

PRODUCCIÓN Y DINÁMICAS DE CACAO EN SANTANDER

Autores:

*María Fernanda Vargas Correa**

Tutor:

*Maryi Yurany Olarte Dueñas***

Aporta a la Línea de Investigación: Productividad y Competitividad.

Resumen

El siguiente informe flash refleja una caracterización del cacao en Santander, en el que se incluye un resumen de la cadena de valor, una descripción de la producción del grano, y los procesos de comercialización enfocado en quienes compran la producción. Se puede ver que los niveles de producción por hectárea son bajos para grandes plantaciones, además que es de destacar que existen dos grandes compradores del grano (Nutresa y Casa Luker), así como que el cacao colombiano es un producto premium.

Palabras clave: Cacao, cadena de valor, oferta, demanda

PRODUCTION AND DYNAMICS OF COCOA IN SANTANDER

Author:

*María Fernanda Vargas Correa**

Tutor:

*Maryi Yurany Olarte Dueñas ***

Contributes to the Research Line: Productivity and Competitiveness

*Estudiante de economía USTA Bucaramanga – mafesit_97@hotmail.com. Auxiliar de Investigación del Observatorio Socioeconómico de Santander primer periodo académico del año 2020.

** Economista. Magister en Administración. Doctoranda en Ciencias de la Educación. Investigador Asociado categorizado por Minciencias 2021. Coordinadora del Observatorio Socioeconómico de Santander-Universidad Santo Tomás.

Abstract

The following flash report reflects a characterization of cocoa in Santander, which includes a summary of the value chain, a description of the production of the grain, and the marketing processes to whom the production is sold. Production levels per hectare are low for large plantations, and it is also noteworthy that there are two large buyers of the grain (Nutresa and Casa Luker), as well as that Colombian cocoa is a premium product.

Keywords: Cacao, Value Chain, Supply, Demand

*Estudiante de economía USTA Bucaramanga – mafesit_97@hotmail.com. Auxiliar de Investigación del Observatorio Socioeconómico de Santander primer periodo académico del año 2020.

** Economista. Magister en Administración. Doctoranda en Ciencias de la Educación. Investigador Asociado categorizado por Minciencias 2021. Coordinadora del Observatorio Socioeconómico de Santander-Universidad Santo Tomás.

INTRODUCCIÓN

El cacao es un producto que lleva el sello exportador por donde quiera que se vea. En esencia, es un bien de los denominados *Commodities* que tiene gran visibilidad global pues se posiciona detrás del café y cerca del azúcar en el comercio mundial; Muy apetecido, entre otras cosas, porque es un alimento que tiene altas propiedades nutritivas (algo muy deseado en la industria alimentaria). Según el reporte de la Superintendencia de industria y comercio (2011) sobre la cadena productiva del cacao, este producto es fuertemente demandado en industrias norteamericanas y europeas, en especial aquellas que se dedican a la fabricación de refrescos, caramelos, bebidas alcohólicas, cosméticos, productos medicinales, perfumes y cómo no, en aquellas especializadas en la producción de chocolate y sus derivados: dulces, pasta, polvo de chocolate, repostería, etc.

Este *commodity* es obtenido de una planta denominada teobroma cacao L, y según Contreras (2017), existen diferentes genotipos dentro de los cuales se identifican tres variedades: Criollo, forastero y trinitario. Colombia, por sus bondades geográficas produce cacao criollo; especializándose en los cacaos “finos” que incluyen el segmento de cacao *premium* y de *aroma*. El mercado exportador al que se enfrenta el cacao colombiano tiene, a rasgos generales, condiciones de demanda especiales donde las características generales de consumo tienen que ver con atributos consistentes, verificables y diferenciadores; evidentemente traducidos en precios independientes (fuera de aquellos que la corriente económica establece en las bolsas de comercio mundial) y muy deseables para los productores.

