\$)
2013	14,551	30,210	40,276
2014	8,572	17,351	22,269
2015	8,023	18,993	26,354

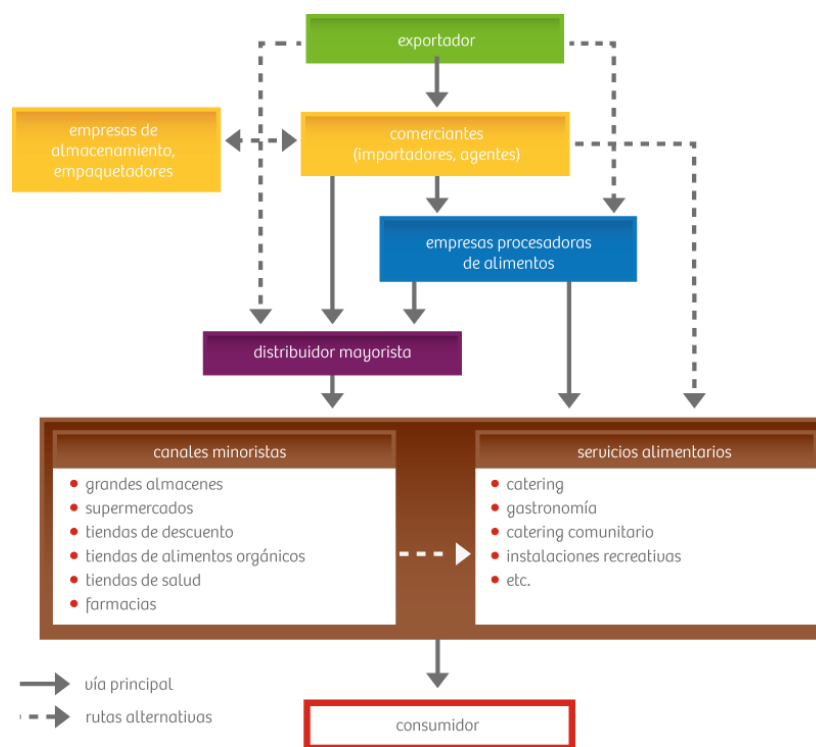
Fuente: DESTATIS 2014

Canales de distribución y comercialización

Dentro de los canales de distribución y comercialización en el mercado alemán, existen tanto productores a gran escala, como cadenas minoristas alemanas que importan granos crudos de cacao directamente de terceros países. En ese sentido, el establecer relaciones o asociaciones comerciales con importadores alemanes de cacao y sus derivados, podría facilitar la entrada al mercado alemán. Los exportadores costarricenses pueden beneficiarse del conocimiento de estos importadores con respecto al producto, su experiencia comercializando granos de cacao, así como sus conocimientos del mercado local y sobre las características de los importadores nacionales.

Los principales clientes para mercancía importada son generalmente comerciantes que revenden los productos a compradores locales o a la industria alimentaria. Luego, los productos llegan al consumidor a través de los canales minoristas y la industria de servicios alimentarios. A continuación, el diagrama 1 muestra los principales canales de distribución y comercialización de alimentos en Alemania.

Diagrama 1: Principales Canales de Distribución y Comercialización de Alimentos en Alemania



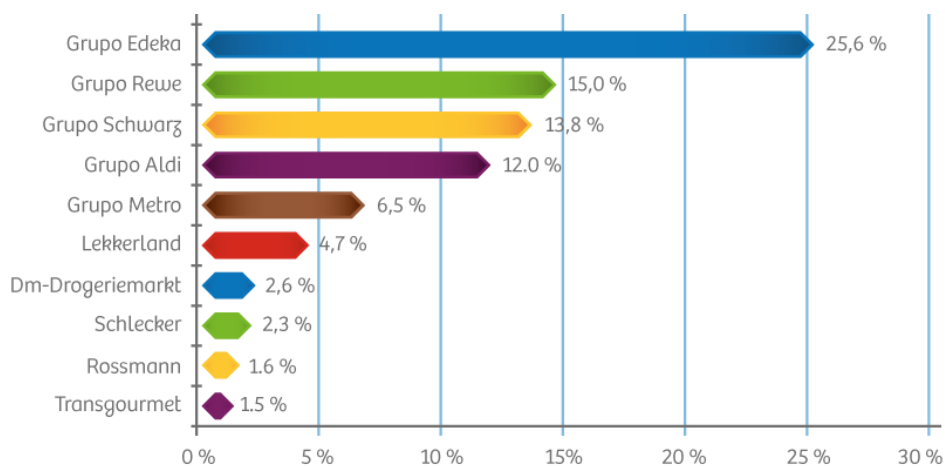
Fuente: SPILLER, A. 2005.

El chocolate y productos a base o de conteniendo de chocolate se venden a los consumidores principalmente a través de cadenas minoristas, tiendas de descuento, tiendas de productos naturales, supermercados orgánicos, comercializadores directos y ferias de agricultores locales

En 2012, el mercado total del sector de alimentos logró un volumen de ventas de US\$ 233,5 mil millones. Las diez principales cadenas minoristas de alimentos, con ventas de US\$ 149 mil millones, representaron 86% del total del mercado durante ese año. De las principales cadenas minoristas, las tiendas de descuento son las más prominentes con una cuota de mercado de 43,5% y son seguidas por las cadenas de supermercados (25,5%), tiendas de autoservicio (22,7%) y las droguerías (8,3%). (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f., p. 63)

El siguiente gráfico muestra las diez principales cadenas minoristas de alimentos en Alemania y su cuota de mercado, según las ventas totales del mercado de alimentos de este país.

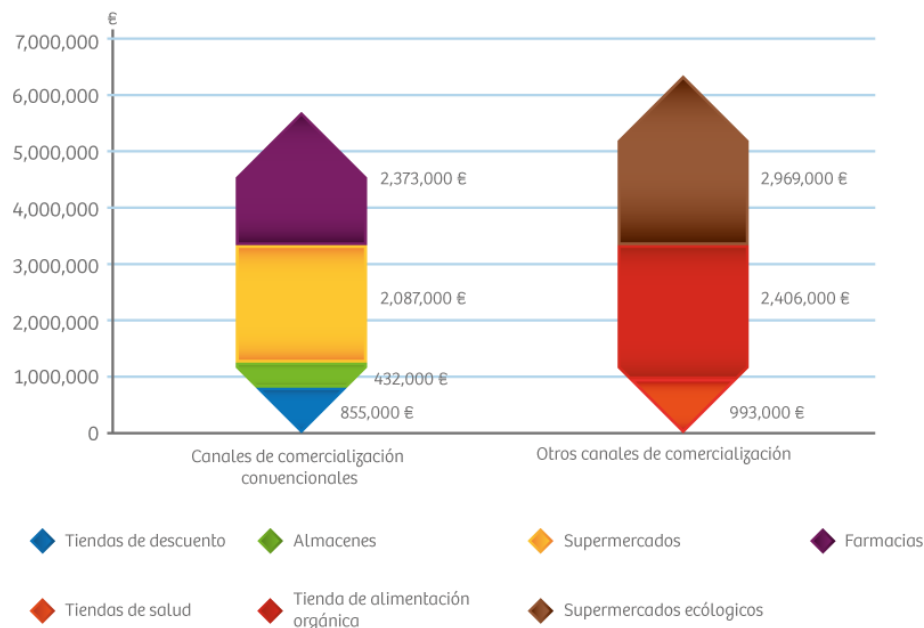
Gráfico 1: Alemania – Las Diez Principales Cadenas Minoristas de Alimentos (2012)



Fuente: Deutscher Bauernverband 2014.

Según un estudio llevado a cabo por la compañía de investigación de mercados GfK, la más grande de Alemania, dedicada a la consultaría e investigación de mercados, las ventas de chocolate orgánico se subdividen en canales de comercialización convencionales y otros, tal cual muestra el gráfico 3.

Gráfico 2: Canales de Comercialización de Chocolate Orgánico en Alemania (2009)



Fuente: GfK 2011

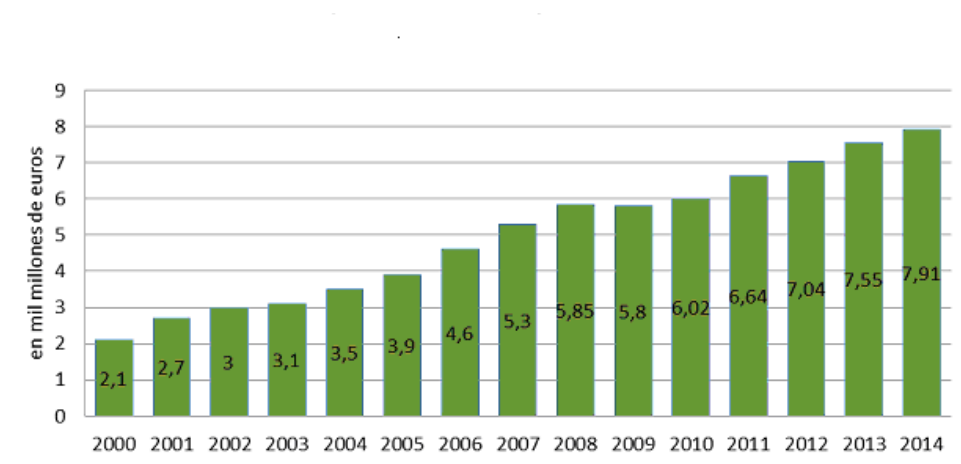
Mercado alemán

El consumidor alemán y su industria chocolatera, se interesan cada vez más en la transparencia en la cadena de abastecimiento del cacao. Quieren saber más acerca de su origen, historias detrás de cada grano de cacao, quién se beneficia en la cadena, temas de trazabilidad, sostenibilidad y certificaciones.

El chocolate “negro/amargo” está muy bien posicionado en el mercado alemán, debido a su alto nivel de antioxidantes y sus efectos en la salud como los asociados a la presión sanguínea y regulación de niveles de colesterol. Debido a este tipo de beneficios, las empresas procesadoras de chocolate Premium, requieren incluir altos contenidos de cacao en sus procesos. La tendencia indica que el consumo seguirá en incremento de este tipo de procesamiento del cacao. (Cacao en Alemania, 2016, p. 12).

Según un estudio del Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura de Alemania, casi la mitad de los consumidores alemanes aprecian características de los productos como la producción orgánica o la sostenibilidad. Como se ha señalado, Alemania es el segundo mercado orgánico más grande en el mundo después de los Estados Unidos y tiene una potencialidad que no muestra ninguna señal de agotamiento. Las ventas de los productos orgánicos aumentaron aproximadamente cinco por ciento a 7.91 mil millones de euros en 2014. Aunque la tendencia del año significaba disminuciones de precios para productos convencionales, se pudo aumentar el precio de muchos productos orgánicos.

Gráfico 3: Ventas de los Productos Orgánicos en Alemania Entre 2000 y 2014



Fuente: Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura de Alemania 2014

Un aspecto relevante que identifica las tendencias comerciales, culturales y de consumo en Alemania, según estudio realizado por esa entidad en 2013, los consumidores que prefieren los productos ecológicos, suelen ser más bien personas grandes, mujeres, con conciencia medioambiental y están dispuestos a gastar más dinero en productos orgánicos y de alta calidad. Los puntos de venta más populares en este contexto son los supermercados orgánicos, las tiendas naturistas, los mercados semanales y la compra directa al agricultor.

Sin embargo, los consumidores que valoran la producción orgánica prefieren los alimentos de la región más que los productos orgánicos. Los consumidores que tienen conciencia medioambiental y de calidad estarían dispuestos a gastar más dinero en alimentos de la región, si estos estuvieran controlados de manera oficial y más uniforme.

Los consumidores vegetarianos y veganos también tienen un papel importante para el mercado orgánico. Esta tendencia consigue más bien nuevos clientes para los productos orgánicos y a su vez disminuye el consumo de los productos animales orgánicos. (Braun, 2015, p. 3)

Desde el punto de vista de la BÖLW, Federación Alemana para la Industria de Productos Orgánicos (Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft), la comercialización de alimentos orgánicos y el uso del término “sostenibilidad” han experimentado un enorme auge en el mercado alemán en los últimos años. Cada vez son más los consumidores alemanes que se interesan por la trazabilidad de los alimentos que consumen.

En el caso del cacao, es muy importante para los consumidores alemanes que este producto haya sido producido de manera ambiental y socialmente responsable, aparte de ser comercializados de manera justa.

Aun cuando el cacao orgánico no es necesariamente más sano que el cacao convencional, para los consumidores los logotipos o etiquetas orgánicas implican que los productos son más saludables, uno de los motivos principales por los cuales el consumidor alemán compra este tipo de productos.

En la industria del cacao, la certificación de Comercio Justo es muy popular, lo cual ha llevado a muchos productores a transformar su producción al chocolate de Comercio Justo para poder responder y aprovechar la creciente demanda de estos productos entre los consumidores alemanes. Esta situación, ha obligado a un gran número de fabricantes, tiendas de alimentos y restaurantes en Alemania a prestar interés y suministrarle mucha importancia a aquellas etiquetas que destacan las cualidades orgánicas, de Comercio Justo o de sostenibilidad de los productos. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f., p. 57)

Alemania es considerada como la vanguardia económica de la Unión Europea, en términos generales, su producción representa la quinta parte de la producción total del bloque, además es el país más poblado de los estados miembros. Por esta razón, este

mercado puede ser catalogado como de alto potencial para los exportadores costarricenses. Con este propósito PROCOMER ha desarrollado esfuerzos de investigación con el objetivo de identificar las tendencias y oportunidades que ofrece Alemania a los exportadores costarricenses. (Arce, 2007, p.13)

Regulaciones y Requisitos Comerciales a la Importación de Cacao Orgánico por Parte de la UE

Derechos a terceros países

Se entiende por terceros países a todos aquellos que, siendo distintos de los países comunitarios, no ostentan aplicación de beneficio ni rebaja arancelaria alguna. Se entiende que el tratamiento que se les debe dar a las mercancías originarias de dichos países es el correspondiente al origen no preferencial.

Los aranceles constituyen sin lugar a dudas, un elemento predominantemente recaudatorio, pero también son el instrumento utilizado por los estados para proteger en numerosas ocasiones su producción nacional frente a la de terceros países. Al ser también uno de los elementos necesarios para determinar la base imponible del IVA (impuesto al valor agregado) de un producto, sirve para medir su grado de competitividad en otros mercados frente a otros productos de idénticas características o naturaleza. (European Commission, 2017).

Requisitos.

Alemania, como país miembro de la Unión Europea (UE), cumple con los requisitos alimentarios generales y las leyes fijadas por la UE. Para mayor información sobre la legislación alimentaria general, la cual es válida para todos los productos comestibles comercializados en la UE, véase el portal de la Comisión Europea: http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/index_en.htm. Además, el documento publicado por la Comisión Europea “Documento de Guía - Preguntas Clave Relacionadas con Requisitos de Importación y las Nuevas Reglas sobre Higiene Alimentaria y Controles Oficiales de los Alimentos (Guidance Document – Key Questions Related to Import

Requirements and The New Rules on Food Hygiene and Official Food Controls)”, puede resultar útil para aquellos exportadores costarricenses interesados en ingresar al mercado alemán y europeo. (European Commission, 2017).

Por otro lado, la directriz 2000/36/CE de la UE regula la comercialización de los productos de cacao y chocolate destinados al consumo humano. Esta directriz proporciona descripciones específicas con respecto a las denominaciones de venta, características, definiciones y el etiquetado para cada uno de los productos a base de cacao considerados bajo esta normativa. Si las exportaciones destinadas a Alemania no cumplen con los requisitos establecidos, estas no podrán ingresar al mercado. Cabe señalar que los exportadores costarricenses deben estar al tanto de los niveles máximos de cadmio permitidos para el cacao y el chocolate dado que la UE está permanentemente revisando el reglamento correspondiente a estos niveles, en procura del cumplimiento efectivo de esta directriz. (European Commission, 2017).

Es importante señalar, que Alemania también cuenta con requisitos legales nacionales específicos con respecto a los valores y/o límites para contaminantes alimentarios. Sin embargo, estos no aplican a la importación de granos de cacao.

Para los exportadores costarricenses puede resultar ventajoso contar con las certificaciones tales como Global GAP (Conjunto de normas agrícolas reconocidas internacionalmente y dedicadas a las Buenas Prácticas de Agricultura), HACCP (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos.) e IFS (International Featured Standards). Los estándares IFS son referencias para la inspección de productores y/o fabricantes de alimentos y su objetivo principal se basa en la seguridad alimentaria, así como en la calidad y procesamiento de los productos. (European Commission, 2017).

Cabe indicar que los mercados se están desarrollando constantemente, lo cual puede dar como resultado nuevos requisitos legislativos y no legislativos. Por consiguiente, para evitar problemas y malos entendidos, se recomienda a los exportadores costarricenses de cacao orgánico y no orgánico, mantenerse actualizados con respecto a los requisitos del mercado alemán.

Requisitos fitosanitarios.

Para exportar vegetales o productos vegetales (incluidas frutas, verduras y productos de madera) a la UE, tendrá que asegurarse de que sus productos cumplen la normativa de la UE relativa a la fitosanidad. La UE ha establecido una serie de requisitos fitosanitarios con el fin de prevenir la introducción y la propagación en la UE de organismos nocivos para los vegetales y los productos vegetales. Los requisitos exigen principalmente que:

- No se permite importar en la UE determinados organismos clasificados, a menos que se den unas circunstancias concretas.
- Los vegetales y los productos vegetales que se especifican deberán ir acompañados de un certificado fitosanitario. (European Commission, 2017).

Requisitos generales

Las exportaciones de vegetales y productos vegetales, como el cacao, a la UE deben:

- Ir acompañados de un certificado fitosanitario expedido por las autoridades competentes del país exportador
- Pasar las inspecciones aduaneras en el punto de entrada de la UE
- Ser importadas en la UE por un importador inscrito en el registro oficial de un país de la UE
- Ser notificadas a las aduanas antes de su llegada al punto de entrada. (European Commission, 2017).

Si los envíos de vegetales o productos vegetales originarios de un país no perteneciente a la UE pueden suponer un riesgo para la UE, los países miembros o la Comisión Europea podrán adoptar medidas de emergencia temporales. Existen otros requisitos adicionales que incluyen las semillas y el material de reproducción, los cuales deben cumplir una serie de requisitos de comercialización específicos para asegurar la sanidad y la calidad. Las condiciones específicas se aplican a: plantas oleaginosas y textiles, cereales, plantas hortícolas y plantas forestales, entre otras.

La UE dispone, además, de normas que velan por la protección de obtención vegetal relativa a los derechos de propiedad intelectual para las variedades vegetales válidos en toda la UE. El sistema es aplicado por la Oficina Comunitaria de Variedades Vegetales (CPVO).

Requisitos técnicos.

Es de acatamiento obligatorio para acceder al mercado europeo, cumplir con una serie de requisitos dentro de los cuales destacan los requisitos técnicos al comercio. Estos son las medidas no arancelarias, tal y como las sanitarias, fitosanitarias y los llamados obstáculos técnicos al comercio. (European Commission, 2017).

Por ser estos requisitos técnicos una exigencia que establece la UE para el ingreso de productos en general y no específicamente para el cacao y sus derivados, a continuación, solamente se mencionan los requisitos técnicos sin entrar a detallar el contenido de los mismos.

- Seguridad de los productos
- Normalización técnica
- Evaluación de la conformidad
- Marcado “CE” (indica que un producto reúne todos los requisitos y que ha superado el procedimiento correspondiente de evaluación de la conformidad.)
- Representante autorizado en la UE
- Nuevas reglas para la comercialización de productos en la UE
- Envases
- Etiquetado
- Etiqueta ecológica de la UE (European Commission, 2017).

Empaque y etiquetado.

Los granos de cacao en términos generales son empacados y exportados en sacos de yute de 60 kilos, libre de insectos y acorde con estándares de calidad predefinidos en el contexto internacional. A partir de 1998 se aprobó el comercio de granos empacados en contenedores a granel (bulk shipping).

El contenido del etiquetado debe figurar al menos en alemán. De acuerdo con la legislación de la UE, existen disposiciones específicas para los diferentes tipos de productos (alimentos, textiles, productos cosméticos, dispositivos médicos, etc.).

Los requisitos respecto a la producción, control y etiquetado de productos orgánicos, así como acuerdos para la importación de estos productos por parte de terceros países (aquellos que no son Países Miembros de la UE), están definidos en tres reglamentos de la UE: Reglamento (CE) 834/2007, Reglamento (CE) 889/2008 y Reglamento (CE) 1235/2008. (European Commission, 2017). (European Commission, 2017).

Dado que el marketing de productos orgánicos es muy estricto en la UE, los productos sólo pueden comercializarse y etiquetarse como orgánicos, si es que cumplen con los reglamentos mencionados anteriormente, los cuales son válidos en toda la UE. Es importante resaltar que los requisitos para obtener un etiquetado de producto orgánico en Alemania (Bio, Demeter o Bioland), suelen ser más exigentes que los requisitos de la UE.

Muchos productores alemanes utilizan el cacao orgánico certificado para etiquetar sus propios productos como orgánicos y obtener las certificaciones por parte de las autoridades oficiales. Por lo tanto, es una ventaja para los exportadores costarricenses el comercializar cacao orgánico certificado con el fin de incrementar su cuota de mercado.

Se debe tener en cuenta que la UE permite un periodo de dos años de transición para poder adecuarse y cumplir con los requisitos de etiquetado para productos orgánicos. Luego de este periodo es obligatorio utilizar el logotipo y etiquetado orgánico de la UE.

Desde julio de 2012, todos los productos alimentarios orgánicos producidos y pre-empaquetados en los estados miembros de la UE, que cumplen con los requisitos para ser comercializados como orgánicos, deben llevar el logotipo y etiquetado orgánico de la UE. Por el momento, el uso del logotipo y etiquetado orgánico de la UE sigue siendo voluntario para productos importados y no empaquetados provenientes de terceros países.

Si los exportadores costarricenses tienden a utilizar el logotipo y etiquetado orgánico de la UE, deben asegurarse que sus productos cumplan con la normativa vigente para este tipo de productos. Aunque se espera que el logotipo y etiquetado orgánico de la UE se utilice cada vez más, también es probable que las empresas europeas, además continúen utilizando etiquetas orgánicas nacionales que ya son conocidas en sus mercados y reconocidas por sus consumidores.

En Alemania, la etiqueta orgánica para alimentos es la “Bio-Siegel”. Esta etiqueta fue establecida en 2001 y está basada en el reglamento sobre agricultura orgánica de la UE (Reglamento (CE) No. 834/2007 y no es obligatoria. Por lo general, los productos orgánicos comercializados en el mercado alemán utilizan la etiqueta “Bio-Siegel”, igualmente, del logotipo y etiquetado orgánico de la UE. Cabe destacar que, a pesar de no ser obligatoria, la etiqueta “Bio-Siegel” ha tenido un gran impacto en el mercado de productos orgánicos en Alemania y es ampliamente aceptada por productores y consumidores del país. Actualmente, hay aproximadamente 4 175 empresas alemanas que utilizan la etiqueta “Bio-Siegel” en alrededor de 65 917 productos orgánicos. Los exportadores de productos orgánicos de terceros países pueden solicitar y obtener la etiqueta “Bio-Siegel” para sus productos. Para mayor información véase el portal: <http://www.bio-siegel.de>.

Aparte de los logotipos y etiquetas anteriormente mencionados, en Alemania existen otras etiquetas que se utilizan para identificar los productos como orgánicos. Entre las más importantes se encuentran “Bioland”, “Naturland”, “Ökosiegel” o “Biopark”, entre otras, las cuales suelen tener requisitos que son más exigentes que los establecidos por la UE. Asimismo, en Alemania también es común el uso de la etiqueta internacional “Demeter” para productos orgánicos.

Una gran parte de las asociaciones de certificación y/o etiquetado orgánico importantes son miembros de la Federación Alemana para la Industria de Productos Orgánicos (Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft, BÖLW). La BÖLW incluye entre sus asociados a agricultores, procesadores, comerciantes y distribuidores de alimentos orgánicos establecidos en Alemania. (European Commission, 2017).

Como se puede ver, el etiquetado de productos puede ser muy confuso en Alemania debido a las múltiples etiquetas orgánicas, de comercio justo y de sostenibilidad que se utilizan para resaltar las características de los productos y se espera que a futuro se establezcan e introduzcan nuevas etiquetas.

Requisitos medioambientales.

La producción ecológica, también llamada biológica u orgánica, es un sistema de gestión y producción agroalimentaria. Esta producción, combina las mejores prácticas ambientales junto con un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales. Estos productos ecológicos constituyen en un requisito medioambiental básico para el acceso al mercado europeo y alemán en particular. (European Commission, 2017).

Además, constituyen en una propiedad fundamental para que el consumidor pueda diferenciar los productos ecológicos, consiste en que tienen que llevar impreso el logotipo de la UE y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto ecológico, también de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica. (European Commission, 2017).

Los métodos de producción ecológica difieren de los convencionales, el objetivo es, no obstante, producir comidas y bebidas de alta calidad. Los alimentos orgánicos deben reunir los mismos estándares de calidad que los alimentos convencionales de acuerdo con la normativa europea alimentaria. La diferencia es que, en vez de usar productos químicos de síntesis para combatir plagas o mala hierba, los productores ecológicos hacen rotación de cultivos y utilizan variedades resistentes para prevenir dichos problemas. Además, antes de utilizar conservantes artificiales o potenciadores del sabor, los procesadores orgánicos

mantienen los productos lo más fresco posible, centrándose en la estacionalidad y en los mercados locales. (European Commission, 2017).

Estudios realizados sugieren respecto al uso de la tierra, que la agricultura convencional tiende a ser más productiva por superficie. No obstante, esta diferencia es altamente contextual y puede ser parcialmente atribuida al hecho de que las granjas ecológicas en Europa, frecuentemente están localizadas en ambientes menos favorables. La producción ecológica requiere un mayor trabajo que la convencional, así como una misma cantidad de combustibles fósiles. Considerando otros tipos de insumos, como fertilizantes y fitosanitarios de síntesis, la agricultura ecológica tiende a ser una agricultura de baja utilización de insumos. (European Commission, 2017).

Normativa de la UE

La Directiva fitosanitaria de la UE establece requisitos que previenen la introducción de organismos nocivos para los vegetales y los productos vegetales y su propagación en la UE. La directiva fitosanitaria incluye los siguientes productos:

Vegetales: Las plantas vivas y las partes vivas especificadas de las plantas, incluidas las semillas.

Productos vegetales: Los productos de origen vegetal no transformados o que hayan sido sometidos a preparación simple, siempre que no se trate de vegetales.

La normativa de la UE sigue la legislación internacional, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) de la FAO y el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC.

Salud pública

La normativa sobre salud pública de la UE está pensada para proteger a la población de la UE de amenazas graves para la salud. Según la European Commission (2017), las medidas sobre salud pública incluyen:

- Supervisión y control de enfermedades transmisibles

- Control de problemas sanitarios relacionados con estilos de vida no saludables
- Supervisión del comercio en precursores de drogas.

En la siguiente tabla 1, se ilustran las principales prohibiciones fitosanitarias que la UE establece para el cacao en grano.

Tabla 1: Principales Prohibiciones Fitosanitarias para el Cacao en Grano

Norma	Descripción
Contenidos máximos de contaminantes Reglamento (CE) 188/2006:	Este reglamento fija el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios que vayan a ser comercializados en la UE. Para el cacao en grano, la Oratoxina A (OTA) es la micotoxina más importante que debe ser controlada. La OTA es una micotoxina producida por diversos hongos (especies <i>Penicillium</i> y <i>Aspergillus</i>). Se produce de forma natural en numerosos productos vegetales de todo el mundo, como los cereales, los granos de café, cacao y frutas secas. La OTA es peligrosa para la salud humana y podría, entre otros, causar cáncer.
Reglamento (CE) 149/2008: Plaguicidas - LME	El reglamento establece una lista de plaguicidas autorizados y prohibidos para el cacao, así como los Límites Máximos de Residuos (LMR), permitidos en el cacao. En cuanto a las sustancias activas para las que no se ha establecido un LMR, por defecto debe ser de, 0.01 mg / kg, a menos que los usuarios proporcionen una justificación para utilizar niveles más altos. Desde setiembre del año 2008, todas las importaciones de cacao en grano en la UE están sujetas a las disposiciones de esta legislación

Fuente: CBI

Normas de calidad.

Una norma de calidad es un requisito establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional) que se proporciona para un uso común y repetido, una serie de reglas, directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad. Dentro de las principales organizaciones internacionales, emisoras de normas de calidad es la Organización Internacional de Estándares (ISO, por sus siglas en inglés).

Legislación alimentaria general: Reglamento (CE) 178/2002.

Este reglamento se aplica a todas las etapas de la producción, transformación y distribución de productos alimenticios. Establece algunos puntos básicos para la venta del cacao y sus derivados en la UE. Los puntos principales de la Ley General de Alimentos son: La seguridad alimentaria, el principio de precaución y la trazabilidad, se prohíbe la entrada a los productos alimenticios que puedan hacer daño a la salud o causar enfermedades. Se resalta la importancia de la trazabilidad, conocer el origen del producto y de todas sus etapas de producción, transformación y distribución. En la UE todos están obligados a conocer y registrar a quiénes les venden y compran sus productos. Además, deben etiquetar los productos para dar a conocer el origen del mismo y así, evitar algún problema de seguridad alimentaria

Higiene de productos alimenticios: Reglamento (CE) 853/2004.

Este reglamento presenta una serie de requisitos de higiene o limpieza para los alimentos importados a la UE. Está basado en el sistema de Análisis de riesgos y puntos críticos de control (conocido como HACCP), el cual se aplica a las empresas de procesamiento, tratamiento, envasado, transporte, distribución y comercialización de productos alimenticios, es decir, a través de toda la cadena de valor del producto. Los exportadores de cacao en Centroamérica deben cumplir con los mismos requisitos de higiene que cumplen las empresas que producen en la UE.

Directiva específica para los productos de cacao: (CE) 2000/36.

Establece los requisitos para los productos de cacao y chocolate destinados al consumo humano. Esta directiva se refiere a la manteca de cacao, cacao en polvo, chocolate, chocolate con leche, chocolate familiar con leche, chocolate blanco, chocolate relleno, chocolate de taza, chocolate familiar de taza y el chocolate o praliné. (Arias, 2008, p. 7).

Oportunidades comerciales para el cacao

La industria mundial relacionada con el cacao es dinámica y viene experimentando un crecimiento razonable de la demanda de cacao de calidad, donde Costa Rica podría tener una mayor oportunidad de colocar su producción.

El mercado mundial del cacao orgánico representa una parte muy pequeña del total del mercado de cacao, estimada en menos de 0,5% de la producción total. Datos del ICCO estima que la producción de cacao orgánico certificado es de 15 500 toneladas, procedentes de los siguientes países: Madagascar, Tanzania, Uganda, Belice, Bolivia, Brasil, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Venezuela, Fiji, India, Sri Lanka y Vanuatu. El beneficio para los productores, es que el cacao orgánico tiene un precio más alto que el cacao convencional, por lo general van desde US\$100 a US\$300 extra por tonelada. (Carmioli, 2017, p.12)

Alemania ofrece grandes oportunidades a exportadores de granos de cacao interesados en este mercado, ya que depende de las importaciones de este producto para poder abastecer la demanda de su prominente producción y molido de cacao, además de poder responder a la demanda del mercado interno y lograr beneficios a través de las re-exportaciones.

El cacao es un cultivo de desarrollo sostenible en el cual los componentes de conservación, productivos e inclusión social mantienen un equilibrio y pueden ser identificados y apoyados por medio de la cadena de valor.

Este enfoque integral, sustentado en principios de biocomercio y orientado hacia el mercado, ofrece oportunidades de estimular una nueva generación de negocios verdes, capaces de contribuir a la biodiversidad y la adaptación al cambio climático. Los países latinoamericanos productores de cacao orgánico son: México, Panamá, República Dominicana, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Brasil, Perú y Bolivia, los cuales cuentan con las siguientes características, según lo reporta el ICCO en el año 2014:

- El 95,73% de la producción orgánica se ubica en América Latina.
- Representa el 17,14% de la producción mundial (4.157.700 t).
- Presenta una tasa de crecimiento de la producción del 6 al 9% al año.

En síntesis, el cacao orgánico costarricense cuenta con una gran cantidad de oportunidades de ser colocado en el mercado internacional y alemán en particular, dada la tendencia creciente en el consumo y la preferencia que este producto tiene dentro de los consumidores, por otro lado, las oportunidades se acrecientan aún más, en la medida que la oferta mundial se encuentra muy por debajo de la demanda.

Otro factor importante, que abre oportunidades para este producto, lo constituyen aspectos de carácter climático, del suelo, apoyo institucional y estatal, entre otros. Así como también, el marco de los tratados y acuerdos internacionales suscritos por Costa Rica. Además, el marco legal nacional e internacional que protege y estimula la actividad cacaotera, constituyen elementos decisivos en la apertura de nuevas oportunidades para este producto.

En la tabla 2 se indican las leyes, decretos, directrices y otros instrumentos que se relacionan con los ejes de las políticas y los temas prioritarios, lo cual resultan muy útiles para revisar el fundamento jurídico a nivel nacional e internacional para desarrollo de la actividad cacaotera nacional (Carmirol, 2017, p.4).

Tabla 2: Marco Legal de la Producción de Cacao

NORMATIVA	AÑO	TEMA RELACIONADO
Ley N°7064, Ley de Fomento a la Producción Agropecuaria (FODEA).	1987	Fomenta la producción de bienes agropecuarios, estímulo a los productores de estos bienes, incremento de la producción. Crea el Sector Agropecuario, sus mecanismos de coordinación sectorial, nacional y regional.
Cadena productiva de cacao, políticas y acciones, Sepsa.	2010	Define acciones prioritarias para intervención en la cadena productiva de cacao.
Política de Estado para el Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural Costarricense 2010-2021.	2011	Plantea desarrollar las condiciones técnicas y de servicios accesibles a los diferentes actores del sector agroalimentario, que propicien una producción moderna y competitiva en armonía con la naturaleza y orientada por las condiciones de mercado, lo que permita su vinculación con mayores beneficios económicos y sociales.
Decreto Ejecutivo 39230-C-MAG	2015	Declara de interés nacional la producción, procesamiento, comercialización y exportación del cacao y sus derivados
Políticas para el Sector Agropecuario y el Desarrollo de los Territorios Rurales 2015-2018.	2015	Establece los siguientes cinco pilares: Seguridad y Soberanía Alimentaria y Nutricional; Oportunidades para la Juventud del Agro y de los Territorios Rurales, Desarrollo Rural Territorial; y Adaptación y Mitigación de la Agricultura al cambio climático; y Fortalecimiento del sector agroexportador.
Política de Estado de Desarrollo rural territorial costarricense (PEDRT) 2015- 2030.	2016	Fomenta el desarrollo incluso de los territorios rurales, reconociendo y respetando sus características y la identidad cultural de su población, por medio de un sistema de articulación público-privado, que reduzca las desigualdades e inequidades económicas, sociales, culturales, ambientales y político-institucionales, mediante el desarrollo de capacidades y oportunidades para sus habitantes.
Convenio internacional del Cacao, Ley N° 9359.	Alcance N°204,3 de octubre 2016.	Promover la cooperación internacional en la economía del cacao.

Fuente: Sepsa, octubre 2016

Mercado alemán

El mercado alemán al ser uno de los miembros más importantes de la Unión Europea, establece la misma normativa de la UE, en lo que se refiere a las normas y requisitos comerciales a la importación de productos por parte de esta. Esas normas comerciales como se desarrolló anteriormente son de calidad, legislación alimentaria e higiene de productos y los requisitos comerciales son los fitosanitarios, técnicos, de empaque y etiquetado y medioambientales (ver las regulaciones y requisitos comerciales a la importación de cacao orgánico por parte de la UE)

Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y Europa

El AACUE regula las relaciones entre Centroamérica y la Unión Europea (UE) en tres ámbitos: diálogo político, cooperación y la creación de una zona de libre comercio entre la UE y los países de Centroamérica.

La base comercial del acuerdo tiene la particularidad de ser de aplicación de región a región, lo cual fortalece el proceso de integración económica de los países centroamericanos, promueve las relaciones comerciales entre las regiones y permite posicionar a Centroamérica como destino clave para inversión extranjera directa proveniente del continente europeo.

Entre la UE y los países centroamericanos Nicaragua, Honduras y Panamá el AACUE entró en vigor como lo previsto el 1° de agosto de 2013. Por otra parte, entró en vigencia para Costa Rica el 1° de octubre de 2013, según la Ley No. 9154 publicada en La Gaceta No. 133 del 11 de julio de 2013, para abril del 2016 firmaron 14 estados miembros.

A través de las negociaciones los países centroamericanos han llegado a establecer aranceles y otras barreras comerciales comunes. Por consiguiente, aparte de la consolidación de las relaciones con Europa, el acuerdo además significa una promoción de la integración regional para el conjunto centroamericano. Esta se espera que se dé, tanto en sentido comercial, como político.

Un desafío para Costa Rica es su no pertenencia al Parlamento Centroamericano (PARLACEN). El PARLACEN representa una de las instituciones más importantes para la integración regional, pero que no se ha podido desarrollar de manera decisiva debido a la no pertenencia costarricense, entre otras razones. Correspondiente al Parlamento Europeo en su función e importancia, el PARLACEN representa el principal negociador de la región en el marco del AACUE. Por consiguiente, Costa Rica se verá obligada a incorporarse de alguna forma a las decisiones y condiciones acordadas entre el PARLACEN y la UE.

Generalmente, el AACUE refuerza condiciones determinadas en acuerdos internacionales ya existentes y firmados por los estados miembros de Centroamérica y UE (entre otros OIT y la Convención de Estocolmo). Por lo demás, la parte comercial del tratado comparte el procedimiento en la abolición de obstáculos comerciales, que significará la liberalización del comercio birregional. Los aranceles establecidos entre las regiones se revocarían al entrar en vigor la aplicación provisional para el 48% de productos exportadores europeos y para el 69% de productos exportadores centroamericanos. Para los otros productos se ha acordado una reducción gradual arancelaria dentro de períodos de diez y quince años.

En el marco de las condiciones comerciales, aparte de regulaciones de mercancías y propiedad intelectual también se abordan factores que se focalizan, no tanto en el comercio mismo, sino en las circunstancias en las que se realiza. Aquí hay que mencionar, antes que todo, el desarrollo sostenible y la integración comercial en la región.

El diálogo político también forma parte del acuerdo. Entre los objetivos se encuentran el apoyo de las Naciones Unidas como institución multilateral, el establecimiento de iniciativas comunes a nivel internacional y la cooperación en asuntos de política exterior y de seguridad. Temas específicos, como la seguridad pública, el cambio climático y el manejo de recursos (política energética) o el fondo de crédito para la economía y finanzas con previstos como foco de interés.

El financiamiento del desarrollo regional se determina en dos artículos del acuerdo. Bajo el título “Financiamiento para el desarrollo” (Art. 18) se afirma el apoyo general a través de medidas políticas y normativas. Como objetivo se presenta el desarrollo de mecanismos nuevos e innovadores de financiamiento para una sociedad inclusiva.

En este sentido, El Fondo Común de Crédito Económico y Financiero (Art. 23), determina concretamente la ampliación de recursos para la lucha contra la pobreza y el desarrollo centroamericano, lo cual puede generar efectos positivos en el sector cacaotero costarricense. Mediante la participación del Banco Europeo de Inversiones, la Facilidad de Inversión de América Latina y la asistencia técnica de Europa a través del programa de cooperación regional para Centroamérica, se busca mejorar entre otros factores los

siguientes: la lucha contra la pobreza, el desarrollo centroamericano y el bienestar, tal como el crecimiento socioeconómico. Previo a la implementación del fondo, el AACUE prevé la creación de un grupo de trabajo para que se identifiquen y analicen las modalidades y el financiamiento del fondo. (El acuerdo de asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, 2017)

La cooperación entre ambas regiones se dará en el marco del diálogo político. A algunas áreas temáticas se les brindará mayor atención, como la seguridad, crecimiento económico, desarrollo sostenible y a la integración regional de Centroamérica. Como medidas para una cooperación exitosa se incluyen la asistencia técnica, la capacitación y la educación. En cuanto a los actores involucrados en el marco de la cooperación birregional se planifica incluir, aparte de las instituciones nacionales, también a la sociedad civil y a los municipios. El acuerdo de asociación se ha planteado como cooperación entre los países centroamericanos y la Unión Europea en los sectores comercial, político y social. Con la integración del diálogo político y de una cooperación diversificada se ha previsto fomentar el desarrollo integral y sostenible de los estados centroamericanos y crear una plataforma para el diálogo entre iguales. (El Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, 2017)

Regla de origen

Son aquellas normas definidas dentro del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y Europa de carácter preferencial que posibilitan la calificación de un producto como originario para acceder a las ventajas arancelarias del mismo. Esto implica que un producto que no tenga el estatus de originario de acuerdo con estas normas, no podrá beneficiarse de las preferencias previstas en el acuerdo comercial, teniendo en cuenta que dichas normas pueden variar de un acuerdo con otro. (España, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, s.f., p. 8).

A continuación, en la tabla 3, se describen las especificaciones de la regla de origen del cacao que se encuentran en el ACCUE

Tabla 3. Normas de Origen de América Central - Capítulo18

Partida SA	Designación de las mercancías	Elaboración o transformación aplicada a las materias no originarias que les confiere el carácter de originarias
capítulo 18	Cacao y sus preparaciones	Fabricación: • a partir de materiales de cualquier partida, excepto a partir de los materiales de la misma partida que el producto, y • en la cual el valor de todos los materiales del capítulo 17, excepto de los materiales de la subpartida 170230, utilizados no exceda del 30 % del precio franco fábrica del producto

Fuente: European Commission, 2017

Las dos primeras columnas de la Tabla anterior, hacen referencia al producto. La primera columna indica el número de la partida o del capítulo utilizado en el sistema armonizado, y la segunda columna, describe las mercancías que aparecen en la partida antes mencionada o en el capítulo de este sistema.

Certificado de origen

La Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), para el caso particular de Costa Rica, es a quien le corresponde la emisión del certificado de circulación de mercancías EUR 1(ver anexo 1), ya que esta es una de sus funciones. Esta emisión tiene como propósito certificar que una mercancía que se exporte a alguno de los estados miembros de la Unión Europea, califica como originaria de conformidad con el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea y sus estados miembros.

Además, es obligatorio la implementación de un procedimiento de certificación de origen, que a partir de la base de los principios de transparencia y eficiencia en el actuar, certifique el adecuado cumplimiento de los compromisos, así como la necesaria expedición de los certificados de circulación de mercancías EUR1, cuando se dé una exportación a alguno de los estados miembros de la Unión Europea. (PROCOMER, 2017)

Procedimiento de Exportación

Para la exportar al mercado de la UE y Alemania en particular, es de suma importancia tomar en consideración el procedimiento a seguir para beneficiarse de las preferencias arancelarias que otorga el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (ACCUE).