Mojica-Pimiento & Paredes-Vega (2006) en la publicación editada por el BanRep dice que el cacao es un sistema complejo que usa mano de obra intensiva y que por sus características configura una explotación muy común en las economías campesinas. Sin embargo, y a pesar de los distintos esfuerzos institucionales, su desarrollo en Colombia ha sido lento, producto de rezagos sociales y económicos. A pesar de eso, Fedecacao (2006) afirma que el cultivo de cacao en Colombia es una excelente alternativa de producción para los pequeños y medianos productores que basan su sustento en la economía campesina (es decir, aquellos que viven exclusivamente de la venta de sus cosechas (o también denominado *pancoger*) y que en el territorio nacional se está dando un vuelco tecnológico positivo que producirá resultados satisfactorios en la evolución de la producción del cultivo.

En el departamento de Santander, las condiciones agrícolas y climáticas han permitido el cultivo de un cacao de excelente calidad con características de inocuidad propias de los mercados más exigentes de la unión europea. Además, la bondad del cultivo ha hecho que en toda la extensión del territorio santandereano se haya decidido cultivar, pues se puede desarrollar en áreas pequeñas (1:3 Ha), es de fácil cuidado (no exige gran cantidad de agroquímicos) y la infraestructura para llevarlo a escalas empresariales no es muy compleja. Clúster Santander CCB (2019), indica que Santander es el principal productor de cacao en Colombia con una participación del 38% del mercado. Además, añaden, cuenta con 25.700 productores de cacao con cédula cacaotera, que facturan 200 mil millones COP al año.

1. Caracterización de la producción de Cacao en Santander.

Según informes en el Banco de la República (2022), La producción de cacao en Colombia requiere de mano intensiva explotando la economía campesina. El país se distingue por ser tanto productor como consumidor del bien agrícola con estándares de calidad y tecnología que transforman el producto, igualmente el cacao es un bien producido a nivel mundial en África del Oeste, Sur y Centro América. Considerando que en Colombia el primer productor de cacao es el departamento de Santander sumándose otras regiones como Valle del Cauca, Norte de Santander, Cuenca del Atrato y Hoya del Río Magdalena.

La zona geográfica “fuerte” en producción de cacao colombiano se encuentra en la vertiente occidental de la cordillera oriental que linda con el río Magdalena y que atraviesa de norte a sur las montañas del departamento de Santander. Las características propias de la región tales como lluvias constantes (que garantizan entre 2.500 mm a 1.600 mm anuales); temperaturas sin registros de variaciones abruptas, que según Corpoica (2000), no superan los 28°C ni descienden más de 23°C; humedad relativa en un rango de 75% a 80%; y, horas-sol que van de las 1400 a 1800 hrs, favorecen la producción constante del cultivo.

La gran variedad de las zonas de cultivo presenta particularidades heterogéneas o muy variables: desde espacios de tierra homogénea hasta espacios definidos por variables agrofísicas que se configuran de acuerdo con el clima, geomorfología, material parental o el mismo suelo. Según Corpoica (2000), la región de Santander está en zonas que

corresponden a tierras de cordillera, serranías y piedemontes (definidos como relieves quebrados y relieves escarpados).

Según Mateus y Reyes (2018) en Colombia, el cultivo de cacao era realizado por cerca de 35.000 pequeños y medianos agricultores en áreas de menos de 20 hectáreas, lo que representa cerca del 98% de los cultivadores en Colombia y para el 2020 se consideran un aproximado de 65.341 familias productoras. (Ministerio de Agricultura, 2020).

1.1 Tipología de productores, proveedores y consumidores en la cadena de valor.

En la presente sección se hace una descripción de los proveedores de insumos, productores, comercializadores, aspectos relacionados con agroindustria, consumidores finales que hacen parte de la cadena de valor, resaltando algunas cifras que aportan al reconocimiento de la producción de este producto del sector agrícola del departamento.

i). Proveedores de insumos: En este eslabón se encuentran los actores que comercializan insumos y materias primas que los cacaocultores necesitan para llevar a cabo la plantación. Se encuentran casas agrícolas, viveros, proveedores de maquinaria, entre otros.