Específicamente para el cacao, en primer lugar, se debe verificar y autorizar en el punto de salida, por parte del Servicio Fitosanitario del Estado la exportación y reexportación de plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados, así mismo se deben presentar la factura, el BL y el certificado fitosanitario.

Posteriormente, se elabora la factura de acuerdo a los requerimientos de PROCOMER y por último el exportador se debe registrar ante dicha entidad como tal.

Al momento de realizar la exportación se debe presentar el producto para que sea inspeccionado en el punto de salida por el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE). Una vez que se tiene la inspección en tic@ se tramita el Dua y se realiza la misma, a espera del semáforo.

Todo lo anterior se debe realizar en concordancia a los requerimientos técnicos que la Ley General de Aduanas y el Reglamento de dicho documento imponen. Es importante, para efectos del procedimiento de exportación y de acuerdo a los propósitos de esta investigación, conocer varios artículos que son requerimientos a dicho proceso:

Artículo 111.- Concepto

“Se entiende por régimen de importación o exportación definitivos, la entrada o salida de mercancías de procedencia extranjera o nacional respectivamente, que cumplan con las formalidades y los requisitos legales, reglamentarios y administrativos para el uso y consumo definitivo, dentro o fuera del territorio nacional.” (Costa Rica, Ministerio de Hacienda, 2012).

“Artículo 112 —Declaración anticipada. La declaración aduanera podrá presentarse bajo el sistema de autodeterminación, según el artículo 86 de esta Ley, aunque las mercancías no hayan arribado a puerto aduanero o no se haya iniciado el procedimiento de exportación, cuando el declarante posea los documentos aduaneros o la información que deban presentarse con la declaración aduanera o consignarse en ella. Además, deberán indicarse los datos que identifiquen la unidad de transporte, el transportista y su fecha aproximada de llegada.” (Costa Rica, Ministerio de Hacienda, 2012).

“Artículo 342.-Formato general de la declaración aduanera La declaración aduanera de mercancías se efectuará sobre la base de la información requerida en los formularios y mediante las guías e instructivos autorizados por la Dirección General. El Formulario Único Centroamericano hará las veces de declaración, para todos los efectos, en las condiciones que establecen las normas centroamericanas.” (Costa Rica, Ministerio de Hacienda, 2014).

“Artículo 363.-Obligaciones Los exportadores acogidos a este régimen deberán: a. Presentar a la Dirección General anualmente los estados financieros del último período fiscal. b. Presentar a la Dirección General anualmente la certificación de contador público autorizado actualizada sobre el número y monto de exportaciones efectuadas por el exportador en el año anterior. c. Informar a la Dirección General, los cambios que se produzcan en los incentivos y beneficios de índole fiscal y a la exportación, que percibe. d. Contar con un lugar adecuado que reúna las condiciones para la inspección y carga de mercancías, (Así reformado el inciso anterior por el artículo 1° del decreto ejecutivo N° 34564 del 14 de mayo del 2008) e. Poner a disposición de la autoridad aduanera el personal, y el equipo necesario para efectuar el reconocimiento físico de las mercancías y el acceso al sistema informático del Sistema Aduanero Nacional.” (Costa Rica, Ministerio de Hacienda, 2014).

Legislación

Todo procedimiento de exportación, está sujeto a una legislación dentro del marco de las leyes y reglamentos vigentes en Costa Rica. Dentro de estos, se destacan la ley General de Aduanas del Ministerio de Hacienda y el Reglamento a la Ley General de Aduanas.

La entidad pública que se encarga del control y la fiscalización de las mercancías entrantes y salientes de un país es la Aduana. Esta institución es la que determina y recauda los tributos o impuestos aplicables a las mercancías. Es importante considerar que algunas de ellas están exentas de dicho pago y dependen de lo que la legislación indique al respecto.

Dicha legislación establece, de forma clara y precisa, el territorio en el cual la Aduana es responsable de llevar a cabo sus funciones, conocido como “territorio aduanero”; por lo tanto, controla a toda persona, unidad de transporte o mercancía que pase a través de su jurisdicción. (Ramírez, 2011, p. 13)

Auxiliares de la función pública

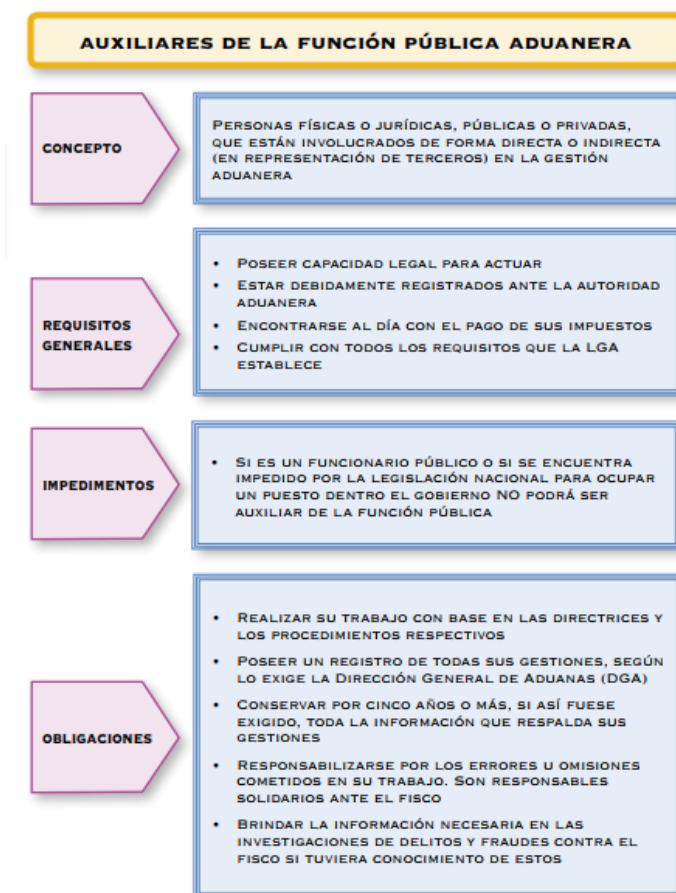
Dentro del sistema nacional aduanero se encuentra una serie de personas que prestan sus servicios a título personal o bien, a nombre de una entidad jurídica; cada uno de estos funcionarios, realizan funciones diferentes, que se complementan entre sí para ejecutar las operaciones aduaneras. Es a través de los auxiliares de la función pública aduanera, que el país asume los requerimientos diarios de las operaciones de comercio exterior.

Para desempeñarse en el ejercicio de auxiliar de la función pública costarricense, en la Ley General de Aduanas, se establecen las disposiciones generales de cada uno, los requisitos generales que deben cumplir, los impedimentos dentro del ejercicio de sus funciones y las obligaciones a las cuales se encuentran sujetos.

Esta ley en su título III, indica de manera precisa, las disposiciones generales con respecto a los auxiliares de la función pública costarricense. Como se puede observar en la

figura 1, las características antes señaladas aparecen descritas dentro de la Ley de forma puntual, con el propósito de definir de manera clara, el ámbito de acción de los auxiliares de la función pública costarricense.

Figura 1. Esquema que Expone Detalladamente las Disposiciones Generales a las que se Encuentran Sujetos los Auxiliares de la Función Pública.



Fuente: Teoría y Procedimientos Aduanales

Es importante señalar, las diferentes categorías existentes de auxiliares, cada una de estas categorías posee atribuciones específicas, que abarcan las distintas gestiones aduaneras que el movimiento de personas, vehículos o mercancías pueda requerir.

Los diferentes tipos de auxiliares de la función pública aduanera que están debidamente habilitados por la Ley General de Aduanas son: el agente aduanero, el

transportista aduanero, el consolidador de carga internacional, el depositario aduanero y los despachos de entidades públicas, así como otros que la ley faculte. (Ramírez, 2011, p. 34)

Entes gubernamentales

Las instituciones de gobierno que están directamente vinculadas al procedimiento de exportación, según la legislación y las funciones que de ellas se desprenden son:

COMEX (Ministerio de Exterior de Costa Rica): encargada de la implementación de las estrategias de comercio exterior de corto, mediano y largo plazo en Costa Rica.

PROCOMER (Promotora de Comercio Exterior): encargada de la promoción de exportaciones.

DGA (Dirección General y de Aduanas): tiene como objetivo administrar, planear y fiscalizar todos los tramites, procedimientos y auxiliares de la función pública que intervienen en el proceso de importación y exportación de Costa Rica, con el fin de que se cumpla las leyes, reglamentos y normas establecidas por ley en materia de comercio, dentro del territorio aduanero nacional.

MEIC (Ministerio de Economía Industria y Comercio): encargado de la correcta coordinación de las instituciones tanto del sector público como del sector privado que ejecuten los programas de apoyo a dichas empresas, teniendo como objetivo general el mejoramiento continuo y efectividad de estos programas.

DIGEPYME (Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa): brinda y desarrolla programas dirigidos específicamente a las PYMES: capacitación y asistencia técnica, comercialización, vinculación, educación formal, innovación, desarrollo tecnológico, financiamiento, información, cooperación internacional y encadenamientos productivos.

Bancos: La banca costarricense tiene programas de ayuda y soporte a las empresas como:

- Banca de comercio exterior: este tipo de programas pone a disposición servicios como: Transferencias internacionales de fondos, cartas de crédito, garantías internacionales, cobranzas, débitos automáticos y servicios de almacenes de depósito y agencia aduanal, esto con el fin de brindar un servicio integrado en materia de comercio internacional a sus clientes.
- Préstamos a la pequeña y mediana empresa: mediante programas de banca de desarrollo a los micros y pequeños empresarios de todo el país con actividades económicas diversas como: comercio, servicios, industria, ganadería, agricultura, entre otras, con el objetivo final de ayudar y dinamizar este gran sector de la economía costarricense.

La comercialización del cacao

La comercialización del cacao se realiza para los diferentes mercados, nacional e internacional, a través de cooperativas de productores y en forma independiente mediante productores individuales. Para 2016 han participado 18 empresas en la exportación de cacao y se realizaron envíos a 27 destinos, estas exportaciones se concentran, según datos de Procomer, en América Central (Nicaragua) y México. (Alpízar, 2016, p. 15)

En el caso de productores organizados, cuando el cacao va al mercado internacional, se requiere considerar, por un lado, contactar al comprador y por otro, formalizar contratos de venta. En estos contratos de venta se especifican los compromisos de ambas partes, así como los estándares de calidad, cantidad, el lugar y la fecha de entrega.

El cacao orgánico está orientado tanto al mercado nacional, como internacional. Este debe contar con certificado que lo acredite como tal. Para el cacao orgánico, se debe llevar un sistema interno de control para verificar que se cumple con las normas orgánicas. Este cacao es sometido a un proceso de fermentación, secado, clasificación y empaque para brindarle las condiciones óptimas de exportación. El cacao orgánico puede alcanzar sobreprecios de hasta 3,300 dólares por tonelada métrica.

Los principales demandantes de cacao son países europeos como Alemania, Italia, Francia y los Países Bajos. Es utilizado para la fabricación de chocolate, para lo cual requieren un producto de alta calidad.

En relación con la comercialización del cacao, es importante llamar la atención que la información disponible no especifica el tipo del cacao en grano que se exporta, sin embargo, es un hecho que el cacao costarricense que se comercializa en el mercado internacional como “fino y de aroma”, es muy cotizado por su calidad, aumentando las oportunidades de su comercialización.

Una vez establecida una relación comercial en la comercialización del cacao, es importante considerar las siguientes recomendaciones:

- Atraer a los clientes en el mercado para esto la organización debe realizar un análisis sobre las necesidades y deseos de los mercados meta y satisfacerlos, ofreciéndoles precio y entrega de productos y servicios apropiados, a mejor precio que la competencia.
- Producir lo que puede vender de acuerdo con la demanda del mercado; no se produce lo que uno quiere, sino lo que el mercado demanda.
- Tratar de satisfacer las necesidades y expectativas del mercado meta, innovando para atraer a los clientes.
- Estar atentos a los cambios en las demandas del mercado, mediante la investigación de mercado. Tener en cuenta las acciones de la competencia a través de sondeos, estudios y análisis permanente. (Comercialización del cacao: requisitos y costos de comercialización, s.f.).

Dentro del proceso de comercialización, es imprescindible conocer la clasificación de las partidas arancelarias de exportación e importación más importantes de los diferentes tipos de cacao son las siguientes:

1801: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.

1802: Cáscara, películas y demás residuos de cacao.

1803: Pasta de cacao, incluso desgrasada, también llamada licor de cacao.

1804: Manteca, grasa y aceite de cacao.

1805: Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.

1806: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. (Carmirol, 2017, p. 13)

Certificaciones: Costa Rica y Alemania

La certificación para el cacao orgánico es uno de los requisitos más importantes en el proceso de comercialización de este producto, tanto para el mercado nacional como para el mercado alemán. Por esta razón, todo productor de cacao orgánico está en la obligación de realizar dicha certificación, que le garantice tanto al importador como al consumidor final, que el producto es efectivamente de origen orgánico. Por este motivo, en la mayoría de los países del mundo es ilegal comercializar un producto rotulado como “orgánico” si no está certificado.

Es importante señalar que la certificación orgánica implica para el productor una inversión muy elevada, sobre todo para aquel productor cuyos volúmenes de producción son muy bajos.

La certificación puede realizarse únicamente por las agencias de certificación acreditadas ante el Ministerio de Agricultura de cada país. Una agencia certificadora acreditada es una empresa que cuenta con reconocimiento para garantizar por medio del cumplimiento de normas internacionales que la producción es orgánica y así emitir el sello que certifica la producción.

En Costa Rica existen seis empresas que realizan auditorías y certifican a empresas bajo los requerimientos de la certificación GLOBALG.A.P., como: Eco-Lógica, BCS Costa Rica e INCOTEC, entre otras.

Según Soto y Descamps (2011), en el manual para familiar productoras: Certificación orgánica: paso a paso, para realizar el trámite de certificación orgánica, el solicitante debe responder previamente el cuestionario llamado “Solicitud de certificación”. En el cual se solicita toda la información necesaria para ratificar que la finca o grupo de fincas cumplen con los requisitos para certificarse. Esta información contempla los siguientes aspectos:

- Información general del productor o productora: nombre y apellidos, dirección, teléfono.

- Información general de los cultivos de la finca, ya sean orgánicos, en transición o convencionales. Hay que indicar el tipo de cultivo, el área sembrada y la producción promedio de cada uno. Aquí es donde se indica qué cultivo(s) se quiere(n) certificar, considerando que la certificación es para el cultivo(s) y no la finca(s).
- Indicar si ya ha sido certificado antes o si es la primera vez.
- Dibujar un mapa o plano de la finca con la siguiente información: lotes (si son orgánicos o convencionales), tamaño de los lotes, cultivo de cada lote, cultivos de los vecinos (si son orgánicos o convencionales), ubicar el norte, la pendiente y la dirección del viento.
- Explicar, por cada parcela o por la finca entera, los cultivos sembrados y los insumos utilizados durante los cinco últimos años.
- Información sobre semillas y almácigos: Tiene que realizarse de forma separada para cada cultivo, ya sea orgánico o convencional:
La variedad (Ejemplo: Vainica variedad Opus).
El lugar donde compró las semillas (Ejemplo: Almacén El Colono, Guápiles).
La marca de las semillas (Ejemplo: Marca “Oro Verde”).
Indicar si son semillas orgánicas o no.
Indicar si usa semillas transgénicas también conocidas como Organismos Genéticamente Modificados (OGM) o no.
- Información sobre maquinaria: Indicar qué tipo de maquinaria o herramientas usa, si son propias o prestadas y si las usa también en labores convencionales.
- Información sobre el agua: Indicar qué usos se dan al agua en la finca, de dónde viene y si hay riesgo de que esté contaminada con químicos. (Si usa riego o si lava las hortalizas).
- Información sobre riesgos de contaminación química de los vecinos o de actividades convencionales en la misma finca.
- Explicaciones sobre la fertilidad: ¿qué tipos de abonos y fertilizantes usa? ¿Usa estiércoles frescos sin compostear? ¿Práctica la rotación de cultivos? ¿Tiene coberturas vivas?
- Explicaciones sobre el manejo de plagas y enfermedades: debe explicar cuáles son las principales plagas que atacan sus cultivos orgánicos, cómo las controla y con cuáles productos.
- Indicar si se han usado productos señalados como prohibidos por los ministerios de agricultura o regulados durante los cinco últimos años.
- Escribir una lista de posibles riesgos de contaminación. (Por ejemplo: vecinos que usan químicos, un río muy contaminado que inunda la parcela orgánica etc.).
- Información sobre el transporte de la cosecha: Hay que indicar si se usa algún tipo de transporte para la cosecha y qué medidas se toman para asegurar que no haya contaminación durante el transporte.
- Estimación de la cosecha: hay que indicar qué producción se espera para este año y el año próximo para cada cultivo certificado.
- Finalmente, hay que aportar el plan de manejo de la finca (este plan se verá más adelante). (Soto y Descamps, 2011, p. 11).

Las agencias certifican anualmente la producción. El inspector o la inspectora visita la finca una vez al año. Algunas agencias hacen una segunda visita de sorpresa. La persona que inspecciona, revisa la finca, los registros, las bodegas, los bordes de la finca, etc.

Existen otras certificaciones en el mercado alemán, tendientes a resaltar diversas características de los productos o a certificar procesos de producción. No existe, sin embargo, una certificación que regule todos los aspectos sociales, ambientales, de trazabilidad que muchas veces son exigidos por el cliente.

A continuación, se presentan otras de las certificaciones más comunes del mercado o requeridas por los compradores:

La GLOBALG.A.P. Es el programa de aseguramiento líder en el mundo, logrando que los requerimientos del consumidor se vean reflejados en la producción agrícola en una creciente lista de países (actualmente más de 120 en todos los continentes). <http://www.globalgap.org/es/who-we-are/about-us/history/>

La certificación International Food Standard o IFS por sus siglas en inglés, es una certificación que fue desarrollada por la Federación Francesa (FCD) y tiene como objetivo garantizar la seguridad alimentaria y monitorear los niveles de calidad, especialmente de los productos elaborados para las marcas de supermercados. La certificación aplica para todas las etapas de la elaboración de alimentos, incluyendo la producción agrícola. (Soto y Descamps, 2011).

CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

Partiendo desde la perspectiva de esta investigación, tanto el problema como los objetivos planteados, hacen referencia a dos cualidades esenciales del proceso de comercialización del cacao orgánico hacia el mercado alemán; se refieren específicamente, por un lado, a la identificación de la capacidad productiva del cacao costarricense y por otro a las oportunidades comerciales que este sector presenta. Por lo tanto, se considera que el enfoque debe enmarcarse dentro del paradigma naturalista o interpretativo, específicamente en el enfoque cualitativo, esto debido a la flexibilidad y dinamismo que este permite en el abordaje, tanto del problema, como de los objetivos. Como lo sugiere Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.40) “los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos.... La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.”

Método de la Investigación

Como se señala anteriormente desde la perspectiva de la investigación cualitativa, el diseño o método son formas de abordar el fenómeno social objeto de estudio. Estas deben ser según Hernández et al (2014, p.469) “flexibles y abiertas donde no hay fronteras o límites precisos entre ellos”. Esta investigación se ubica dentro del paradigma interpretativo, el cual representa o se deriva de la metodología cualitativa. Este paradigma es apropiado para estudiar los fenómenos sociales, al tratar de comprender la realidad, los sujetos investigados no sólo aportan datos, sino que sus percepciones constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal, además, los resultados de datos y la información obtenida terminan en la mejora de los propios sujetos. (García, 2013, p. 3)

En correspondencia, los alcances de este estudio son esencialmente descriptivos, ya que posibilitan una descripción rigurosa de la forma en que los productores y/o

involucrados en el proceso de comercialización del cacao orgánico, perciben y experimentan el contexto sociocultural, económico y comercial (oportunidades de inserción al mercado alemán), profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados.

Una vez definido el problema de investigación, objetivo general y específicos, se considera, que para su resolución y cumplimiento es necesario establecer una estrategia que permita y/o garantice su desarrollo de manera coherente, rigurosa y satisfactoria, que permite identificar la población muestral, las variables o unidades de análisis del proceso que se investiga y sus respectivos vínculos.

A partir del paradigma interpretativo, se diseña una estrategia que involucra los aspectos fundamentales de la recopilación de la información (instrumentos de recolección de datos) necesarios, tanto para la construcción del diseño de la investigación, como de los datos e información necesaria para la resolución del problema, como del cumplimiento de los objetivos planteados.

En ese sentido, se pueden distinguir varios momentos o etapas en dicha estrategia, como:

Una primera etapa contempla la revisión documental y bibliográfica sobre la producción del cacao, el proceso de comercialización y certificación y las exigencias del mercado europeo y alemán en particular, para su importación. Esta etapa es de una importancia estratégica en el proceso de desarrollo de la investigación, ya que, por un lado, implica un proceso de selección, interpretación y análisis de la documentación, y por otro, se constituye en el soporte teórico y metodológico de la misma. En esta etapa, se presta especial atención a la información relacionada con las oportunidades comerciales para el cacao orgánico de origen costarricense, así como la identificación de la capacidad productiva del sector cacaotero costarricense.

Como segunda etapa, una vez concluido el primer momento, en el cual queda definido el enfoque metodológico de la investigación, corresponde la selección de la muestra. Este proceso deberá considerar aspectos claves, tales como:

- La población objeto de estudio, que engloba tanto a productores de cacao orgánico y no orgánico de Costa Rica, como a funcionarios de instituciones públicas y privadas conocedoras e involucradas en el tema.
- La selección de la muestra. Este proceso implica considerar fundamentalmente quiénes son, cuántos son y dónde se ubican los productores de cacao. Otro elemento por considerar es que en Costa Rica existen tres zonas geográficas líderes en la producción de cacao, a saber: Huetar Caribe, Brunca y Huetar Norte.

En la tercera etapa se procede a la definición de las unidades de análisis y la elaboración del instrumento (cuestionario) y la técnica (entrevista), de acuerdo con el enfoque cualitativo de la investigación, el paradigma interpretativo y su alcance descriptivo.

La cuarta etapa implica contactar aquellos productores y funcionarios seleccionados en la muestra, para la realización de la visita y la entrevista. Este proceso implica una búsqueda exhaustiva en páginas de Internet relacionadas a la producción y comercialización de cacao. La página de Canacacao cuenta con información actualizada (nombres, correos electrónicos y números telefónicos) de funcionarios y productores asociados, además de colaboradores públicos y privados involucrados en proyectos de ayuda a la comercialización y de producción del cacao, lo cual orienta y contribuye a un primer contacto con los entrevistados.

La quinta etapa corresponde a la programación y realización, tanto de visitas, como de entrevistas con los sujetos definidos como muestra:

Región Huetar Caribe. APPTA (Asociación de Pequeños Productores de Talamanca) y PROCOMER.

Región Central. Hacienda Azul

Región Huetar Norte. Fimca

Región Brunca. Finca Venecia

Instituciones públicas y privadas. MAG, PROCOMER, CATIE, Canacacao.

Esta quinta etapa es la más importante en el desarrollo de la investigación, ya que es la que va a proveer toda la información que permita estudiar el fenómeno y alcanzar los

objetivos propuestos, mediante un proceso de descripción, interpretación y análisis de los resultados obtenidos a través de las visitas y entrevistas realizadas.

Muestra de la Investigación

Población

La población, en el ámbito de la investigación, se concibe o define como el conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales se presentan determinadas características que los identifican y los hace susceptibles de ser estudiadas.

Para efectos de esta investigación, la población objeto de estudio es el conjunto de todos los sujetos que se encuentran dentro o vinculados al sector productor cacaotero orgánico costarricense, ubicados en las tres regiones geográficas líderes (Huetar Caribe, Brunca y Huetar Norte) en la producción de cacao en Costa Rica, sean estos productores directos, comercializadores o funcionarios públicos o privados.

- Productores de cacao orgánico y convencional en Costa Rica
- Exportadores y no exportadores a Alemania.
- Expertos consultores del CATIE.
- Funcionarios públicos, privados y/o ejecutivos del MAG, PROCOMER, Canacacao, Cámara de Comercio costarricense alemana, entre otros.

Muestra

Resulta casi imposible en una investigación, estudiar a toda la población objeto de estudio, por lo que es necesario elegir una parte de dicha población (Muestra). La elección de la misma debe ser significativa y vinculada a los propósitos de la investigación. Por lo tanto, una muestra de investigación es una parte seleccionada y significativa de la población general.

En el caso particular de esta investigación, el criterio de selección de la muestra es intencional, no probabilística, ya que los objetivos propuestos hacen énfasis en dos cualidades fundamentales: capacidad y oportunidad de incorporarse al mercado alemán.

En ese sentido, el criterio de selección de la muestra responde, en primer lugar, a la variedad de cacao que se produce (orgánico), ya que aun cuando, en el desarrollo de la investigación se incorpora información de la producción cacaotera, en general, el énfasis está centrado en el cacao orgánico en particular. En segundo lugar, a la región en la que se produce, en este caso: Huetar Caribe, Central, Brunca y Huetar Norte. Esto se debe fundamentalmente, a las diferencias geográficas, climáticas, de suelos y culturales y, además, como se ha señalado, a que son las regiones geográficas líderes en la producción de cacao y orgánico en particular.

En tercer lugar, el criterio de selección de funcionarios públicos y privados, obedece a su conocimiento y su relación directa con la producción y comercialización del cacao en general y orgánico en particular, ya que, por las características propias de la investigación, es necesario contar con opiniones de expertos en la materia, que demuestren un conocimiento y/o experiencia vasta en el tema.

Tabla 4: Muestra de la Investigación

Entrevistado	Institución /Empresa	Características de la institución/ Empresa
Entrevistado 1	Funcionario de Procomer	Pilar de apoyo para las empresas costarricenses, en especial para las micro, pequeñas y medianas, en todo su proceso de internacionalización para conquistar los mercados internacionales.
Entrevistado 2,3	Funcionarios de la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca	Trabajan en la agricultura orgánica y en su desarrollo sostenible para brindar herramientas de conservación y fuentes de ingresos para el pueblo.
Entrevistado 4	Productor de Hacienda Azul S.A.	Exportador de semilla de cacao en sacos
Entrevistado 5	Consultor del CATIE	Realiza acciones en pro de poblaciones más vulnerables y necesitadas mediante su investigación, educación y cooperación técnica.
Entrevistado 6	Funcionario de Canacacao	Apoya al sector cacaotero de Costa Rica para impulsar su desarrollo sostenible y competitivo a nivel internacional y de esta manera favorecer el progreso socioeconómico de la región.
Entrevistado 7	Productor de Finca Venecia	Produce y comercializa cacao
Entrevistado 8	Productor de Finmac	Exportador de Semilla de cacao orgánico en sacos
Entrevistado 9	Funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Programa Nacional de Cacao	Responsable de promover la competitividad y el desarrollo de las actividades agropecuarias y del ámbito rural, en armonía con la protección del ambiente y los recursos productivos, como un medio para impulsar una mejor calidad de vida, permitiéndole a los agentes económicos de la producción, mayor y mejor integración al mercado nacional e internacional.
Entrevistado 10	Funcionario de Cámara de Comercio Costarricense Alemana	Brindar servicios a nuestros asociados y a las empresas costarricenses que buscan apoyo y asesoría para iniciar o fortalecer sus negocios con Alemania y la Unión Europea.

FUENTE: Elaboración propia con datos de la presente investigación.

Unidades de Análisis

Hernández et al. (2014) plantean que “Las unidades de análisis pueden ser personas, casos, significados, prácticas, episodios, encuentros, papeles desempeñados, relaciones, grupos, organizaciones, comunidades, subculturas, estilos de vida, etcétera.” (p.459). Por lo cual, para efectos de esta investigación las unidades de análisis son:

Capacidad productiva

La capacidad productiva es la cualidad que indica la cantidad, la calidad, variedades, la relación producción por hectárea, uso de tecnología y condiciones laborales. La capacidad de producción o capacidad productiva se entiende como el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. En esta investigación la capacidad productiva, como unidad de análisis es fundamental para comprender, describir e interpretar la gestión empresarial que realizan los productores de cacao orgánico en las diferentes zonas geográficas señaladas anteriormente, por cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así, tener oportunidad de optimizarlos.

En tanto a la unidad de análisis, la capacidad productiva permite dar cuenta de los incrementos y disminuciones de la misma, así como los factores que las provocan y que guardan estrecha relación con las decisiones de invertir o no en el proceso de producción (por ejemplo, la ampliación de las zonas de cultivo, viveros, mejoras en las instalaciones de secado y fermentación, elaboración propia de fertilizantes orgánicos, introducción de nuevas y mejores variedades de cacao). Además, se debe tener en cuenta la mano de obra e inventarios, entre otros.

Oportunidades comerciales

Las oportunidades comerciales son todas aquellas posibilidades que tiene el productor cacaotero orgánico costarricense de exportar al mercado alemán. Según los objetivos de esta investigación, estas posibilidades tienen una estrecha relación con

aspectos vinculados a la producción, propiamente dicha, así como las políticas de importación de productos orgánicos por parte de la UE y Alemania en particular.

En relación con la producción del cacao orgánico, los aspectos por considerar serían la capacidad productiva, la calidad del producto, la variedad, la trazabilidad, las condiciones de producción y procesamiento (fermentación, secado y empaque), así como también el precio del producto, comparado con otros productores que compiten en el mercado internacional. Además, la certificación deber ser otro aspecto que garantice efectivamente, que es un producto de carácter orgánico y cuya producción cumple con los estándares internacionales en materia ambiental. Por último, demostrar la capacidad de comercialización, la ejecución de trámites de exportación y contar con amplio conocimiento sobre la cadena de distribución.

Con respecto a las oportunidades de ingreso al mercado alemán, se debe considerar en primer lugar, el aumento de la demanda de productos orgánicos, que como se ha señalado, Alemania es el segundo país importador más importante de estos productos a nivel mundial y, además, que la oferta global de cacao orgánico, no es capaz de satisfacer dicha demanda. En segundo lugar, se debe considerar las políticas de importación de productos orgánicos, tanto de la UE como de Alemania en particular, así como también el acuerdo de asociación económica entre la UE con Centroamérica (ACCUE), las regulaciones, requisitos de carácter técnico: etiquetado de productos alimenticios, medioambientales, normas de calidad y fitosanitarios.

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Se considera, de acuerdo con el enfoque y las unidades de análisis que dan soporte a la investigación, que el instrumento fundamental por utilizar es el cuestionario abierto semiestructurado y la técnica es la entrevista.

El cuestionario es el instrumento básico utilizado en la investigación. Es un documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la entrevista, consiste en una serie de preguntas abiertas que permiten recabar

datos, información y puntos de vista que contribuyan a alcanzar los objetivos de la investigación.

La entrevista cualitativa es un espacio de diálogo para intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado. Como herramienta, permite recolectar datos de carácter cualitativo, que se emplean, generalmente, cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo. Esta técnica permite a través de preguntas y respuestas, una mayor comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema. (Hernández et al, 2014, p. 403)

En resumen, se puede definir la entrevista como la conversación de dos o más personas. Es una técnica de comunicación que requiere conocimientos y destrezas de comunicación verbal, un guion estructurado y tener una finalidad específica. Por otro lado, el cuestionario, es un instrumento excelente en la investigación cualitativa.

Proceso para la Recolección de Datos

Si bien, dentro de la perspectiva cualitativa, la recolección de datos se produce esencialmente en el espacio natural de la población muestral, otra fuente importante la constituye la información bibliográfica y documental que contribuye y complementa al soporte teórico e interpretativo de la investigación.

Desde este punto de vista, en el proceso para la recolección de datos, se distinguen dos escenarios. Por un lado, la recolección bibliográfica y documental, que se obtiene en los sitios especializados y que guardan estrecha relación con el objeto de estudio, entre ellos se destacan: Páginas electrónicas, bibliotecas (virtuales y/o físicas) y centros de documentación. Como, por ejemplo, Centro de Documentación y Biblioteca de la Universidad Nacional, UNA, Biblioteca del CATIE, del MAG y la Red Informativa de Procomer.

Por otro lado, en esta investigación, la fuente principal de datos es la entrevista, como sugiere Hernández et al. (2014, p. 397) “Sí, el investigador es quien, mediante

diversos métodos o técnicas, recoge los datos (él es quien observa, entrevista, revisa documentos, conduce sesiones, etc.). No sólo analiza, sino que es el medio de obtención de la información”. En ese sentido, esta recolección se llevará a cabo, una vez concertada la fecha y la hora en el espacio natural de los entrevistados, según la población muestral, ya sea en el sitio de las empresas productoras o bien, en las instituciones en que laboran los expertos seleccionados.

Una vez realizado el contacto inicial con el entrevistado y explicado el objetivo de la entrevista, se le solicitará el consentimiento correspondiente para que la conversación o dialogo pueda ser grabado, con el propósito de contar con un registro fidedigno de la conversación. Además, es necesario informar al consultado que la entrevista tendrá un carácter privado y anónimo para que este se exprese con plena libertad acerca de los tópicos tratados.

Posteriormente a la realización de la entrevista, se desarrollará para cada una de ellas, un proceso de audición y transcripción de la misma, con el propósito de ser procesada y analizada en función de las unidades de análisis y las categorías que orientan la sistematización de la información. Ver cuestionario, apéndice 1.

Método de Análisis de la Investigación

La información obtenida fundamentalmente a través de las entrevistas realizadas en el campo, va a generar una gran cantidad de información valiosa y muy variada por las características propias de esta investigación de carácter cualitativo. Por esta razón, la sistematización de dicha información, se realizará mediante un procedimiento escrito de definición, descripción y análisis de la misma, a partir de las unidades de análisis que comprende la investigación y que tienen como referente tanto el problema como los objetivos planteados.

Como se señala anteriormente en esta investigación, se plantean dos unidades de análisis, oportunidades comerciales y capacidad productiva, y se designan siete y seis categorías respectivamente (ver tabla: Unidades y categorías de análisis). De esta manera,

el método de análisis de la investigación consistirá en un proceso de análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas con la muestra de investigación:

- Presentación de la tabla de unidades de análisis y categorías. En esta tabla se presentan gráficamente los objetivos de la investigación, así como las unidades de análisis y las categorías que le corresponden a cada uno de ellos.
- Se realizará un análisis por separado de cada una de las unidades análisis, mediante un proceso de definición y descripción exhaustiva.
- Se incorporará en cada una de estas unidades de análisis las categorías correspondientes, introduciendo frases claves de los entrevistados, que guardan estrecha relación, tanto con el objetivo como con la unidad de análisis correspondiente.
- Posteriormente, se realiza un análisis para cada categoría abordada, interpretando los resultados a la luz de los objetivos propuestos con la utilización del o los referentes bibliográficos que le den fundamento a la investigación.
- Por último, una vez concluido todo este proceso, se llevará a cabo una interpretación y análisis de la información en su conjunto.

CAPÍTULO IV - ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este capítulo corresponde al análisis de los resultados que arrojan las entrevistas realizadas a partir de la muestra de la investigación. Para efectos metodológicos, en el desarrollo de este capítulo, se ejecuta el siguiente procedimiento: en primer lugar, se presenta la tabla que ilustra las categorías que surgen de cada unidad de análisis establecida, a partir de los objetivos específicos que orientan la investigación.

En segundo lugar, se procede a describir y analizar cada categoría de análisis. Para la realización del mismo, se confronta el contenido de las respuestas expresadas por los entrevistados, con la teoría que le da el sustento científico a la presente investigación. Por último, una vez descritas y analizadas cada una de las categorías se procede a su interpretación, con el propósito de interrelacionar las categorías en función de la resolución del problema de investigación.

Tabla 5: Unidades y Categorías de Análisis

Objetivo	Unidad	Categorías
Identificar la capacidad productiva del cacao orgánico costarricense, con miras a la exportación hacia el mercado alemán al primer trimestre de 2017	Capacidad productiva	1. Cantidad de hectáreas 2. Volumen de Producción 3. Cantidad de Productores 4. Variedades de cacao 5. Procesamiento del cacao 6. Tecnología de procesamiento 7. Calidad del cacao
Determinar las oportunidades comerciales que presenta el cacao orgánico costarricense en el mercado alemán.	Oportunidades comerciales	1. Apoyo estatal o privado 2. Requisitos y regulaciones de exportación 3. Proceso de certificación 4. Capacidad para exportar al mercado alemán 5. Comercialización del cacao 6. Requisitos para ingresar al mercado alemán. 7. Presencia de cadmio 8. Precio del cacao en el mercado internacional

Unidad de Análisis 1: Capacidad Productiva

La capacidad productiva hace referencia al rendimiento máximo que la actividad cacaotera orgánica puede alcanzar, en correspondencia con el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos de los que se disponen en la organización y así, tener oportunidad de optimizarlos.

Como unidad de análisis, la capacidad productiva permite identificar los incrementos y disminuciones de la misma, así como los factores que intervienen y que guardan estrecha relación con las decisiones de invertir o no en el proceso productivo y, por ende, ampliar o limitar las posibilidades de exportar hacia el mercado alemán el cacao orgánico costarricense.

En este sentido, para efectos de operacionalización de esta unidad de análisis, se derivan siete categorías de análisis que permiten dar cuenta de todos los elementos o factores que intervienen en la capacidad productiva de la producción de cacao orgánico en Costa Rica, para el primer trimestre de 2017. Estas categorías son:

1. Cantidad de hectáreas
2. Volumen de producción
3. Cantidad de productores
4. Variedades de cacao
5. Procesamiento del cacao
6. Tecnología de procesamiento
7. Calidad del cacao

Categoría 1: Cantidad de hectáreas

Descripción.

Uno de los factores más importantes en relación con la capacidad productiva, lo constituye el número de hectáreas dedicadas al cultivo de cacao. Por esta razón, con esta categoría se pretende identificar, según las afirmaciones tanto de productores, como de funcionarios entrevistados, la cantidad aproximada de hectáreas cultivadas de cacao, en las diferentes regiones geográficas de Costa Rica (Huetar Caribe, Central, Brunca y Huetar Norte), de acuerdo con la localización de cada entrevistado. A partir de las entrevistas realizadas, las respuestas obtenidas en relación con esta categoría son las siguientes:

“...Pero andan alrededor de 1200. (Entrevistado 3)

“... o sea, en total tenemos como 40 hectáreas sembradas, de las cuales, como 35 ya están en producción...” (Entrevistado 4)

“...de Talamanca, anda por ahí, de 900 a 1200 productores y hectárea y media de cada uno, más o menos...” (Entrevistado 5)

“Trabajamos con 199 agricultores y en promedio tienen 1.9 hectáreas cada uno. Entonces, el área, nuestra área de influencia son 378 hectáreas.”. (Entrevistado 6)

“Por el momento tenemos 14 hectáreas sembrado.” (Entrevistado 7)

“Más o menos 110 hectáreas”. (Entrevistado 8)

“No, no tengo idea.” (Entrevistado 10)

Análisis

Como se desprende de las afirmaciones que brindan los diferentes entrevistados, la cantidad de hectáreas cultivadas de cacao, tanto convencional como orgánico, varía sustancialmente de una región a otra, siendo en la región Huetar Caribe donde el número de hectáreas cultivadas es muy superior a las demás regiones. Este fenómeno obedece fundamentalmente a la tradición histórica de este cultivo en esta región, aun cuando, como se ha señalado, en la década de 1970, fue gravemente afectada por el hongo de la Monilia.

Para efecto de análisis, es importante considerar que no necesariamente exista una relación directa, entre el número de hectáreas cultivadas con el nivel de productividad alcanzado, en otras palabras, que, a mayor número de hectáreas cultivadas, corresponda necesariamente a una mayor productividad. En ese sentido, en Costa Rica, existen pocas pero relevantes fincas con niveles de productividad muy superiores al rendimiento promedio nacional. Ninguna finca a nivel nacional puede ser considerada como un gran productor, dentro de los cuales se pueden citar las siguientes: Finmac S.A. en Guácimo (Huetar Caribe) cultiva 120 ha de cacao orgánico, Finca La Amistad en Bijagua de Upala (Huetar Norte) 50 ha y la Finca La Dorada en Pocosol de San Carlos (Huetar Norte) con 80 ha.

Más aún, en la información que se desprende del VI Censo Nacional Agropecuario del 2014, el área sembrada de cacao en Costa Rica eran 3 179,6 has distribuidas en 3 041 fincas, de las cuales 2 550,9 hectáreas se encontraban en edad de producción. La región Huetar Caribe (provincia de Limón) es la que presenta mayor área sembrada y en edad de producción y es, además, la que presenta el 43,3% de las plantas dispersas de cacao a nivel nacional, por lo que es la región con mayor concentración de la actividad cacaotera del país. (Carmioli, 2017, p.43)

Categoría 2: Volumen de producción

Descripción.

Otro factor que juega un papel importante en la capacidad productiva es el volumen de producción de las diferentes fincas productoras de cacao. Esta cantidad de producción corresponde al número de toneladas de cacao en correspondencia al número de hectáreas cultivadas. Según los diferentes criterios expresados por los entrevistados, este corresponde tanto a cultivos de producción individual, como a cultivos correspondientes a un gran número de miembros de asociaciones de productores de cacao.

“El año pasado fueron casi 80 toneladas, fueron 79 punto 9 algo, no alcanzamos las 80 toneladas, eso es un poco difícil, hemos venido bajando costos para poder seguir adelante.” (Entrevistado 2)

“Andamos como 150 mil toneladas al año.” (Entrevistado 3)

“El año pasado sacamos aproximadamente 30 toneladas de cacao” (Entrevistado 4)

“Estas producen aproximadamente 300 kilos por hectárea por año, 113 toneladas.” (Entrevistado 6)

“De esta apenas son 4 hectáreas en producción y de esto 4 hectáreas, sacamos al año como 7 toneladas.” (Entrevistado 7)

“...y voy a decir más o menos 100 / 110 toneladas de cacao”. (Entrevistado 8)

Análisis

Se desprenden algunos resultados a partir de los números señalados por los entrevistados, que marcan una gran diferencia entre unos y otros. Quedan en evidencia las grandes diferencias expresadas en lo que se refiere al volumen de la producción, con

relación al número de hectáreas cultivadas, esto se debe fundamentalmente a que las diferencias en el rendimiento por hectárea, es decir, el nivel de productividad, además del tamaño de las fincas tiene que ver con otros factores, tales como el mantenimiento, una poda apropiada, el clima, calidad del suelo, la sombra, el uso y calidad de fertilizantes, etc.

Otro aspecto importante de señalar es la dificultad que algunos de los entrevistados expresan de mantener un volumen meta y menos aún, una producción de carácter ascendente. Esta situación, en el caso de la región Huetar Caribe, está estrechamente vinculada a las condiciones de pobreza de la mayoría de los productores, originarios de la zona, en contraste con otros productores particulares de otras regiones, que en su mayoría son europeos que cuentan con los recursos y conexiones en Europa para comercializar el cacao que producen, ya sea en grano o producto terminado.