En este eslabón, según el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), en Colombia había 168 viveros certificados en el 2008, esta cifra se vio aumentada hasta alcanzar un valor de 267 en 2017, lo que significa un crecimiento del 59% en 9 años. Así mismo puede decirse que un acercamiento del alcance de los insumos demandados y su precio lo hace Contreras Pedraza (2017), quien relata que:

Los principales productos demandados por los productores de cacao son Fertilizantes como la urea, triple 15 tradicional y cafetero, DAP; entre otros, con precios que oscilan desde los \$54.000/bulto hasta los \$95.000/bulto; el siguiente grupo de productos demandados son los cicatrizantes de podas, tales como cal dolomita, pasta cicatrizante, oxiclورو de cobre, entre otros, con precios que varían desde los \$7.500/kg hasta los \$23.000/kg; en tercer grupo se encuentran los herbicidas, fungicidas e insecticidas, donde se resalta el uso de glifosato en departamentos como Santander y Tolima. Respecto al uso de insumos orgánicos, el 62,5% de las casas agrícolas manifestaron tener dentro de su portafolio este tipo de productos; otros insumos identificados son tijeras, guadañas y en muy poca medida motosierras y podadoras. (p. 69)

ii) Productores del grano: Aquí se encuentran los pequeños y medianos productores, así como proyectos empresariales de cultivo. Los productores poseen en promedio 3 hectáreas, con bajos niveles de tecnificación y productividad, lo cual limita la obtención de mayores ingresos en su unidad productiva.

- iii) Comercializadores del grano: Casas comercializadoras, asociaciones de productores, Fedecacao, etc.
- iv) Agroindustria de transformación del cacao: Fundamentalmente son actividades integradas al proceso de transformación de productos para la industria del chocolate. Desde la industria artesanal, hasta la gran industria chocolatera.
- v) Comercializadores: Encargados de la venta y distribución de productos transformados.
- vi) Consumidor final: Consumidores de los productos de la cadena a nivel tanto nacional como internacional.

1.2. Procesamiento del grano.

Según diversos documentos realizados, el primer paso para el procesamiento del cacao es la recolección y apertura de las mazorcas de cacao donde se utilizan herramientas como: machete, tijeras, desjarretadera, etc. Posteriormente, se da la clasificación de semillas según su estado sanitario (solo deben procesarse semillas sanas) que provengan de cacaos maduros. Muchos de los cacaoteros utilizan las cascavas de las mazorcas para hacer compost, combinándola con roca fosfórica y estiércol de animales.

Después de lo anterior, el proceso continúa con los tratamientos de Postcosecha, los cuales son 1) preacondicionamiento de las semillas de cacao, 2) fermentación y 3) secado.

La fermentación es de los procesos más importantes para el resultado final del cacao, ya que es la etapa donde se desarrolla la transformación física y bioquímica de las semillas, mediante la formación de los precursores del sabor y aroma. Existen diferentes tipos de fermentación, entre ellas: sistema en pila, plataformas, cajas de madera, canastas de fibra natural y tambor rotatorio. Estos sistemas, según su tamaño, forma y material afectarán de distintas maneras las condiciones físicas del proceso. En Santander, cerca del 37.2% de los productores tardan 8 días en el proceso de fermentación, el 20,3% deja fermentar el grano durante 7 días, el 20,9% durante 6 días y el 21,7% entre 4 y 5 días.

El secado tiene casi la misma importancia que el proceso de fermentación para determinar la calidad final del cacao. Se utilizan sistemas tales como elbas, marquesinas, camillas con mallas de plástico, caña brava, superficies de cemento, etc. En Santander, el 50% de los cacaocultores deja inicialmente los granos expuestos al sol durante menos de 6 horas, el

otro 50% los deja expuestos durante más de 10 horas. Tras finalizar el proceso de fermentación y de secado, se procede a empacar en sacos de fique, para comenzar con la comercialización inmediata.

1.3. Comercialización del grano

En Colombia el proceso de comercialización lo llevan a cabo 5 grandes figuras:

1.3.1 **Acopiador o intermediario:** En algunas regiones del país compra finca por finca, para luego ir a comercializar a las cabeceras municipales, sin embargo, en su afán de aumentar volumen, compran cacao de diferentes calidades, con lo cual, se ve afectado el producto que adquiere la agroindustria. Usualmente manejan el mercado de las cooperativas y casas comerciales.

1.3.2 **Asociaciones y cooperativas:** Nacen de la necesidad de los productores de asociarse y, así, obtener poder de negociación. Generalmente tienen sus puntos de venta en las cabeceras municipales. Negocian directamente con la industria nacional, redes de cacao y con el sector externo.

1.3.3 **Casas comerciales:** Se caracterizan por tener puntos satélites con condiciones estándar de precio. Son canal directo con los puntos de compra de la industria nacional.

1.3.4 **Traders:** Son compradores internacionales, asisten a ferias internacionales en busca del Cacao colombiano, por su sabor y aroma. Este canal ha sido promocionado por entidades como Procolombia y Fedecacao. Negocia directamente con la bolsa internacional.

1.3.5 **12 industrias locales:** Canal directo entre productor y pequeña industria regional.

Las principales cooperativas cacaoteras en Santander, se encuentran en los municipios de San Vicente, El Carmen de Chucurí, Landázuri, Rionegro, Bucaramanga, Cimitarra, El Playón, Lebrija, Santa Helena de Opón y La Belleza.

1.4 Agroindustria

La agroindustria está compuesta principalmente por 2 empresas, la Compañía Nacional de Chocolates con una participación del 50%, Casa Lúker (31%), compañía Colombiana Agroindustria S.A (6%), y Fedecacao (3%), Girones S. A (2%) y pequeñas empresas con un 8%. (Finagro, 2020).

La industria chocolatera maneja dos modalidades en la transformación de los granos de cacao 1) Subproductos de cacao (Licor de cacao, manteca de cacao y torta) y 2) Producto terminado (barras de chocolate, bombonería y chocolate de mesa). Los productos más procesados por las empresas colombianas chocolateras son: chocolate de mesa (en primer lugar), confitería y cacao en polvo.

La información anterior contrasta con la figura 1 extraída del reporte de la cadena productiva publicado por la Superintendencia de industria y comercio (2011).

Figura 1. Estructura de la cadena productiva del Cacao



Fuente: Superintendencia de industria y comercio (2011). tomado de Secretaría Técnica de la Cadena productiva del Cacao Departamento del Huila.

2. Análisis de la producción del grano en Santander.

Según el Ministerio de Agricultura (2020), en Colombia existen 65.341 familias productoras de cacao aproximadamente ubicadas en 422 municipios y 27 departamentos del país. Para 2019 se alcanzó una producción de 59.740 toneladas en 183.493 hectáreas sembradas para el año 2019, lo que corresponde en promedio a 3 hectáreas por productor. El sector genera aproximadamente 165.000 empleos directos e indirectos, con un total de exportaciones de 9116 toneladas e importaciones de un total de 420 toneladas para el 2019, lo que es evidente una balanza comercial del sector positiva o superavitaria. El 95% del cacao colombiano es considerado como producto de fino sabor y aroma por la organización Internacional del Cacao (ICCO), sin embargo, se evidencia un crecimiento para el 2020 donde se generaron aproximadamente 173.293 empleos directos e indirectos lo que implica un crecimiento en la generación de nuevos 8293 empleos. Así mismo según el Ministerio de Agricultura el sector tuvo un crecimiento en la generación de empleos en el periodo 2011 a 2020 de un 36% aproximadamente, con un promedio de 0,9 empleos generados por hectárea sembrada.