Otra limitante para el aumento del volumen de producción está relacionada con el clima, ya que como se ha señalado, el cacao se desarrolla mejor en los climas tropicales húmedo, pero también este clima lo puede afectar severamente. Debido a lo anterior, cabe destacar que la producción nacional no es significativa para las necesidades de la industria nacional ni para la producción mundial. El rendimiento nacional se estima en 273 kg/ha con mucha variabilidad entre las zonas productoras, donde posiblemente el cantón de Talamanca presenta la productividad más baja, dada la característica de cultivo de subsistencia en sistemas agroforestales (100 kg/ha) y la alta incidencia de Monilia, manejo de plantaciones inadecuada y densidades de siembra muy bajas, entre otros. (Carmirol, 2017, p.36)

Categoría 3: Cantidad de productores

Descripción

Esta categoría de análisis hace referencia a la población de productores de cacao convencional y orgánico que se distribuyen en las regiones y cantones donde se desarrollan las plantaciones, las cuales son: la región Huetar Caribe (Talamanca, Limón, Matina, Siquirres, Guácimo y Pococí), Huetar Norte (Upala y Guatuso) y la Brunca (Buenos Aires,

Corredores, Golfito y Pérez Zeledón). Las respuestas que a continuación se citan, ilustran el criterio de los informantes muestra y que se ubican o corresponden a las regiones geográficas señaladas:

“Sé que ellos son aproximadamente son 92 productores que están asociados a esta asociación. No tengo la seguridad del número exacto, pero sí sé que son una gran cantidad de agricultores, que como objetivo final es tener esta producción orgánica, que es como requisito fundamental que les da APPTA para poder comprarles el producto, tanto cacao en baba, como producto seco.” (Entrevistado 1)

“Son alrededor de 950 productores y no genera mucho. No es mucho, porque el cacao todavía sigue siendo afectado por la monilia.” (Entrevistado 2)

“Pero eso no quiere decir que ahí estén todos los productores, pero para los productores organizados de Talamanca, anda por ahí, de 900 a 1200 productores” (Entrevistado 5)

“Yo no estoy muy seguro en esta zona, pero me parece que andan, que son como 30 productores. Lo que no se es cuantos son orgánicos como yo, no tengo el dato.” (Entrevistado 7)

“Bueno, yo no tengo idea de la cifra exacta de toda la región, pero lo que es aquí en la zona de Upala, por lo que yo me he enterado, yo calculo que andan por ahí de, entre 250 y 300 productores...” (Entrevistado 8)

Análisis

Debido a la carencia de un censo cacaotero reciente, posterior al censo realizado en el 2014, se calcula que en Costa Rica alrededor de 2.000 familias se dedican total y parcialmente al cultivo. De las cuales, unas 1200 familias están asociadas en Talamanca, unas 100 en la Zona Norte a cooperativas cacaoteras. En la Zona Sur, los productores son pequeños y no asociados. Además, existen 3 041 productores, que están interesados en la recuperación e incremento del cultivo. (Carmirol, 2017, p. 64). Un gran número de estas

familias lo hacen bajo sistemas agroforestales diversificados y otros cultivos de subsistencia, lo cual tiene grandes repercusiones negativas en cuanto a su capacidad productiva.

Una cualidad importante de ser resaltada acerca de la población productora de cacao que exporta a Europa, es la opción organizativa que asumen, fundamentalmente a través de asociaciones o bien, cooperativas, lo que contribuye a brindarle una mayor cohesión de grupo y mayores posibilidades de mantenerse en la actividad.

En relación con la cantidad de productores de cacao orgánico, resulta sumamente difícil de precisar, ya que según la información que se presenta en el último censo (VI Censo Nacional Agropecuario, 2014), esta información no contempla específicamente la diferencia entre las fincas productoras de cacao convencional y de cacao orgánico. Fundamentalmente obedece a que la producción de cacao orgánico en Costa Rica (con excepción de APPTA), la mayoría son pequeños productores y dispersos en todas las regiones del país. Por ejemplo, La Finca Venecia, ubicada en Osa, solamente cuenta con 4 hectáreas destinadas a la producción de cacao orgánico.

Categoría 4: Variedades de cacao

Descripción

Esta categoría se refiere a las diferentes variedades de cacao, que, según los productores entrevistados, se producen. Estas variedades tienen una importancia decisiva en la capacidad productiva del sector cacaotero, sobre todo como mecanismo para asegurar una producción de mayor calidad, más resistente y más productiva. Entre las variedades más comunes mencionadas por los entrevistados son: Criollos, Forasteros, Trinitarios y las variedades del CATIE, las cuales son clones genéticamente modificados para hacer árboles más productivos y más resistentes a enfermedades. Así lo expresan los diferentes entrevistados.

“Si sé que existen varias variedades, pero las desconozco.” (Entrevistado 1)

“..., entonces en síntesis lo que tenemos son trinitarios.” (Entrevistado 2)

“... tenemos criollos, tenemos un poco de forasteros y ahora hay un nuevo material del CATIE que se está incluyendo”. (Entrevistado 3)

“Tenemos las 6 y algunas más del CATIE, todas son del CATIE, son clones, los clones famosos, que se supone que son resistentes...” (Entrevistado 4)

“...clones como el CCN51, que son clones que se han venido propagando mucho, por el tema de que son muy resistentes a la moniliasis” (Entrevistado 5)

“Cacao trinitario, híbrido y clonal.” (Entrevistado 6)

“Nosotros tenemos los 6 clones del Catie, es un cacao trinitario. Tenemos un parte criollo...” (Entrevistado 7)

“Son trinitarios, variedades trinitarias. Se caracterizan por alta producción, buena calidad, y ¿qué más? Y si, alta producción”. (Entrevistado 8)

“Usa las mismas que están sembradas en Costa Rica. Entonces hay una mezcla, hay cacao criollo, cacao Matina, híbridos del CATIE y clones del CATIE y, además, digamos, en el caso de la finca de Hugo Hermelink, son clones sacados de los híbridos, una selección que el hizo, especifica.” (Entrevistado 9)

“No, tampoco tengo idea.” (Entrevistado 10)

Análisis

Como se desprende de las diversas repuestas de los entrevistados, hay una marcada tendencia al uso de diferentes variedades en la actividad cacaotera, esto se debe fundamentalmente a la necesidad de incrementar los niveles de productividad (rendimiento)

y producción (áreas y volumen). Es un hecho que la incorporación de nuevas variedades de cacao guarda estrecha relación con la productividad. (Nadurille, 2010, p. 21).

En este sentido, es destacable el papel que ha jugado desde sus orígenes el CATIE, en la investigación de nuevas y mejores variedades de cacao, como por ejemplo los clones P-7 (un altísimo potencial de producción, pero muy susceptible a la moniliasis), R4 y R6 (muy resistentes y productivos), lo cual ha tenido un impacto muy positivo en dicha actividad. (Villalobos y Orozco, 2012, p. 19)

Por otro lado, llama poderosamente la atención dos respuestas de los entrevistados, que dicen desconocer las variedades existentes en el país, sobre todo, si se tiene en cuenta que son funcionarios de instituciones que, por su carácter, deberían tener conocimiento sobre el tema.

Categoría 5: Procesamiento del cacao

Descripción

El procesamiento del cacao, es la etapa final del proceso productivo. Es en este momento, donde se materializa la calidad del producto terminado. En términos generales, este proceso consiste en la recolección de las mazorcas, extracción de la baba, fermentado, secado, tostado (según sean los requerimientos del cliente) y empacado.

Es importante señalar, que algunas de las respuestas que se presentan a continuación, pueden resultar en exceso detalladas. Sin embargo, estas son transcritas de esa manera, por el carácter estratégico y fundamental que tiene el procesamiento del cacao dentro del proceso productivo y como categoría de análisis a nivel metodológico de la investigación propiamente dicha.

“...los insumos para lo que es la producción son totalmente orgánicos, como bien lo dice la palabra, y bueno, después pasa por el proceso normal ¿verdad? Lo que es la recolección de la mazorca, la extracción de la pulpa, luego se pone a fermentar en cajas de

madera, luego de que se fermenta tiene una cantidad de días aproximados para la óptima fermentación de la semilla, luego pasa paneles de secado. Algunos paneles de secado son como invernaderos algunos otros no, funcionan directamente al contacto con el sol...”
(Entrevistado 1)

“En primer lugar, tiene que estar cultivado sin uso de agroquímicos, ese es el primer paso y luego que en el proceso tiene que manejarse todo sin la utilización de productos químicos. En el caso de nosotros, lo único que hacemos es que nosotros hacemos algunos productos, utilizando los mismos desechos y lo que traemos de afuera, los elementos que traemos de afuera para lo que hacemos es roca fosfórica, camac, roca de silicio y melaza. Después utilizamos las semillas, las cáscaras...” (Entrevistado 2)

“El acopiador pasa el día de la compra, pesa el saco; tenemos una ficha el cual identifica el saco y es un consecutivo hasta que llegue a cada planta. Luego, tenemos un acopiador interno que se llama Yorleny, ella verifica que cada saco cumpla con las normas y que el productor que esta facturado, en realidad, aparezca en la lista de los productores orgánicos. Entonces acá solo tenemos el ultimo filtro en la parte de recepción que igual verificamos...” (Entrevistado 3)

“Bueno, el cacao, lo sacamos... la fruta, se cosecha la fruta, la llevamos... los peones la cortan, hay que cortarla, no hay que arrancarla, eso es importante..., la sacan, van llenando sacos y lo sacan a la orilla, después pasa el tractor, lo recoge y las llevamos todas y después todos los mismos que cosecharon, llegan y empezamos a quebrar fruta y saca la famosa baba. La baba va a cajones, tenemos cajones, te mentira los tamaños, pero le caben más o menos 4000 a 4500, la baba de 4000 a 4500 frutas, a cada cajón. Entonces, depende de cuánto se cosecho ese día... generalmente son como 2 cajones que se sacan... de ahí, viene el fermento, en esos cajones se fermenta. El fermento tarda entre 5 a 7 días, dependiendo de... casi siempre son, al sexto día están listos. De ahí lo sacamos del cajón, le damos una lavada...” (Entrevistado 4)

“...lo que tenemos en Latinoamérica, posiblemente usted lo vio, son algunos cajones de madera y por allá, algunos secadores que pueden aprovechar el sol y algunos otros

secadores con vapor de agua o algún otro tipo de aire caliente que pueden secar el producto y restarle humedad.” (Entrevistado 5)

“El producto en campo empieza así: con vivero, siembra la semillita, se deja frescar en un jardín clonal; estamos buscando ahí, reproducir patrones con resistentes a enfermedades de suelo. Luego, en el vivero, se acomodan. Una vez que están listas y tienen la edad suficiente para empezar a ser clonadas, injertadas se llama eso, se toma material genético de jardines clonables identificados...Una vez que este empieza a producir, se corta aquí, entonces queda a partir de este punto aquel árbol y a partir de este punto el otro... El objetivo principal de clonar es reproducir material productivo. Después de ahí habrá un tiempo de espera hasta que el árbol produzca...Luego se cosecha. Luego inicia un proceso de poscosecha, la forma en que lo hacemos nosotros, son unos cajones de fermentación de madera neutra, que no huela, para que no le den olores o sabores especiales. Se ponen en el primer cajón, se ponen hojas de plátano, y otros elementos para que haya mayor actividad de bacteria y lo deja ahí. Esto tiene un olor rico, agradable, es como un vinagre rico durante un tiempo, es como muy dulce los primeros días, luego hay un encadenamiento químico, son azúcares que se transforman en alcoholes. A través de un termómetro se controla la temperatura, cuanto más actividad bacteriana hay, más calienta y llega el momento donde la bacteria aeróbica esta comprimida, se consumió, entonces la temperatura se estabiliza y es el momento de, para producir muy buen cacao, moverlo a un siguiente cajón para que se oxigene bien y las bacterias aeróbicas se reactiven. Porque si no, actúan bacterias anaeróbicas que generan sabores ácidos no deseados. Hay un poquito de arte ahí. Luego hay un control al final del proceso, hacemos una prueba de corte donde vemos si por buen camino la fermentación, cortamos unos granos y nos fijamos donde se produjo este proceso de los ácidos que mataron el embrión, la coloración y luego se ponen en los cajones de secado. Intentamos un secado lento, en nuestro caso, tarda unos 10 días...Luego se vierten en el saco para ser empacado, ya el cacao seco. Y luego cada uno tuesta como quiera, hay un montón de técnicas de tostado; se saca la cascarilla, se refina, se baja el grosor de las partículas, luego hay un proceso donde se le agrega azúcar y leche por la receta que sea, se moldea y se produce el chocolate. Es típicamente el camino.” (Entrevistado 6)

“Nosotros cosechamos en el campo, lo abrimos en el campo, le llevamos al beneficio, lo fermentamos en caja de madera y lo secamos al sol.” (Entrevistado 7)

“Igual que el cacao convencional, ósea se saca la fruta se fermenta en cajón de madera, se seca con aire limpio, después, bueno, yo en parque industrial, después nosotros lo tostamos, le quitamos la cascarita, lo molemos y lo esterilizamos con calor y al fin lo empacamos.” (Entrevistado 8)

“Si, el cacao, digamos, se cosecha, se parte la mazorca, se lleva al centro de acopio en baba, ahí se fermenta, luego se seca y luego, depende, digamos en el caso de APPTA llega hasta ahí, hasta el cacao seco en grano y se ensaca...” (Entrevistado 9)

“No, tampoco tengo idea” (Entrevistado 10)

Análisis

Se infiere, de las diferentes respuestas señaladas, que existe una gran coincidencia en las diferentes etapas que involucra el procesamiento del cacao, ya sea este convencional u orgánico. Sin embargo, es importante destacar las diferencias que se presentan de un productor a otro o de una empresa a otra en este proceso.

Estas diferencias quedan claramente establecidas en el conocimiento que se posee y en las condiciones y recursos financieros con que se cuenta, tanto de infraestructura (instalaciones, área de secado, tecnología para el tostado y fermentación, entre otros) como la calidad y la cantidad de mano de obra incorporada al proceso. Todo ello tiene un impacto directo en la calidad, comercialización y, por ende, en las oportunidades comerciales en el mercado alemán. (Descamps, s.f, p. 4)

Categoría 6: Tecnología de procesamiento

Descripción

La tecnología, hoy juega un papel muy importante en los procesos productivos en general; sin embargo, en lo que se refiere a la producción cacaotera costarricense, según el criterio expresado por productores y funcionarios entrevistados, su participación es sumamente escasa o rudimentaria. Generalmente, la incorporación tecnológica se reduce exclusivamente “a cajones de madera para fermentar”, termómetros y en algunos casos hornos de secado, ya que, fundamentalmente se utilizan recursos naturales tales como el viento, el sol, la sombra y mano de obra intensiva, entre otros.

“...la intervención tecnológica prácticamente es nula, porque es sumamente artesanal el procedimiento que ellos tienen con la manipulación del producto.” (Entrevistado 1)

“Es una tecnología muy simple, sencillamente dar una adecuada fermentación.” (Entrevistado 2)

“...termómetros donde el cual medimos la temperatura desde que inicia fermentación hasta que termina el secado, por ese lado controlamos lo que es temperatura y tenemos un sistema de secado, de secador, que es muy innovador” (Entrevistado 3)

“... todo es así, muy rudimentario, nada... estamos montando un horno para cuando se meten temporales, precisamente, y porque los invernaderos no me dan abasto ya.” (Entrevistado 4)

“...es poco lo que hay. Algunas empresas privadas y algunas empresas... pero la tecnología es muy estándar, o sea, casi todo el mundo usa lo mismo y aunque es artesanal, pues es tecnología. O sea, esos cajones tienen su ciencia, ellos tienen que tener sus tamaños...” (Entrevistado 5)

“Cajones de fermentación, nosotros fermentamos controladamente y tenemos camas de secado.” (Entrevistado 6)

“Nosotros cosechamos en el campo, lo abrimos en el campo, le llevamos al beneficio, lo fermentamos en caja de madera y lo secamos al sol.” (Entrevistado 7)

“jajaja! No, el cacao no es mi fuerte, dejame decirte.” (Entrevistado 10)

Análisis

Es evidente, a partir de las diferentes respuestas citadas, que la incorporación de tecnología al procesamiento del cacao es escasa y el componente esencial lo constituye un uso intensivo de mano de obra. Esto significa, que es una producción fundamentalmente de carácter artesanal, lo cual tiene grandes repercusiones en la productividad de esta actividad económica.

Sin embargo, existen pocas excepciones, sobre todo de empresas vinculadas al mercado europeo y de propiedad de extranjeros que incorporan tecnología moderna en el proceso de secado y tostado, de hecho, el uso de tecnologías modernas (sobre todo las camas de secado y los hornos de tostado) les permiten a estas grandes empresas convertirse en proveedores de semilla lista para procesar. De ahí que la utilización más común de tecnología de punta es en aquellas empresas que procesan y producen derivados del cacao, tanto para el consumo del mercado interno como externo. (Echeverri, 2013)

Categoría 7: Calidad del cacao

Descripción

Según los entrevistados, la calidad o calidades del cacao están determinadas por factores que tienen que ver con la producción (el clima, tipo de suelo, manejo de la plantación, la variedad, la sombra, los invernaderos, la poda, cosecha) con el procesamiento (fermentado, secado, tostado, almacenamiento, etc.) y sus características de sabor, aroma,

nutrición y manejo ambiental. Es decir, hay una serie de etapas que se deben controlar y analizar con miras a alcanzar la calidad deseada y que el producto sea considerado como un cacao fino y de buena calidad.

Aun cuando la calidad del cacao involucra factores que la determinan, que resultan (para efecto de análisis posterior) muy significativos:

“Si sé que digamos, la madera a nivel de fermentación y de secado es un componente indispensable en lo que es el proceso de la manipulación del cacao.” (Entrevistado 1)

“En el caso de nosotros aquí con 5 días obtenemos una excelente calidad, estamos con una fermentación sobre el 90%, que cuesta lograrla.” (Entrevistado 2)

“De ahí lo sacamos del cajón, le damos una lavada, (a los cajones) que no es lo que hacen todos; es más, mucha gente me ha dicho que eso no hay que hacerlo, que no se debe hacer... le quita un poco de acidez (al cacao)” (Entrevistado 4)

“...usted puede tener la mejor planta de cacao, una planta de cacao excelente, que, si su proceso de fermentación y secado es malo, ese sabor no va a quedar ahí, o sea, se va a perder, por insuficiente fermentación, sobre fermentación o un secado insuficiente que le de hongos, moho y otras cosas al producto y que se paseen en el sabor de ese producto” (Entrevistado 5)

“En nuestro caso, nuestra estrategia, nos diferenciamos porque somos muy buenos, muy buenos, buenísimos; unos de los elementos de nosotros es un secado lento.” (Entrevistado 6)

Análisis

No se debe hablar, en el caso del cacao en general, de una sola calidad que tenga una definición específica, si no de calidades. La noción de calidad es variable, depende del proceso productivo y de los objetivos de los interesados en la calidad. Es por eso que la

calidad final del cacao de una determinada zona u organización será una combinación de las características deseadas por el productor, exportador, transformador, industrial (chocolatero) y consumidor. (Villalobos y Orozco, 2012, p. 24).

Llama la atención que, para la mayoría de los entrevistados, la calidad se restringe, exclusivamente a la fermentación y secado del cacao y no se hace referencia a la calidad de la semilla, a la variedad, al tipo de agroquímicos que se utilizan ni a su carácter de orgánico o convencional, en otras palabras, a la trazabilidad del producto.

Si bien es cierto, tanto la fermentación como el secado juegan un papel determinante en el sabor, aroma, y calidad en general del producto, también los otros factores señalados, que pasan inadvertidos por los entrevistados, también son elementos a tomar en cuenta en la calidad del cacao. Por lo tanto, la oferta de un producto que cumpla con estos estándares de calidad, se convierte en determinantes para su demanda en un exigente mercado, como el mercado alemán.

Unidad de análisis 2: Oportunidades comerciales

Las oportunidades comerciales, hacen referencia a las posibilidades que tiene el productor cacaotero orgánico costarricense de comercializar su producto en el mercado alemán. Según el segundo objetivo específico de esta investigación: “Determinar las oportunidades comerciales que presenta el cacao orgánico costarricense, al mercado alemán” implica desde el punto de vista metodológico, fundamentalmente describir, interpretar y analizar las percepciones y opiniones que los informantes (muestra) expresan acerca de los aspectos vinculados a la producción, propiamente dicha, así como las políticas de importación, requisitos y regulaciones al cacao orgánico por parte de la UE y Alemania en particular.

Desde esta perspectiva, para la operacionalización de esta unidad de análisis se crean ocho categorías, que permitan dar cuenta de todos los elementos o factores que, desde el punto de vista de sus productores y funcionarios, intervienen en las oportunidades

comerciales que el sector cacaotero orgánico en Costa Rica tiene para el primer trimestre de 2017. Estas son:

1. Apoyo estatal o privado
2. Requisitos y regulaciones de exportación
3. Proceso de certificación
4. Capacidad para exportar al mercado alemán
5. Comercialización del cacao
6. Requisitos para ingresar al mercado alemán.
7. Presencia de cadmio
8. Precio del cacao en el mercado

Categoría 1: Apoyo estatal o privado

Descripción

Esta categoría refleja las diferentes percepciones que los entrevistados manifiestan con relación al apoyo que brindan instituciones públicas o privadas, vinculadas al sector cacaotero y el impacto que este tiene en su actividad. Este apoyo se presenta en su opinión, en aspectos tales como la investigación, producción, financiamiento y comercialización, a través de la creación de nuevas variedades y calidades, asistencia técnica, capacitaciones, talleres, publicaciones, asesorías e incentivos, entre otros.

“... bueno, si cuentan con apoyo del Estado, porque cuando son diferentes tipos de proyectos que se les plantean, hay ciertas instituciones que intervienen con ellos, como lo es el INDER, el MAC, el CATIE, entre otras. Pero si sé que hay intervención por parte del Estado en lo que es la producción del cacao y los incentivos que se les dan; sin embargo, cuando uno le pregunta al productor, si siente cierto apoyo del Estado, ellos se sienten totalmente desprotegidos...” (Entrevistado 1)

“No, a veces cuando la hemos visto fea, hablamos con los clientes que nos ayuden, pero así, aquí ha sido a puro huevo. Nosotros dichosamente durante muchos años, digo

dichosamente, porque tal vez ha sido mejor que la gente del gobierno no nos apoyó... a excepción del gobierno pasado de que hubo una señora, que había un proyecto, que nos dio la mano, nos ayudó un montón, así, incondicionalmente, Grace Carmiol, esa señora yo le tengo mucho respeto...Pero, así que tener apoyo externo, no. Ha sido a puro huevo, ha costado mucho, mucho más mantenerse en esto.” (Entrevistado 2)

“Apoyo, pues, los últimos años prácticamente hemos estado solos.” (Entrevistado 3)

“Gracias a Dios, no... por cierto que apoyo si, del CATIE, porque es como, más simbiótico entre los dos porque a ellos les sirve.” (Entrevistado 4)

“... bueno, sí, sí en cierta forma tal vez no sea suficiente, ni el adecuado, pero si hay apoyo para la agricultura orgánica. Digamos, en el sector de la cooperación internacional siempre se ha metido a apoyar a la agricultura orgánica por medio de ONGs. ...Instituciones como el INDER, IMAS, se meten un poco en ayudar a la agricultura orgánica, aunque ellos no se especializan mucho en el tema orgánico...y si las ONGs a nivel internacional si se interesan más en el tema orgánico...” (Entrevistado 5)

“No, no, el apoyo somos nosotros. Tenemos un programa, muy importante. Bueno, para capacitaciones aparece alguien del gobierno, pero es que no saben. Los técnicos de cacao no saben de cacao de cultura moderna, pero se reemplaza, eso lo damos las empresas.” (Entrevistado 6)

“No” (Entrevistado 7)

“Nada, nada, nada, nada, nada, nada, jajá, 22 años de molestias más bien, de gobierno, nada.” (Entrevistado 8)

“OK, hay una ley de agricultura orgánica y hay una gerencia para la agricultura orgánica, está en el segundo piso de aquí, del Ministerio y ellos son los que supervisan eso, la aplicación de la ley. Además, tienen unos fondos especiales para apoyar a los

agricultores orgánicos. Se les da asistencia técnica, financiamiento, capacitaciones, publicaciones. Rocío Aguilar es la gerente de agricultura orgánica.” (Entrevistado 9)

“...somos una cámara binacional. Las cámaras binacionales lo que se, la función nuestra es estrechar el comercio entre Alemania y Costa Rica; tanto los que quieran importar y traer algún producto alemán a Costa Rica, como los exportadores de algún bien que quieran exportar a Alemania. ¿Cuál es nuestro apoyo? Es un apoyo mucho en la parte de conocimiento técnico; explicarle, si me llega por ejemplo me llega un exportador de café, de cacao que quiere exportar hacia Alemania, nosotros le decimos, mire Alemania cuenta con estas y estas y estas restricciones de importación, estas regulaciones de sanidad...” (Entrevistado 10)

Análisis

Las oportunidades comerciales que tiene el sector cacaotero orgánico costarricense, de vincularse al mercado alemán, dependen en gran medida de la calidad del apoyo institucional público y privado. En tanto, categoría de análisis, el apoyo institucional permite interpretar y analizar las percepciones, que el productor de cacao y funcionarios tienen en relación con este.

Estas percepciones varían sustancialmente por la forma y el contenido de las afirmaciones que brindan los entrevistados. Por un lado, la mayoría de los productores, coinciden en que el apoyo es pobre o inexistente, pero sí reconocen la participación del CATIE, esto se debe fundamentalmente al apoyo que el mismo ha brindado históricamente a través de la investigación de nuevas y mejores variedades de cacao.

Por otro lado, desde la perspectiva gubernamental, la participación del Gobierno de Costa Rica en el ámbito cacaotero y sus actividades productivas ha resurgido, a partir de la designación de personal del Ministerio de Agricultura y Ganadería para la atención de tan importante rubro. Según decreto ejecutivo 39230-C-MAG del 2015, “se declara de interés nacional la producción, procesamiento, comercialización y exportación del cacao y sus

derivados” (Carniol, 2017, p.4). Entre las actividades que el MAG ha fomentado, se encuentran el establecimiento de escuelas de campo y apoyo técnico.

Según el criterio expresado por los funcionarios entrevistados vinculados al tema, contradice el punto de vista de los productores, cuando afirman que sí hay apoyo de incentivos, de capacitación y asistencia técnica, aun cuando se expresa y se reconoce la falta de conocimiento por parte de los técnicos en materia de cacao orgánico y de sus prácticas modernas de producción.

Categoría 2: Requisitos y regulaciones de exportación

Descripción

Esta categoría pone de manifiesto la percepción que los entrevistados poseen acerca del conocimiento de los requisitos y regulaciones para exportar al mercado alemán. A continuación, se presentan las respuestas brindadas por los diferentes entrevistados:

“Bueno, habría que hacer la consulta, porque si, digamos a nivel general puedo decirte los requisitos en cuanto lo que procesos sanitarios, lo que es, la manipulación en planta, que tiene que pasar por ciertos procesos a nivel local, pero ya existen a nivel, digamos, de ingreso en Alemania, requisitos muy específicos que puede exigir ese país para el ingreso del producto. Nosotros, por medio de Procomer trabajamos, en cuanto, si existe interés de exportar a Alemania, nosotros le hacemos la consulta a Cadexo, que es la comisión de exportadores, para que ellos nos digan, en cuanto la partida arancelaria del producto, cuales son los requisitos de ingreso a ese país específicamente.” (Entrevistado 1)

“Si. Primero, tiene que estar certificado, digamos, ese es el requisito básico para comercializarlo, tiene que estar certificado por una agencia acreditada o autorizada; y en caso nuestro, en caso de Eco-LÓGICA está acreditado en la Unión Europea y también está acreditado con NOP para Estados Unidos, entonces. Luego ya, las agencias tienen sus estándares que hay que cumplir, las agencias de certificación. Lo primero es eso, cumplir con eso. Para el mercado de comercio justo también, que es digamos, nosotros en este

momento lo que vendemos es orgánico y comercio justo, por lo tanto, tiene que estar certificado en las dos. Luego es cumplir con los parámetros de calidad que nos piden las empresas.” (Entrevistado 2)

“Si. Bueno, requisitos, hay que estar inscritos con Procomer, hay que tener un código de exportación, también, muy importante, estar ahora al día con la caja, tener el permiso del Ministerio de la planta.” (Entrevistado 3)

“Sí. Digamos que sí. Ya hemos mandado algo, así que digamos que sí. No hay mucho, gracias a Dios, no hay mucho los requisitos. Digamos para la Unión Europea tenemos que sacar el certificado de origen para el acuerdo de libre comercio.” (Entrevistado 4)

“Si, básicamente... normalmente el cacao tiene que andar en un nivel de humedad... bueno, normalmente para cacao se hace la prueba de los 300 granos, O sea, un importador, normalmente te va a pedir que el cacao este bien fermentado y bien seco, para hacer eso ellos toman 300 granos los parten a la mitad y ven que, los granos no tengan violeta. El violeta significa muy poco fermentado. Que el embrión este totalmente... ya no aparezca, que no se vea blanco en el centro, que, o sea, que el color sea uniforme, lo cual quiere decir que el proceso de fermentación se concluyó en su totalidad. Y después en temas de humedad ellos, normalmente, van a pedir de un 7 a un 5% de humedad en esos granos, porque niveles mayores de humedad van a producir moho, cuando este almacenado el producto. Entonces ese es un poco el estándar general, algún importador puede ser más o menos estricto, pero el estándar general anda por ahí. En defectos, esos defectos que le decía, de violetas, de moho... normalmente ellos le van a pedir un menos de un 3%, normalmente; puede ser que alguien sea, como le digo, más o menos estricto...” (Entrevistado 5)

“La certificación orgánica, uno tiene que demostrar que hay una cadena controlada. Todos los que toman control físico del cacao, tienen que estar certificados, demostrar con la naviera que no hay ninguna contaminación, tiene que estar controlado; entonces, en el caso de Costa Rica, la entidad del gobierno, el MAG, que certifica las operaciones

orgánicas y hay una certificadora privada que también certifica las operaciones”
(Entrevistado 6)

“No, no... pero esto, esto no es tan complicado. En el momento que tengo que hacer, lo hago.” (Entrevistado 7)

“A Alemania es igual que Bélgica, usted manda aquí, cacaos, usted consigue el documento fitosanitario del MAG, consigue con Ecológica, el MAG que es orgánica. No es mayor cosa”. (Entrevistado 8)

“Bueno, hay una norma de Inteco, que es aprobada, se tiene que cumplir; pone cuales son las categorías, como debe ir en cuanto a humedad, en cuanto a moho, porcentaje máximo, cuantos granos fermentados. Debe haber alguna norma de embalaje, pero no estoy seguro si está actualizada, pero si hay una serie de normas que debe cumplir el producto para llegar. Generalmente el servicio fitosanitario del estado, es el que revisa, digamos, que la exportación se esté dando bien.” (Entrevistado 9)

“específicamente no, pero es una información muy básica, o sea, a través de los... tenemos un acuerdo de, un acuerdo de comercio entre Europa y Costa Rica y ahí está todo establecido, o sea, el cacao en su característica, tiene una partida arancelaria en la cual te fijas en el documento y ahí te dice todas las especificaciones de regulaciones, tanto aquí como allá que debe cumplir.” (Entrevistado 10)

Análisis

Como se desprende de los diferentes puntos de vista de los entrevistados, estos tienen un conocimiento general acerca de los requisitos y regulaciones que establece la UE y el mercado alemán en materia de importación de este producto. Sin embargo, queda de manifiesto su desconocimiento en temas aduaneros y las ventajas del AACUE.

Es evidente como los entrevistados, no hacen una distinción ni entran en detalle entre lo que son los requisitos y las regulaciones. Sin embargo, sí detallan aspectos

importantes, tales como el nivel de fermentación, niveles máximos de humedad, servicios fitosanitarios, certificación orgánica y de comercio justo.

Queda claro también, el papel que le asignan los entrevistados al MAG y a PROCOMER en la resolución de aspectos puntuales en el cumplimiento de las regulaciones y requisitos para exportar al mercado alemán.

Otro aspecto relevante en la percepción de los entrevistados, en relación con los requisitos y regulaciones es que no los perciban como un factor que restrinja u obstaculice las oportunidades comerciales a dicho país. Al contrario, lo perciben como un procedimiento sencillo y para lo cual cuentan, además, con el apoyo del MAG y PROCOMER. (Costa Rica, PROCOMER, 2017).

Categoría 3: Conocimiento del proceso de certificación orgánica

Descripción

El conocimiento del proceso de certificación como categoría, queda claramente definido por los diferentes entrevistados. Esto se evidencia en el dominio y conocimiento que tienen de las principales agencias certificadoras y los diferentes aspectos que exige el proceso de certificación, tales como los requisitos de la certificadora: presentación de plano de la finca, plan de manejo de la finca, inspecciones periódicas, que esté libre de agroquímicos, contar con un registro permanente (bitácora) de quehacer cotidiano, presentación de facturas. En resumen, todo lo que implica la certificación orgánica del cacao.

“En cuanto lo que son certificaciones a nivel de cacao, es la certificación orgánica, la más valiosa en este producto, ¿Por qué? Porque tanto en exportaciones, la atracción que le damos al producto como materia prima en sí, y como sabemos a nivel, a nivel de Costa Rica no existen, no tenemos, bueno, a nivel de la Región Huetar Caribe, no tenemos como grandes procesadoras de cacao, que puedan tener productos de calidad en cuanto barras u

otras manufacturas; entonces, el certificado más importante dentro del cacao, es el orgánico.” (Entrevistado 1)

“En primer lugar debemos estar certificados por una agencia autorizada. En el caso de nosotros ahora, bueno, ya hace muchos años, al principio estuvimos con otras agencias cuando aquí no había, pero en el momento que se constituyó Eco-LÓGICA entonces hemos trabajado con Eco-LÓGICA. Trabajamos con ellos, digamos, entre las condiciones es que las fincas, deben tener por lo menos 3 años de estar totalmente limpia, o sea, debe haber un proceso de, que se conoce, un proceso de transición y que damos seguimiento de que se está manejando orgánicamente la finca. Después de 3 años ya puede certificarse como orgánica. En el caso de fincas, principalmente en la zona indígena, que nunca han utilizado químicos, el periodo se reduce a un año de transición, pero debe haber suficiente seguridad o suficientes testimonios o como comprobar de que esa finca nunca ha utilizado agroquímicos...Y luego, nosotros tenemos aquí un sistema interno de control que llamamos SIG, donde es como una agencia interna de certificación, donde debemos garantizar que por lo menos una vez al año se inspecciona cada finca. Luego cada año hay una auditoria de la agencia de certificación que nos auditan todos los papeles, todos los sistemas de control, pero, además, nos hacen un muestreo en las fincas, ir a visitar un 20% de las fincas, para ver que las cosas, pues, se estén haciendo y que realmente se esté cumpliendo; y esto es año con año, es un proceso muy caro.” (Entrevistado 2)

“El proceso de certificación nuestro, bueno, estamos certificados con Eco-LÓGICA, en parte nacional y exterior, tenemos Fair Trade, comercio Justo, y pues nada, digamos, el proceso si es un poco difícil porque siempre hay cosas que están innovando ellos y quieren controlar más cosas y por cuestiones de cultura el indígena, él no está acostumbrado a llevar registros, él no está acostumbrado a guardar facturas y ese ha sido uno de lo más problemática que hemos tenido los últimos años, que ellos no están acostumbrado a eso, entonces ha sido duro, pero ahí vamos.” (Entrevistado 3)

“...específicamente el de orgánico no, hemos hecho, pero no para cacao si no para follajes, otros, otras certificaciones y francamente me que nada más es un atraco para los productores.” (Entrevistado 4)

“Bueno, para certificar un producto orgánico, existe toda una normativa internacional de certificaciones. Hay un organismo internacional que se llama la IFOAM, ellos son el movimiento mundial de agricultura orgánica y alrededor de eso hay una agencia de acreditación a nivel mundial, que acredita todas las compañías que se certifican orgánico. (Entrevistado 5)

“Yo fui orgánico 6 años, ya aprendí la lección, pero no no, es muy fácil. A mí no me gusta la certificación orgánica, porque el tema, para mí, en mi opinión, es más grave o grande, lo que me importa, es la sostenibilidad, ese es el verdadero tema, como esta sostenido...” (Entrevistado 6)

“El proceso de certificación es: llenar el formulario del MAG y hacer los procedimientos que ellos piden, que un apunte todo, uno apunte las áreas, hace un plano de la finca, la lleva agenda que hace todos los días, uno lo presenta facturas de los insumos que uno compra, que son pocos, que es miel de purga, que son sulfatos puros y hay que estar atento que la gente vengán hacer inspecciones, que uno no usa otras cosas. No es nada complicado de hacerlo.” (Entrevistado 7)

“Más o menos, porque estuve en la junta directiva de Eco-LÓGICA por 2 años, y hay un manual que ellos acaban de publicar, Eco-LÓGICA, escrito por Philippe Descamps y Gabriela Soto y, eh, bueno, lo que tienen que hacer es una solicitud y ellos le hacen la visita, tienen que ir y revisar todos los registros y el croquis y visitar las fincas. La empresa revisa, generalmente, si el agricultor no ha echado ningún químico, entonces ellos tienen que estar por 3 años, digamos, para poder certificar, entonces, primero hay un proceso de transición. Si hay alguna duda que haya usado algo, entonces ponen eso y ellos, durante 3 años los siguen evaluando para ver que no estén.” (Entrevistado 9)

“He oído de él, sé que es un proceso que lleva varios años. Porque en general el proceso para certificar cualquier tierra que puedas cultivar a nivel orgánico, si sé que tienes que pasar por un... Costa Rica es bastante estricto y si tiene cierto nivel de compromiso por parte del agricultor” (Entrevistado 10)

Análisis

El proceso de certificación orgánica del cacao se podría afirmar que, es el requisito fundamental para consolidar las oportunidades comerciales de este producto en el mercado internacional y alemán en particular.

La producción orgánica certificada es cuando el productor recurre a una agencia que le garantice tanto al importador como al consumidor final, que sus productos cumplen con las normas de producción orgánica. La producción certificada está garantizada por una agencia (Eco-LÓGICA en el caso de Costa Rica) en la que el consumidor confía.

Este requisito es de dominio pleno de funcionarios y productores de cacao, tal y como se expresa en las diferentes opiniones vertidas por los entrevistados. Es importante hacer hincapié, que los productores coinciden en su mayoría, en que la opción orgánica obedece más que a un factor de rentabilidad, a una opción que busca proteger el ambiente, la salud de la familia productora, el consumidor y a la naturaleza.

Coinciden además en señalar el alto costo económico y el creciente aumento de los requisitos para obtener la certificación y que esto no retribuye económicamente, pero sí el valor agregado que le aporta en la apertura de oportunidades de comercialización. (Soto y Descamps, 2011, p. 23).

Categoría 4: Capacidad para exportar al mercado alemán

Descripción

Esta categoría tiene como propósito, ilustrar las diferentes percepciones que productores y funcionarios poseen a cerca de la capacidad que se tiene para exportar cacao orgánico al mercado alemán.

“Bueno, en cuanto, el conocimiento que tengo en el área, sé que, por ejemplo, debe existir una, una cultura diferente en cuanto a la mente del productor. Debe, empezar a conocer el poder que puede tener el producto en otros mercados y poder, empezar una unión entre el sector para que puedan volverse competitivos.” (Entrevistado 1)

“...cualquier empresa que cumpla con los requisitos de la certificación orgánica, si cumple con los requisitos, si está certificado cualquiera. En este momento, el problema es que en este momento hay muy poco cacao, entonces, para Alemania directamente, que alguien está vendiendo, no sé si tal vez Juan Pablo. Porque yo sé que Hugo se va fundamentalmente para Bélgica. El nuestro va para Suiza y para Estados Unidos, Yo sé que esa empresa suiza vende a toda Europa. Luego una gran parte del cacao nuestro, una parte muy importante, se produce un chocolate para Italia, marca Archenero y los italianos lo venden en todo Europa.” (Entrevistado 2)

“No.” (Entrevistado 3)

“No, porque es un mercado, o sea, es un mercado muy grande y nosotros somos muy chiquititos, así que no creo.” (Entrevistado 4)

“...bueno, yo diría que el que está más cerca de ese mercado es APPTA, pero obviamente, ellos han bajado mucho la exportación. Y aparte de ellos, no.” (Entrevistado 5)

“En Costa Rica, en orgánico si puede ser Hugo que exporta grano de cacao y APPTA que tiene el mercado en Italia, en Suiza también.” (Entrevistado 6)

“Yo conozco empresas que pueden vender, exportar cacao también. Pero no lo ve como competencia, porque hay campo para todos.” (Entrevistado 7)

“Yo, APPTA” (Entrevistado 8)

“Eh, bueno, hace 15 días estuvo esta empresa HCCO, aquí en Costa Rica, entrevisto a varia gente también, tratando de ver si podía comprar cacao. APPTA y Finmac.”
(Entrevistado 9)

“No, ¿empresas que estén exportando, café, cacao en este momento? no, porque no es un producto, o sea, no es de los productos que se estén exportando a Alemania en este momento.” (Entrevistado 10)

Análisis

Los entrevistados coinciden en la necesidad de un cambio en la mentalidad del productor, en que debe haber mayor unión en el sector, debe aumentarse la producción de cacao debido que la misma es insuficiente y, por último, que los únicos productores orgánicos que estarían en capacidad de exportar a Alemania, serían Finmca (Huetar Norte) y APPTA (Huetar Caribe).

A partir de las respuestas de los entrevistados, llama la atención que a excepción de APPTA y Finmac, la mayoría de los productores y funcionarios coinciden en que el productor de cacao orgánico costarricense no se encuentra en capacidad de exportar al mercado alemán. También, la percepción que ellos como sector tienen de sí mismos y los argumentos expresados, tal y como queda claro en las transcripciones de las respuestas, en las que solamente hacen referencia a factores tales como: que producen poco, que son “muy chiquititos”, que están desunidos..., etc.

En segundo lugar, resulta interesante interpretar y analizar, por qué los entrevistados no hacen énfasis en las fortalezas que el sector cacaotero costarricense y centroamericano, en general, tiene en relación con el resto del mercado mundial (condiciones climáticas favorables, calidad del suelo, mejor calidad, sabor, aroma, riqueza nutritiva y conciencia ambiental, etc.).

Esta omisión resulta más significativa, cuando se analizan las respuestas de los entrevistados en su conjunto y el contexto del ambiente donde se realizaron las mismas

(trabajo de campo), donde queda en evidencia, que tanto productores como funcionarios, coinciden y reconocen la altísima calidad que caracteriza al cacao orgánico costarricense. Por lo tanto, la capacidad y las oportunidades de exportar al mercado alemán no deberían considerarse en términos de cantidad, sino en la calidad del mismo.