En este apartado se pretende mostrar la producción de cacao en el país y en el departamento de Santander para el año 2018 y 2020 según los informes más recientes de Finagro y los reportes de fedecacao, donde se estima que el año 2020 superó en 2784 toneladas la producción del año 2019, registrando para el 2020, un total de 34.889 toneladas con un incremento del 9%, siendo Arauca el departamento con mayor rendimiento (0,49 ton/ha), seguido de Santander con un rendimiento (0,45 ton/ha). (Pág. 6).

Así, según Finagro (2020) para el caso de Santander se estimó que en el año 2019 Santander tuvo el mayor dinamismo con 999 hectáreas seguida de Antioquia con 964 hectáreas. Para mayor precisión por municipio del departamento se evidencian para 2018 los siguientes rendimientos. (Ver figura 2,3 y 4).

Figura 2. Rendimiento de producción por departamento de Santander en el año 2018.

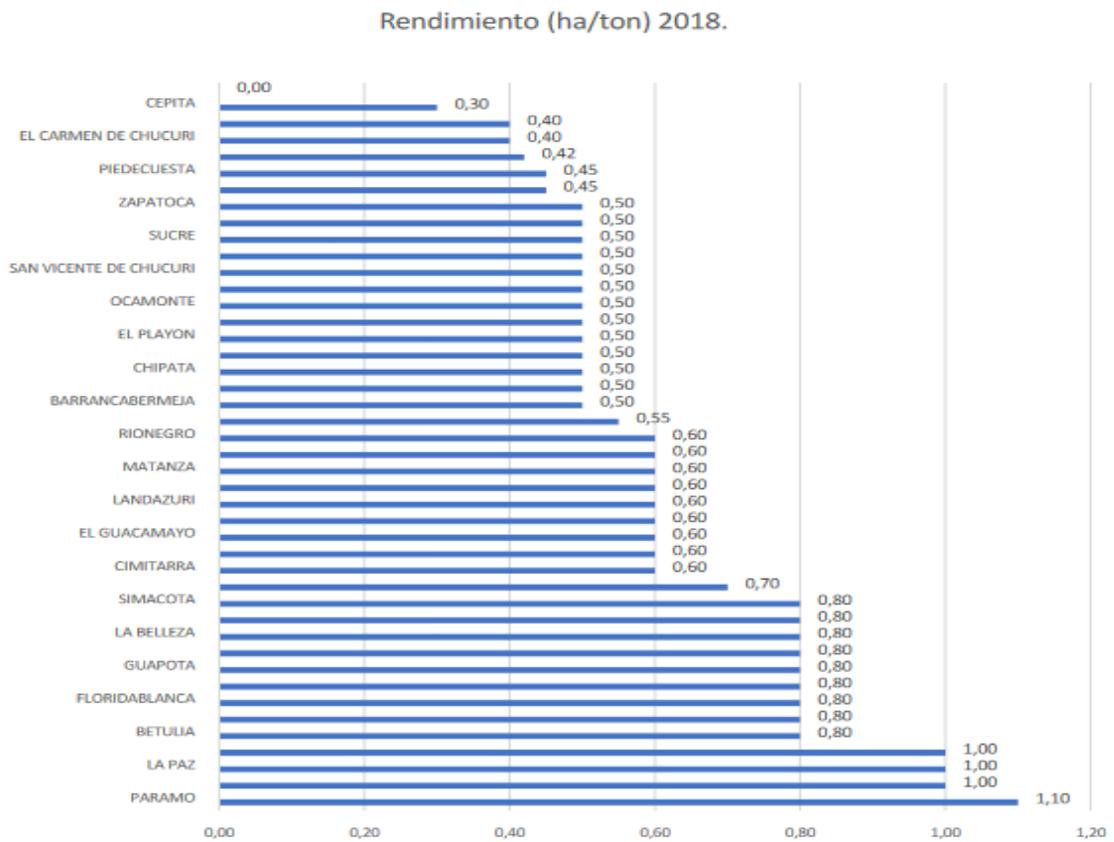
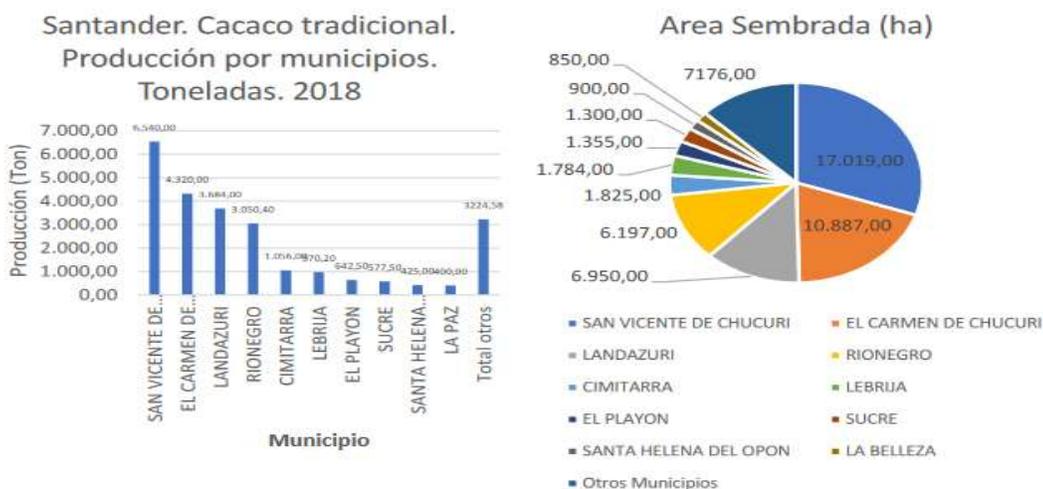