Esta ha sido una posición que asumen actualmente los países centroamericanos, ya que no pretenden competir en el mercado mundial del cacao en cantidad, si no en calidad, apuntando a mercados nicho de cacao fino. Competir en cantidad es prácticamente imposible, ya que Centroamérica no produce ni el 1% de la producción mundial de cacao, la cual está dominada en un 95% por cacao normal o corriente. Sin embargo, sí se puede competir en calidad, ya que el cacao centroamericano es apetecido por industrias chocolateras gourmet y consumidores que reconocen el valor de un chocolate diferenciado por sus características de sabor, aroma, nutrición (salud) y conciencia ambiental. (Villalobos y Orozco, 2012, p. 7)

Categoría 5: Comercialización del cacao

Descripción

La comercialización del cacao como categoría permite identificar los diferentes puntos de vista que productores y funcionarios tienen en relación con la misma. En el proceso de comercialización se distinguen tres formas, una que hace referencia a las características o preparaciones del producto: en baba, seco, nips, deshidratado, en pasta o en barra de chocolate. La otra forma, tiene que ver con el empaque: en sacos de yute (20, 40 o 60 kgs), a granel y bolsas tipo *ziplock*. Por último, la forma de comercialización se da tanto para el mercado local, como para el internacional (vía marítima).

“Bueno, a nivel de región, lo comercializan de diferentes formas, lo venden en baba, que es inmediatamente arrancado de la mazorca, lo meten en sacos y obviamente el peso es mucho, mucho más que seco y también lo venden seco.” (Entrevistado 1)

“Bueno, el cacao, nosotros, el mercado principal es secarlo y venderlo como almendra y luego tenemos pequeños nichos de mercados, acá, nacional donde vendemos un poco de nips, donde vendemos un poco de cacao deshidratado.” (Entrevistado 3)

“...normalmente se va en un contenedor, en un contenedor seco y en sacos. El contenedor de 20 pies, creo que le entran 12 toneladas, de ahí ya puede subir y se hace uno grande, pero casi siempre son pequeños, y nosotros no tenemos esas cantidades. Hemos mandado en, ¿Cómo se llama?, en consolidados. Hay que empacarlos en bolsas, o sea, van en sacos, pero van con bolsa, van con bolsa. Los sacos tradicionales son de 60 kilos. Pero para esto...y ahora hay unos de, unos sacos de greenpro que me están gustando, no hemos mandado más que una prueba; que son como ziplocks, pero hay de... unos chiquiticos que caben 20 kilos, me gustan mucho, otros que no he probado, que yo calculo que debe andar como en 40 y algo de kilos, no lo he probado y después la grandota de 60 kilos que mente dentro del yute después.” (Entrevistado 4)

“Normalmente, es en grano, seco y fermentado. Lo que se llamaría, el proceso beneficiado y ese es el producto que se exporta. Poco a poco en los últimos años han ido surgiendo algunas pocas empresas privadas que están, o grupos de productores que están haciéndolos, ya la barra de chocolate, entonces que hacen todo el proceso del grano a la barra y entonces, más que todo a nivel nacional se está empezando, un poco, la comercialización. Para exportación si prácticamente, todo el producto que se vende es, grano.” (Entrevistado 5)

“Eso se vende en sacos de 50 kilos, sacos de yute de 50 kilos. Tenemos clientes que quieren contenedores, entonces se va por barco, pero si hay clientes que quieren menos cantidad, entonces en este caso lo que hacemos nosotros, dentro del saco de yute ponemos una bolsa plástica que no permite el intercambio ni de humedad ni de aroma.” (Entrevistado 6)

“Nosotros no vendemos grano de cacao, nosotros vendemos el chocolate, y lo vendemos a través de supermercados, a través de tienda de Suvenir y lo vendemos el producto terminado. No el grano.” (Entrevistado 7)

“Yo vende todo mi producto, la mayor parte lo vende como pasta, pasta de cacao hoy día hacemos en Honduras, antes aquí en la finca y se manda a Bélgica. Un parte se manda aquí, al mercado local para chocolate, para chocolatlillos pequeños, en Sibú, Nahua; Nahua manda cacao para hacia arriba, para ellos, ellos mandan cacao.” (Entrevistado 8)

“Se comercializa en sacos, con cacao en grano seco o en algún producto final.” (Entrevistado 9)

“...idea no tengo mucho, porque no sé si querés comercializar solo el producto orgánico como tal o ya un producto final. El grano, lo que conozco es la referencia del café que también el café se exporta verde... porque el tema del café puede que sea similar, porque en Alemania, tienen, el tema del tostado es muy importante en el café, yo no sé si en el cacao es similar, porque eso te va a determinar el grado de amargo, de no amargo; entonces el tema del tostado en este tipo de cultivos es muy importante.” (Entrevistado 10)

Análisis

El proceso de comercialización del cacao asume diversas modalidades según lo expresado por los entrevistados, estas van desde las características del producto terminado, hasta el empaque y medio de transporte, según su destino.

Más allá de la opinión o percepción de los entrevistados sobre el proceso de comercialización, este proceso tiene una importancia estratégica en la culminación y concreción del proceso productivo anterior a la llegada al consumidor final. Sin embargo, en la comercialización del cacao, también intervienen otros factores de gran importancia y que se constituyen en última instancia, en el vehículo de su realización en el mercado.

Como se ha señalado, para la comercialización del cacao orgánico, en el caso de productores organizados y sobre todo cuando tiene como destino el mercado internacional, se requiere en primer lugar, cumplir con los requisitos y regulaciones que Alemania y la UE en particular, exigen y, en segundo lugar, contactar al comprador y negociar y formalizar el

contrato de venta. (Comercialización del cacao: requisitos y costos de comercialización, s.f., p. 7).

En el caso de la producción de cacao orgánico costarricense, tal y como se consigna en las entrevistas, la gran mayoría de los productores (a excepción de APPTA y Finmac), se orientan a satisfacer la demanda interna de fábricas de chocolates y sobre todo a la gran cantidad de pequeñas empresas artesanales que están emergiendo y produciendo derivados del cacao (Nahua, Sibú, Giacomín, Solei, etc.), como las barras de chocolates gourmet, *nibs* o cáscaras de cacao, cacao en polvo, gotas de chocolate oscuro o con leche, entre otros. Este se constituye en un nuevo nicho para los pequeños productores nacionales de cacao orgánico y convencional, que se orienta al mercado del chocolate gourmet, el cual posee un gran valor agregado, a diferencia de la comercialización tradicional en grano.

Categoría 6: Requisitos para ingresar al mercado alemán

Descripción

Son los requisitos que se deben cumplir para el ingreso de cacao al mercado alemán, según la directriz 2000/36/CE de la UE, la cual regula la comercialización de los productos de cacao y de chocolate destinados al consumo humano. Esta directriz proporciona descripciones específicas con respecto a las denominaciones de venta, características, definiciones y el etiquetado para cada uno de los productos a base de cacao considerados bajo esta normativa.

“Es lo mismo para la Unión Europea, si, y para, digamos en ese caso para Suiza son un poco más exigentes todavía. Hasta donde yo sé, los estándares son los mismos para toda la Unión Europea y quien ha venido imponiendo estos estándares ha sido Alemania precisamente.” (Entrevistado 2)

“Bueno, alemán no, porque nosotros trabajamos es con unos suizos, y es casi lo mismo para toda la UE.” (Entrevistado 3)

“Si, más o menos. Toda la unión europea está ahora haciéndose...tiene ahí unos requisitos de, ¿Cómo se llaman? especialmente de metales pesados...” (Entrevistado 4)

“Si, ellos son uno de... digamos, todo eso que le dije aplica, lo de la UE y Alemania.” (Entrevistado 5)

“Son muy especiales los alemanes para demostrar que está certificado, la certificadora costarricense tiene que estar acreditada por los entes alemanes, no cualquiera te puede decir que es orgánica.” (Entrevistado 6)

“No, tampoco.” (Entrevistado 7)

“A Alemania es igual que Bélgica, usted manda aquí, cacaos, usted consigue el documento fitosanitario del MAG, consigue con Ecológica, el MAG que es orgánica. No es mayor cosa”. (Entrevistado 8)

“No, ellos, creo que usan la norma de la Unión Europea, entonces ahí está. Digamos, en el caso de Suiza si tiene una norma especial Suiza, que es la que ellos usan, en el caso de Estados Unidos es otra norma NOP, entonces hay que cumplir eso.” (Entrevistado 9)

“Como te digo, yo sé que en esos acuerdos todo está establecido. No me los sé en este momento, pero tenés la partida arancelaria, como querés exportar el producto, si es producto crudo, o sea, si es producto terminado o no es producto terminado, lo que querrás. O sea, básicamente ahí se define” (Entrevistado 10)

Análisis

Un factor que permite determinar las oportunidades comerciales que el sector cacaotero orgánico costarricense tiene en el mercado alemán, lo constituye el conocimiento por parte del sector productor y comercializador de los requisitos que exige la UE y Alemania para el ingreso de este producto a su territorio.

Interpretando y analizando las respuestas obtenidas, queda de manifiesto que la mayoría de los productores y funcionarios entrevistados, tienen un conocimiento muy general de los requisitos que establece la UE para el ingreso del cacao, no así, de los detalles específicos de los mismos. Esto se justifica, en tanto que ninguno de ellos exporta hacia el mercado alemán, a excepción de dos entrevistados que exportan a Bélgica y Suiza y que manifiestan en términos generales, que sí conocen los requisitos de la UE, pero que, sin embargo, estos requisitos son más estrictos en Suiza.

Para entrar al mercado de cacao europeo, se deben cumplir al menos con los requerimientos legales, como lo son los de seguridad alimentaria, higiene alimentaria, niveles aceptados de contaminantes de los alimentos, los niveles máximos permitidos de cadmio en el cacao, normas generales sobre etiquetado de los alimentos y requerimientos adicionales no mandatorios.

Según el CBI (Centro para la Promoción de Importaciones de países en desarrollo), en relación con los requerimientos adicionales no mandatorios, los importadores europeos están en la búsqueda de productos de valor agregado, desarrollados en el marco de la protección medioambiental y que sean de orden social. Estos demarcan prácticas empresariales responsables que garantizan la sanidad, la seguridad y la ética entre otros. (What requirements should cacao meet to be allowed on the European market? 2016)

Categoría 7: Presencia de cadmio

Descripción

Según expresan los entrevistados, la presencia del cadmio, en niveles muy altos en el cacao, podría causar problemas en la salud de los seres humanos. Este es un metal pesado que se presenta en mayores niveles en territorios con la presencia de volcanes, como es el caso de Centroamérica y Costa Rica. Aun cuando los niveles se encuentran por debajo del nivel máximo, Alemania es el país más estricto con respecto a los niveles permitidos de este metal.

“...si he escuchado, que digamos, que el cadmio es una barrera importante para exportar a Alemania, son estrictos...y que es muy dañino para la salud.” (Entrevistado 1)

“Aquí los niveles de cadmio no son altos, pero en Europa si ponen muchos peros a la importación por ese asunto” (Entrevistado 2)

“si, eso del cadmio se ha discutido mucho en los talleres, pero a nosotros no nos afecta”. (Entrevistado 3)

“...toda la unión europea está ahora haciéndose...tiene ahí unos requisitos de, ¿Cómo se llaman? especialmente de metales pesados. Ahora el cadmio es una de las grandes, de las grandes cosas, desde que la gente tiene como medirlo, entonces es el gran problema.” (Entrevistado 4)

“Alemania es uno de los que en cadmio esta estricto. De hecho, ellos están aprobando una resolución, que ellos quieren llevar a nivel europeo para el cadmio. Alemania es uno de los que está promoviendo eso...Y últimamente, en los últimos años, se ha metido el tema del cadmio, de los metales pesados. En Suramérica... en Centroamérica no tenemos el problema, pero... y no te puedo decir ahorita las partes por millón, porque se me olvida, pero ellos miden las partes por millón de cadmio que hay por unidad, digamos, de peso de cacao. Lo miden en el licor, lo miden en, en todo. Si tenemos cadmio, digamos, por áreas. Los estudios que yo vi, África es el que menos tiene cadmio, casi que está en cero. Centroamérica tiene cantidades de cadmio que son, que pasan ¿me explico? O sea, Centroamérica tiene cadmio, pero el cadmio que aparece en Centroamérica está en los niveles permitidos y Suramérica, países como ecuador, Perú, Colombia no lo sé, pero creo que, Colombia está en ese grupo, tienen altos niveles de cadmio.” (Entrevistado 5)

“...no cualquiera te puede decir que es orgánica. Aparte de lo del cadmio.” (Entrevistado 6)

“según he oído, el cadmio es muy malo para la salud, pero yo no exporto entonces no sé.” (Entrevistado 7)

Análisis

Como se puede inferir de las respuestas proporcionadas por los entrevistados, estos tienen un conocimiento amplio acerca de la presencia del cadmio en el cacao y las consecuencias en la salud humana. Además, conocen sobre la preocupación y las medidas que la UE y Alemania han tomado a partir del 23 de enero de 2012 y que estas deben ser acatadas rigurosamente para acceder a dicho mercado.

La contaminación de metales pesados en la dieta humana se ha convertido en un tema que genera preocupación en muchos países alrededor del mundo, pues su alta concentración podría causar problemas en la salud de los seres humanos.

Un aspecto que se debe considerar al momento de establecer Niveles Máximos, es el porcentaje de absorción de cadmio en el ser humano. En general, el aparato digestivo de los niños y adolescentes puede absorber el cadmio más fácilmente que el de un adulto, por lo que la susceptibilidad de efectos adversos en estos grupos es mayor en relación con los adultos.

Los productores de cacao de todo el mundo se inquietaron cuando la Unión Europea anunció planes para aplicar regulaciones al chocolate y a productos de cacao que contienen ciertos niveles de Cadmio (Cd). La decisión de la Unión Europea fue consecuencia de un informe sobre el contenido de cadmio en el chocolate, elaborado por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) del 23 de enero de 2012, mediante la cual, la Unión Europea recomendó que el chocolate con una cantidad mayor o igual al 50% de sólidos de cacao debía contener un máximo de 0,3 mg/kg de cadmio.

A nivel mundial, muchos países no han establecido NM de Cd para productos derivados de cacao y solamente existe un número limitado de países que han presentado algún tipo de estudio para conocer el contenido de este metal en chocolate y productos derivados, esta situación conlleva que los límites que han establecido varios países no estén sustentados sobre una base científica, lo cual puede afectar al comercio mundial de este

producto y disminuir las oportunidades comerciales del cacao orgánico costarricense al mercado alemán.

El cadmio es abundante en la naturaleza y puede ser liberado al ambiente en diferente número de formas, incluyendo las actividades naturales, tales como la actividad volcánica (OMS, 2010). Las consecuencias de la contaminación que provoca el cadmio en el chocolate y productos derivados del cacao es un tema de interés comercial que impacta a la economía de los países productores. (OMS, 2015, p. 4)

Categoría 8: Precio del cacao en el mercado internacional

Descripción

Esta categoría refleja como la mayoría de las fuentes de información coinciden en que el precio del cacao en el mercado internacional y por ende local, son muy bajos y tienden a la baja, por lo que no representan un estímulo para el productor, afectando seriamente la competitividad. En consecuencia, consideran algunos de los entrevistados que es preferible abandonar la actividad o bien, trasladarse a la producción de cacao convencional.

“Cuando hay buenos precios, aparece un montón de gente comprando cacao, cuando no hay buenos precios se van, entonces nosotros somos los que, como esta es una organización que es de los productores mismos, nosotros nos hemos mantenido.”
(Entrevistado 2)

“...los precios... digamos, una situación como la actual, donde los precios de cacao están muy abajo... digamos, la situación donde los precios donde los precios del cacao están muy bajos y que han venido bajando, la gente tiende a salirse del cultivo o el productor encuentra que no hay un premio por la agricultura orgánica, la gente tiende a, pasarse a convencional... Hay un poco de desmotivación de parte de los productores por los bajos precios del cacao, entonces, al momento es un poco complicado para el mercado”
(Entrevistado 5)

“...tiene que producir mucho el agricultor, tiene que ser de buena calidad para tener buenos precios, para una buena pos cosecha, eso lo determina.” (Entrevistado 6)

“Si mi cliente quiere más cacao, mira, yo quiero vender mi cacao al precio más alto en todo Costa Rica, toda mi producción está bien vendida y mi cliente quiere más, y yo decir no sembrar más aquí, y porque ¿no? yo conozco los números, soy empresario, yo hago los números, tengo finca muy moderna, hago mucho por trabajador y todo y... uno dice, ¿voy a sembrar? No, me voy a Nicaragua, puedes hacer la misma finca con un tercer parte de los gastos”. (Entrevistado 8)

“es que Costa Rica no es un exportador tan fuerte de esa fruta, por temas de competitividad, por precios.” (Entrevistado 10)

Análisis

Su gran preocupación según la percepción y criterio de los entrevistados, en relación con los precios del cacao en el mercado internacional es la tendencia a la baja, lo cual afecta negativamente su competitividad y desestimula esta actividad productiva, llevando a algunos de estos productores a afirmar que es preferible abandonar la producción de cacao orgánico o bien, sustituirla por la producción de cacao convencional.

Sin embargo, según el Fascículo III (2009), Demanda de Cacao Amigable con la Biodiversidad en la Unión Europea, se afirma que la UE paga un precio más alto por tonelada de cacao en grano de Latinoamérica, en comparación con el precio del cacao en grano procedente de los países africanos. Esto se debe a que los granos de cacao de América Central y América del Sur son de mejor calidad. (Demanda de Cacao Amigable con la Biodiversidad en la Unión Europea, 2009, p. 3)

Según la misma fuente, el precio mundial del cacao para 2008 era muy alto, ya que sobrepasó los US\$3.000 dólares por tonelada. Desde entonces, según la fuente, los precios

seguían siendo altos, en comparación con los años de 2003 a 2007, a pesar de la crisis financiera. Por otro lado, la Organización Internacional de Cacao proyectaba que los precios seguirán aumentando hasta el año 2012 y estarían un 11% por encima del precio promedio de los años 2006 a 2007, es decir, unos US\$250 más aproximadamente (US\$3250).

Sin embargo, según la consulta realizada, para efectos de esta investigación, el precio máximo establecido al 16 de octubre de 2017 en el mercado internacional, es de US\$1 569 y el precio mínimo de US\$1 534. (Cacao Londres, 2017)

Estas cifras, demuestran de manera fehaciente que los criterios expresados por los informantes son absolutamente razonables, ya que el precio máximo establecido a la fecha de hoy es de US\$1569, que dista mucho de las cifras proyectadas por la Organización Internacional de Cacao de US\$3250 para 2012.

Más aún, si se analiza brevemente, las variaciones de los precios históricos del mercado internacional para el mes de octubre, se encuentran los siguientes: para 2012 el precio máximo fue de US\$1554, cifra que está muy lejana a las estimaciones de la Organización Internacional de Cacao antes citadas. Para el año 2013 fue de US\$1782; para el año 2014, US\$2060; para 2015, US\$2120; para el año 2016 fue de US\$2268 y, por último, tal y como se reseñó, para el año 2017 es de US\$1569, con lo cual se demuestra, de acuerdo al criterio de los productores, que solo en el último año el precio en el mercado internacional ha disminuido en US\$699.

Por lo tanto, estas fluctuaciones impactan negativamente la rentabilidad y la competitividad de los productores de cacao costarricenses, disminuyendo las oportunidades comerciales al mercado alemán para el primer trimestre de 2017.

Interpretación de Datos

Concordando con la estrategia metodológica planteada, en este segundo nivel de interpretación y análisis de los resultados, se desarrollará interrelacionando las categorías analizadas en función de la resolución del problema de investigación, a saber: “¿Cuáles son

las oportunidades comerciales para el cacao orgánico costarricense al mercado de Alemania, al primer trimestre de 2017?”.

El número de hectáreas cultivadas de cacao varía significativamente de una región a otra; sin embargo, es la región Huetar Caribe donde el número de hectáreas cultivadas es muy superior a las demás regiones. Como queda demostrado en el análisis de esta categoría “Cantidad de hectáreas”, no existe necesariamente una relación directa entre el número de hectáreas cultivadas con el nivel de productividad alcanzado. Por lo tanto, la fortaleza en cuanto a las oportunidades comerciales del cacao orgánico costarricense, al mercado de Alemania, al primer trimestre de 2017, estarían determinadas, fundamentalmente, por la calidad y no la cantidad de áreas cultivadas.

Como ha quedado demostrado, el volumen de producción de la actividad cacaotera costarricense, no es suficiente para satisfacer la demanda del mercado nacional y menos aún, del mercado internacional, aun cuando en Costa Rica se cuenta con las mejores condiciones para la producción de cacao, los volúmenes de producción y la productividad continúan siendo bajos, sobre todo en la región Huetar Caribe, debido al carácter artesanal y de subsistencia de la producción. Contrariamente, las fincas y empresas que están vinculadas al mercado internacional y poseen mayores recursos económicos, administrativos, logísticos y tecnológicos son las que tienen mayores volúmenes de producción y consecuentemente, mayores oportunidades comerciales en los mercados internacionales.

Para el censo de 2014, se estimaba que en Costa Rica unas dos mil familias se dedicaban total o parcialmente al cultivo, dispersas en las tres regiones del país (Huetar Caribe, Huetar Norte y Brunca), de las cuales, la mayoría está organizada en asociaciones o cooperativas que articulan esencialmente, a pequeños y medianos productores. Además, para el año 2017 existen 3041 productores que se han propuesto recuperar e incrementar el cultivo del cacao. En este contexto, queda claro que la existencia de un elevado número de productores de cacao en condiciones artesanales y de subsistencia, no tiene un impacto positivo tanto en los índices de productividad y rentabilidad, como en la apertura de oportunidades comerciales para este producto en el mercado alemán.