Figura 3. Producción Cacao Tradicional

Figura 4. Área Sembrada por municipio



En las figuras anteriores, se evidencia circunstancias bastante peculiares. A simple vista, es posible darse cuenta de que, municipios como San Vicente de Chucurí, El Carmen, Landázuri, Rionegro, presentan los mayores niveles de producción explicados relacionadamente con el área sembrada. Paradójicamente, muchos de estos mismos municipios son aquellos que presentan tasas de productividad muy bajas (0.50 ha/ton en promedio). El análisis y la respuesta pronta indican que zonas geográficas como Simacota (0.80 ha/ton), Palmas del Socorro (0.80 ha/ton), Páramo (1.10 ha/ton), Oiba (1.00 ha/ton) o La Paz (1.00 ha/ton), son (además de muy restrictivas con producción del cacao) tierras muy bien cuidadas y con uso de suelo bien destinado, (es decir, se trabaja según la disposición natural del suelo), es decir, son zonas endógenamente mucho más nutritivas para el cultivo y que por su naturaleza, son muy explotables. Un indicio para afirmar que no se está realizando inversión y tecnificación que promueva la explotación del cultivo es sencilla: la transitividad del cultivo y la disposición de los productores a producir más en volumen que en relativa calidad (hay que recordar que muchos de aquellos productores viven del pan coger).

En términos totales adicionalmente se puede observar que Santander como se ha mencionado es el principal productor de cacao en toneladas y en áreas cultivadas, aunque se presentan rendimientos superiores en otros departamentos como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 1. Estadísticas de Área, producción y rendimiento de Santander frente a otros productores en el país.

Departamento	Área (Ha)						Producción (Ton.)						Rendimiento (Ton/ha)					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2015	2016	2017	2018	2019*	2020
Santander	51.500	52.200	53.523	56.500	57.916	59.710	22.424	22.117	23.042	23.574	23.574	26.551	0,45	0,49	0,49	0,46	0,46	0,46
Antioquia	13.450	14.600	14.721	14.800	15.979	16.474	4.391	5.285	5.407	4.905	5.259	5.551	0,42	0,44	0,45	0,44	0,44	0,44
Arauca	11.200	13.000	13.126	14.000	14.367	14.812	5.629	6.398	5.037	4.478	4.546	4.798	0,55	0,64	0,66	0,66	0,66	0,66
Huila	13.100	13.300	13.553	13.593	11.930	12.300	3.787	4.159	4.822	4.466	4.051	4.276	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
Tolima	10.700	11.100	11.139	11.300	11.740	12.114	3.547	3.527	4.590	4.108	3.928	4.145	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
Nariño	14.400	14.900	14.918	14.100	14.694	15.149	2.876	2.059	2.871	3.376	3.285	3.467	0,19	0,13	0,19	0,23	0,23	0,23
Cesar	4.500	4.700	4.859	4.850	5.911	6.094	1.046	1.169	1.734	1.902	1.531	1.616	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
Meta	6.100	6.400	6.562	6.700	6.812	7.023	1.592	1.843	2.071	1.610	2.134	2.252	0,37	0,32	0,32	0,3	0,3	0,3
Otros	40.056	42.316	41.738	39.359	44.148	45.506	9.506	10.241	10.961	8.448	9.848	10.393	0,37	0,39	0,38	0,38	0,38	0,38
Total	185.004	172.916	175.000	179.056	183.409	189.182	54.799	56.798	60.535	56.867	59.740	63.048	0,43	0,45	0,45	0,43	0,43	0,43

Fuente: de Agricultura 2020 con base en datos de MADR-FNC-FEDECAAO. Datos preliminares 2020.

3. Características del Mercado del Cacao

Existen muchos productores de cacao dentro de los cuales, en más del 90%, su producción es comprada por Nutresa y Lúker dejando a los otros 13 competidores con solamente el 10% del mercado como ya se había mencionado anteriormente.

Es interesante resaltar que la mayor parte del producido se consume internamente dejando muy poco para la exportación, es decir, el cacao del país se produce para la demanda interna. Nutresa era la antigua nacional de chocolates y es un conglomerado ubicado en Medellín que tiene alrededor de 75 marcas en 65 países y que realiza investigaciones en metal mecánica, alimentos y empaques; comenzó su expansión en 2004 comprando compañías alimenticias en América central y el Caribe.

Todo esto hace de Nutresa una fuerte empresa que tiene la necesidad de comprar grandes cantidades de cacao y, además, una empresa que tiene los ingresos para realizar grandes transacciones. Muy probablemente, esta posición de mercado genera confianza a los productores quienes prefieren garantías al momento de vender su producto; además, también tiene la ventaja de poner condiciones de la transacción, dejando a los pequeños productores sin poder de mercado. El caso de Lúker es similar, es una empresa antigua que comercializa chocolate y que poco a poco amplió su portafolio a alimentos y productos de la limpieza; posee múltiples alianzas con empresas internacionales y aunque, a pesar de que demanda menos cacao que Nutresa, posee una gran cuota del mercado y, por ende, poder del mismo.

3.1. Características del producto en Santander

Como bien se dijo en la introducción, el cacao es un bien que se transa como commodity en las bolsas mundiales; según Castelo (2003) citado en Yague (2014), un commodity se puede definir como todo bien producido en masa por el hombre o del cual existe un stock tan grande que tiene un muy bajo nivel de diferenciación o especialización. Si bien, estos están basados en una calidad que se considera mínima y, además, no existe un grado muy apreciable de diferenciación entre ellos, por regla, los commodities deben tener además de un valor, una utilidad implícita.

No obstante, al hablar de Santander, se trata de un tipo especial y muy poco común de cacao, por lo tanto, se debe dar el tratamiento que merece. A lo largo de su especialización, en Santander, según Mojica-Pimiento & Paredes-Vega (2006), se han replanteado y se han sustituido plantaciones viejas con cacaos criollos de mejores cualidades: tamaños (de grano), sabores, aromas y rendimiento industrial. Asociado a la hibridación de cacaos tipo trinitario y ecuatoriano -seleccionados como los mejores cacaos del mundo-, una mejor calidad ha garantizado una mayor demanda por los industriales y especialistas en la materia.