Como se ha logrado comprobar, en la producción de cacao orgánico de Costa Rica existen diferentes variedades del producto, que han jugado un papel trascendental en el aseguramiento de una producción de mayor calidad, rendimiento, mayor producción y resistencia, lo cual convierte al cacao orgánico costarricense, en un producto fino y de calidad reconocida en el mercado nacional e internacional y, en consecuencia, en otra fortaleza en la apertura de oportunidades comerciales al mercado alemán.

Las condiciones y recursos en que se da el procesamiento del cacao orgánico constituyen un factor determinante en la calidad del producto final. Las condiciones en que se desarrolla el proceso de fermentación, secado y tostado, así como los recursos y la infraestructura con que se cuenta, son igualmente decisivos en la calidad, el aroma y el sabor de un cacao apetecido por el comercializador, procesador y consumidor de un chocolate gourmet, tal y como lo exige el mercado alemán.

La incorporación de tecnología moderna en la producción y procesamiento del cacao orgánico de Costa Rica es sumamente escasa. Como ha quedado en evidencia, esta actividad económica se distingue por su carácter artesanal, de subsistencia y con un uso intensivo de mano de obra. Es evidente también, que el uso de tecnologías avanzadas se presenta particularmente, en aquellas empresas vinculadas al mercado europeo y de propiedad de extranjeros que incorporan este tipo de tecnología, fundamentalmente en el proceso de secado y tostado de este producto. La incorporación de la tecnología se constituye, en definitiva, en un componente esencial en la productividad y rentabilidad de esta actividad económica y consecuentemente, en aumentar las oportunidades comerciales del cacao orgánico costarricense.

La calidad del cacao orgánico, es la síntesis de un complejo y diverso proceso productivo, que involucra todos los momentos de la producción hasta su comercialización. Como se ha demostrado, para Centroamérica y Costa Rica en particular, la oportunidad de incorporarse al mercado europeo, no radica en la cantidad sino en la calidad del cacao orgánico. Esta calidad es reconocida mundialmente por su aroma y su sabor, y depende

fundamentalmente, de las características climáticas, del suelo, variedades y su procesamiento, en síntesis, su trazabilidad.

El apoyo estatal o privado se ha convertido en un factor determinante en las oportunidades comerciales que el productor de cacao orgánico costarricense tiene para incorporarse al mercado nacional e internacional. Este apoyo se manifiesta de diferentes formas y a través de múltiples mecanismos, pese a ser calificado y percibido como inexistente o muy pobre por los productores. Sin embargo, queda claro el apoyo que ha brindado el CATIE en materia de investigación y creación de nuevas variedades, así como el apoyo gubernamental a través de decretos y declaratorias de interés nacional tendientes a apoyar la producción, procesamiento, comercialización y exportación del cacao y sus derivados.

Un requisito básico que debe cumplir el productor de cacao orgánico costarricense es tener un conocimiento apropiado acerca de los requisitos y regulaciones que establece la UE y Alemania en particular. Sin embargo, queda en evidencia que los productores nacionales solo se refieren a requisitos muy puntuales relacionados con el trabajo cotidiano que desempeñan en el proceso productivo. Aquí adquiere mucha relevancia el apoyo y la asesoría que brindan instituciones como el MAG y PROCOMER en la realización y cumplimiento de los trámites específicos exigidos para la exportación del cacao orgánico costarricense al mercado de Europa.

Como ha quedado suficientemente demostrado, dentro del sector productor de cacao orgánico, la gran mayoría no tiene y no se reconoce con capacidad para exportar el producto. Los que poseen mayor capacidad para exportar son aquellas empresas que cuentan con mayores índices de productividad, utilización de tecnología, capacidad de comercialización y un gran dominio y conocimiento de la logística general que supone el proceso de exportación, lo cual les amplía las oportunidades para la comercialización del cacao orgánico al mercado alemán.

Como ha quedado documentado, una amplia proporción de los productores de cacao orgánico costarricense, comercializan su producto en el mercado interno nacional,

básicamente para el procesamiento y producción de chocolate y sus derivados. Para la comercialización hacia el mercado europeo se realiza comúnmente, en grano previamente fermentado y tostado, para ser transformado en una gran variedad de subproductos para el consumidor final.

Los productores de cacao orgánico en grano, que en este momento exportan a Europa, particularmente a Bélgica y Suiza, son los que cuentan con un gran conocimiento de los requisitos, reglamentos, regulaciones y acuerdos que establece la UE. El resto de productores que no exporta y que es la gran mayoría, no manifiestan conocer a profundidad los requisitos de ingreso del cacao orgánico que establece Alemania. Esta carencia, eventualmente puede constituirse en un obstáculo serio en las oportunidades comerciales al mercado alemán.

Como se ha demostrado, los suelos de la región centroamericana y particularmente Costa Rica, por la presencia permanente de actividad volcánica, los estudios han demostrado que existe presencia de metales pesados como es el cadmio. Aun cuando estos niveles se encuentran en los rangos permitidos, no constituyen riesgos ni peligro para la salud humana. Estos registros han sido motivo de preocupación y alerta para el productor de cacao orgánico, sobre todo a partir de los estudios realizados en 2012, por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria, lo que ha generado mayor rigurosidad, por parte de la UE, en el control de los niveles presentes en el cacao y sobre todo en el chocolate y sus derivados. Para el productor de cacao costarricense, la preocupación se debe fundamentalmente a que es precisamente Alemania, la promotora de medidas y controles más rigurosos de los niveles de cadmio, que podrían constituirse en un obstáculo al comercio de este producto con dicho país.

Uno de los motivos por los cuales, las oportunidades comerciales al mercado alemán se pueden ver afectadas son las variaciones y tendencias a la baja del precio internacional del cacao en la última década. Como ha quedado demostrado, las tendencias a la baja del precio internacional del cacao han generado un impacto negativo en la motivación, producción y rentabilidad de esta actividad económica, provocando que el

productor nacional oriente su producción al mercado local o bien, opte por un cambio hacia la producción de cacao tradicional o en última instancia, el abandono de la actividad.

CAPÍTULO V - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones de la Investigación

La fortaleza en cuanto a las oportunidades comerciales del cacao orgánico costarricense al mercado de Alemania, al primer trimestre del 2017, están determinadas fundamentalmente, por la calidad y no la cantidad de hectáreas cultivadas.

Queda en evidencia las grandes diferencias de una región a otra en lo que se refiere al volumen de producción con relación al número de hectáreas cultivadas.

En Costa Rica existen cerca de 2000 familias que se dedican total y parcialmente al cultivo. Que unas 1200 familias están asociadas a cooperativas en la región Huetar Caribe, y unas 100 en la región de Huetar Norte. En la región Brunca los productores son pequeños y no asociados.

Que las variedades utilizadas aseguran una producción de mayor calidad, rendimiento, mayor producción y resistencia que lo convierte en un producto fino y de alta calidad.

El procesamiento del cacao consiste, en la recolección de las mazorcas, extracción de la baba, fermentado, secado, tostado y empacado.

La incorporación de tecnología al proceso productivo es básicamente artesanal y rudimentaria, a excepción de algunos exportadores que si la emplean, sobretudo en el secado y tostado.

El cacao costarricense es de muy alta calidad, que es reconocida a nivel mundial como un cacao fino por su aroma y su sabor, independientemente si es orgánico o convencional.

El apoyo estatal y privado se presenta en aspectos tales como: la investigación, producción, creación de nuevas variedades y calidades, financiamiento, asistencia técnica, capacitaciones, talleres, publicaciones, asesorías e incentivos.

Los productores tienen un conocimiento general acerca de los requisitos y regulaciones para exportar a la UE y el mercado alemán.

Tanto como productores de cacao orgánico como funcionarios, tienen un pleno dominio de los requisitos del proceso de certificación orgánica.

Con excepción de APPTA y Finmac, la mayoría de productores y funcionarios coinciden en que el productor de cacao orgánico, no se encuentra en capacidad de exportar al mercado alemán.

La gran mayoría de los productores (a excepción de APPTA y Finmac) comercializan su producto a nivel nacional para satisfacer la demanda de fábricas de chocolate y pequeñas empresas artesanales.

A excepción de los productores que exportan a la UE, la gran mayoría tienen un conocimiento muy general de los requisitos que establece Alemania para el ingreso de cacao orgánico a ese país.

Los productores y funcionarios tienen un conocimiento amplio de la presencia del cadmio en el cacao. Además, conocen las medidas rigurosas que la UE y Alemania han tomado para ser cumplidas si se quiere acceder a dicho mercado.

Los precios internacionales del cacao experimentan en la última década una tendencia a la baja, lo cual afecta negativamente su competitividad y desestimula esta actividad productiva.

Recomendaciones

Surge una serie de factores a partir de la investigación realizada y de los resultados obtenidos y analizados, que se pueden constituir en un obstáculo para el desarrollo de la actividad productora de cacao orgánico costarricense y limitar o disminuir las oportunidades comerciales de este producto al mercado alemán e internacional, en general. A continuación, se presentan algunas recomendaciones sugeridas como posibles soluciones en dichos obstáculos:

Se recomienda al MAG y Procomer, a un año plazo, canalizar los recursos destinados a productos agrícolas con baja producción y baja o nula exportación hacia zonas de producción cacaotera, hoy desprotegidas. Ello con miras a fortalecer a ese sector en la generación de nuevas oportunidades para la exportación.

Se recomienda a la Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica (Canacacao), mejorar en ocho meses, la capacidad industrial, tanto en productores directos como en las fábricas procesadoras, pequeñas y medianas fábricas artesanales, con el propósito de procesar cacao y una variada elaboración artesanal de chocolates y productos de cacao, con el fin de disminuir la importación de cacao o sus productos como pasta, licor, manteca, polvo y hasta chocolates de otros países. Objetivo que se podría alcanzar, creando espacios para que los involucrados en esta actividad económica puedan ofrecer y comercializar el producto.

Se recomienda a estas instituciones, sobre todo el MAG y Procomer, estrechar los vínculos, a través del desarrollo de talleres de capacitación tanto a los funcionarios propiamente, como a los productores de las diferentes regiones productoras. Estos talleres regionales deberían ejecutarse trimestralmente, proporcionando material didáctico que involucre aspectos tales como: innovación tecnológica, producción y utilización de insumos amigables con el ambiente, requisitos y regulaciones generales y específicas para su comercialización en los diferentes mercados.

Se recomienda a las entidades financieras públicas (bancos estatales, banca de desarrollo, etc.) la implementación, a dos años plazo, de políticas crediticias tendientes a promover una mayor flexibilidad y agilidad en el otorgamiento de créditos para el sector, sobre todo, considerando que existe una serie de decretos y políticas institucionales que declaran la producción de cacao como una actividad de interés nacional.

Se recomienda a las instituciones como el MAG, Procomer, Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y demás instituciones que corresponda, desarrollar, a un año plazo, los mecanismos necesarios para que se hagan efectivos los beneficios que otorga el ACCUE.

Se le recomienda tanto a Canacacao como al Instituto Costarricense de Turismo, desarrollar, en tres meses, una campaña agresiva de cacaoturismo o turismo rural, que explore y desarrolle nuevas modalidades de valor agregado, tales como: productos derivados del cacao, el valor cultural que se le asigna al mismo dentro de las comunidades indígenas y la producción orgánica en armonía con el ambiente, entre otras.

Se recomienda a Procomer y a la Cámara de Comercio Costarricense Alemana (AHK) que patrocine y promueva mediante campañas permanentes, las grandes cualidades que caracteriza a la producción de cacao costarricense (orgánico, calidad, aroma, sabor, amigable con el ambiente, de comercio justo, etc.) en donde estas cualidades tienen una gran demanda por parte del consumidor.

Se recomienda en dos años, la creación de un departamento de certificación orgánica dentro del MAG (en correspondencia con el decreto citado). Una vez reconocido y certificado internacionalmente este departamento, que brinde el servicio a todos aquellos productores de cacao orgánico que lo soliciten, ya sea de manera subvencionada o a menor costo que las certificadoras internacionales.

Referencias Bibliográficas

- Alliot, C., Cortin, M., Feige-Muller, M., Ly, S. (S.f). *The dark side of chocolate: An analysis of the conventional, sustainable and fair-trade cocoa chains*. (S.l.): The French Fair Trade Platform.
- Alpízar, M. (2016). *Oportunidades comerciales para la exportación de cacao*. San José, C.R: PROCOMER
- Araya, E., Madrigal, A. (2013). *Instituciones y Organismos de Costa Rica que intervienen en el proceso de exportación*. C.R.: Universidad Interamericana de Costa Rica.
- Arce, R. (2007). *Estudio de mercado de Alemania para alimentos frescos y procesados*. San José, C.R: PROCOMER
- Arias, C. (2008). *Perfil Producto Cacao*. Costa Rica: PROCOMER
- Aspectos Técnicos sobre Cuarenta y Cinco Cultivos Agrícolas de Costa Rica*. (1991). San José, C.R.: MAG
- Braun, V. (2015). *El boom orgánico en Alemania*. Recuperado de <http://ezla.de/es/el-boom-organico-en-alemania/>
- Cacao en Alemania: Información del mercado*. (2016). Guayaquil: Pro-Ecuador.
- Cacao orgánico: manual de cultivo*. (s.f.). Managua: Lutheran World Relief.
- Cacao Londres. (2017). *Expansión*. Recuperado de [http://www.expansion.com/mercados/cotizaciones/materias/cacao\(londres\)_LCC.html](http://www.expansion.com/mercados/cotizaciones/materias/cacao(londres)_LCC.html)
- Carmirol, G. (2017). *Análisis de la actividad cacaotera costarricense y perspectivas de su reactivación*. San José, C.R.: SEPSA.

Centro de Comercio Internacional. (2001). *Cacao: Guía de prácticas comerciales*. Ginebra: UNCTAD/OMC.

Chacón, M. *Cacao y moneda en Costa Rica*. (2006). San José, Costa Rica: Fundación Museos del Banco Central. Recuperado de: <http://museosdelbancocentral.org/cacao-y-moneda/>

Comercialización del cacao: requisitos y costos de comercialización. (s.f.). Recuperado de <http://cacaomovil.com/guia/10/contenido/requisitos-y-costos/>

Costa Rica. Ministerio de Agricultura y Ganadería. Dirección General de Investigación y Extensión Agrícola. (1991). *Aspectos Técnicos sobre Cuarenta y Cinco Cultivos Agrícolas de Costa Rica*. San José: MAG.

Costa Rica. Ministerio de Hacienda. (2012). *Ley General de Aduanas*. Recuperado de http://www.hacienda.go.cr/docs/51c9baa1b805f_LEYGENERALDEADUANASACTUALIZADAEOCTUBRE2012.pdf

Costa Rica. Ministerio de Hacienda. (2014). *Reglamento a Ley General de Aduanas*. Recuperado de http://www.hacienda.go.cr/docs/536942385f328_Reglamento%20a%20la%20Ley%20General%20de%20Aduanas.pdf

Costa Rica. PROCOMER. (2017). *Certificación de Origen*. Recuperado de <http://www.Procomer.com/es/certificacion-origen-costa-rica#11>

Costa Rica. PROCOMER. (2017). *Guía para exportar*. Recuperado de <http://www.Procomer.com/es/guia-para-exportar>

Demanda de cacao amigable con la biodiversidad en la Unión Europea. (2009) (s.l.): BCIE.

Descamps, P. (s.f.). *Manual de producción de cacao orgánico*. San José, Eco-Lógica.

Echeverri, J. (2013). *Tecnología moderna en la producción de cacao: manual para productores orgánicos*. San José, C.R.: MAG

El acuerdo de asociación entre Centroamérica y la Unión Europea. (2017) Recuperado de <http://www.kas.de/costa-rica/es/pages/6207/>

El cacao en Talamanca. (s.f.). Recuperado de <http://www.costaricaway.info/caribbean-way/reportajes/historia/el-cacao-en-talamanca/>

España. COMEX. (2017). *Informes de Comercio Internacional*. Recuperado de: <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Alemania/cacao-y-sus-preparaciones/DE/18>

España. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. (s.f.). *Medidas Arancelarias*. Recuperado de <http://www.comercio.es/es-ES/comercio-exterior/politica-comercial/medidas-arancelarias/Paginas/normas-de-origen.aspx>

European Commission (2017). *Export helpdesk: Mi exportación*. Recuperado de <http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/form/output?action=tariff&prodLine=80&mode=specificRequirements&status=null&simDate=20170219&languageId=es&cmd=chap&taricCode=1802000000&partnerId=CR&reporterId=DE&simulationDate=19%2F02%2F2017&submit=Buscar>

Exportación: ¿lujo o necesidad? (2007). Recuperado de <http://jcaworks.blogspot.com/2007/11/regulaciones-no-arancelarias.html>

Exportación de productos agrícolas y alimentos a la Unión Europea. (Julio-setiembre 2010). *IFOCENTREX*. 12 (3). P.1-2.

- Fernández, E. (25 de setiembre de 2017). Chocolaterías de arte gourmet expanden su oferta en Costa Rica. *El Financiero*. Recuperado de: http://www.elfinancierocr.com/negocios/Chocolarte-La_Chocolateria-Chocolate_Sibu-Dolce_Flowers_y_Chocolateria_Britt-chocolates_gourmet-arte_con_chocolate-Costa_Rica-cacao_0_952104796.html
- García, R. (2013). *Paradigmas interpretativo y sociocrítico*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/rociogarciarr/paradigmas-interpretativo-y-sociocrítico>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª. ed.). México, DF: McGraw-Hill / Interamericana Editores.
- Internacional Cocoa Organization. (2017). *Daily prices at time of London close*. Recuperado de <https://www.icco.org/>
- Karp, M. (14 de octubre de 2017). La batalla por el futuro del chocolate. *El Financiero*. Recuperado de: http://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/Cacao-chocolate-Catie-Costa_Rica-NYT_0_1266473343.html
- Kilian, B. (2005). *El mercado norteamericano para cacao orgánico & comercio justo*. (S.l.): ECOMERCADOS.
- López, K. (2011). *El mercado de productos orgánicos: oportunidades de diversificación para la oferta exportable costarricense*. San José, C.R.: PROCOMER.
- Nadurille, E. (2010). *Cacao: Cadena de valor de Costa Rica*. (S.l.): IICA-CATIE
- Nicaragua. Centro de Exportaciones e Inversiones. (2012). *Perfil de mercado: cacao orgánico – Europa*. Managua: CEI, ECOMERCADOS.
- OMS. Programa Conjunto FAO/OMS sobre Normas Alimentarias. Comité del CODEX sobre Contaminantes de los Alimentos. (2015). *Anteproyecto de niveles máximos*

para el cadmio en el chocolate y productos derivados de cacao. Nueva Delhi: FAO/OMS.

Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Cacao: Perfiles de Productos.* Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/perfil_cacao.html

Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Plan de Desarrollo de Mercado: Alemania.* Recuperado de: http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/perfil_cacao.html#condiciones21

Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Requisitos técnicos al comercio:* Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/requisitos-tecnicos-al-comercio/>

Ramírez, S. (2011). *Teoría y procedimientos aduanales.* (s.l.). UNED

Román, L. (2013). *Logística de exportación hacia la Unión Europea.* San José, C.R.: PROCOMER.

Santander TradePortal. (2017). *Trámites Aduaneros en Alemania:* Recuperado de: https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/alemania/tramites-aduaneros-importacion?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser

Soto, G., Descamps, P. (2011). *Certificación orgánica: paso a paso.* Turrialba, C.R.: CATIE

Tristán, A. (2013). *Tendencias e innovaciones en el sector de alimentos: el caso de la Unión Europea.* Costa Rica: PROCOMER.

Villalobos, M., Orozco, S. (2012). *Calidad de cacao en Centroamérica: Un vistazo a la situación en 2009*. Turrialba, C.R.: CATIE

What requirements should cacao meet to be allowed on the European market? (2016).
Recuperado de <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa/buyer-requirements/>

World Trade Organization. (2017). *Statistics database*. Recuperado de:
<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBStatProgramHome.aspx?Language=E>

Apéndices

Apéndice 1. EUR 1

D-8 N 3PTT51887 E 368 U NEGRO		FRENTE 1		R.R. DONNELLEY DE COSTA RICA, S.A.	
CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS					
1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)		EUR.1 Nº A009397			
		Véanse las notas del reverso antes de rellenar el impreso			
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa)		2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre			
		y			
		(indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)			
		4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos		5. País, grupo de países o territorio de destino	
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)		7. Observaciones			
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos ¹⁾ ; designación de las mercancías ⁽²⁾		9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m ³ , etc.)		10. Facturas (mención facultativa)	
11. VISADO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL COMPETENTE		12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR			
Declaración certificada conforme		El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado.			
Documento de exportación ³⁾ :					
Modelo n°					
Aduana o autoridad gubernamental competente:		Sello			
País o territorio de expedición:		En a			

Apéndice 2. Cuestionario

Objetivo 1 – Capacidad Productiva

- ¿Cuántas hectáreas dedican a la producción de cacao orgánico y cuánto producen?
- ¿Qué variedades y características tiene el cultivo de cacao orgánico?
- ¿Cómo se procesa el cacao orgánico?
- ¿Con qué tecnología cuentan para el procesamiento del cacao?
- ¿Cuál es el proceso de certificación?
- ¿Cuentan con apoyo estatal o privado? (ONG)
- ¿Cómo se comercializa el producto?
- ¿Pueden ustedes satisfacer la demanda del cacao orgánico?
- ¿A cuál mercado está orientado el producto?

Objetivo 2 – Oportunidades comerciales

- ¿Conoce usted los requisitos y regulaciones para exportar cacao orgánico?
- ¿Conoce usted los requisitos del mercado alemán para el ingreso de cacao orgánico?
- ¿Conoce empresas que puedan ser competencia directa en el mercado alemán?
- ¿Está la empresa en condiciones de exportar al mercado alemán?