El proceso de comercialización del cacao es similar al de otros bienes transables: existen diversos canales, es decir, el producto no solamente sale al canal tradicional del acopiador/intermediario finca-finca o vereda-vereda, sino que existen distintas formas de recolección y venta, donde, según la cantidad, calidad, precio y permisos se ubican más o menos comercializadores y donde hay más o menos poder de mercado.

El primero de ellos es el canal tradicional donde el acopiador pasa vereda por vereda, finca por finca y transa una cantidad determinada del producto según el precio de mercado. Es un canal muy usual, aunque, según Contreras Pedraza (2017), muy criticado porque en su afán de volumen, el comercializador mezcla distintos tipos de grano las que posteriormente mezcla y vende a las casas comerciales.

El segundo canal es la respuesta de los productores a aquellos canales tradicionales que usaban su posición para sacar provecho pagando a un precio inferior. Asociaciones y cooperativas: allí se asocian pequeños productores para poder tener algo de poder de

negociación y principalmente reducir costos transaccionales; además, tienen incentivos de bonificación para aquellos que avancen en la homogeneización del producto y generalmente tienen sus puestos de compra en las cabeceras municipales. Este canal ha avanzado en la asociación con la industria nacional e integración en las redes nacionales de comercio.

La siguiente forma de comercio se realiza en los puntos satélites de las casas comerciales, las cuales compran en el punto de venta al productor con parámetros bien definidos (generalmente superiores a los de los acopiadores) y generalmente son puntos directos de compra con la industria nacional. En algunas regiones son tan fuertes estos canales de comercialización que pueden almacenar grandes volúmenes en stock para comerciar internacionalmente y negociar nacionalmente.

En dichas formas de comercialización el precio spot se regula por el mercado de futuros, añadiéndole una prima que varía según las condiciones de cada país. Es decir, por más que se quiera, no hay muchas formas de influir en el precio.

Mojica Pimiento & Paredes-Vega (2006) añaden que los precios de los granos vienen determinados por una serie de factores con implicaciones en la volatilidad y con incidencia directa en variabilidad e inestabilidad de precios, experimentando cambios de país a país. Como tal, añaden factores que hacen que el precio varíe, entre ellos se destacan: Factor meteorológico, Nivel de existencias, mercado financiero, evolución de las principales divisas, variación en la demanda, crecimiento de países emergentes, especulación, las políticas monetaristas de países desarrollados, flujo de información.

Sin embargo, existe otro tipo de canal donde sí existe un relativo control de precios dada la exclusividad del producto. El cuarto canal asociado a la comercialización del grano de cacao en Colombia son los traders: dada la fama del producto y el posicionamiento global, estos compradores asisten a ferias donde el producto nacional es galardonado para negociar con los productores precios por encima del promedio nacional. Medios de promoción como Procolombia, Fedecacao y Swisscontact son algunos de los que disponen y promocionan el ambiente para la negociación directa entre productor/pequeña industria regional y los compradores extranjeros.

Para finalizar, después de cada una de las características específicas del productor, se puede hablar de que, a nivel agregado, el producto tiene dos mercados y su dinámica dista porque la calidad de este interviene en el proceso.

Según Yague (2014), el mercado de Commodities ha ido evolucionando paralelamente al de otros mercados financieros y actualmente es un mercado globalizado. Dicho desarrollo ha permitido que muchos participantes entren como competidores y que su implementación se desarrolle de acuerdo con diversos productos e instrumentos de inversión.

Fundamentalmente las transacciones del cacao se realizan en dos tipos de mercado. En el punto inicial, donde la especialización del producto o agregados en su sabor, color o tipo es poca o nula, es decir, en aquel mercado donde no existen barreras de entrada y donde se transa como Commodity, el sitio de intercambio responde a las siguientes características:

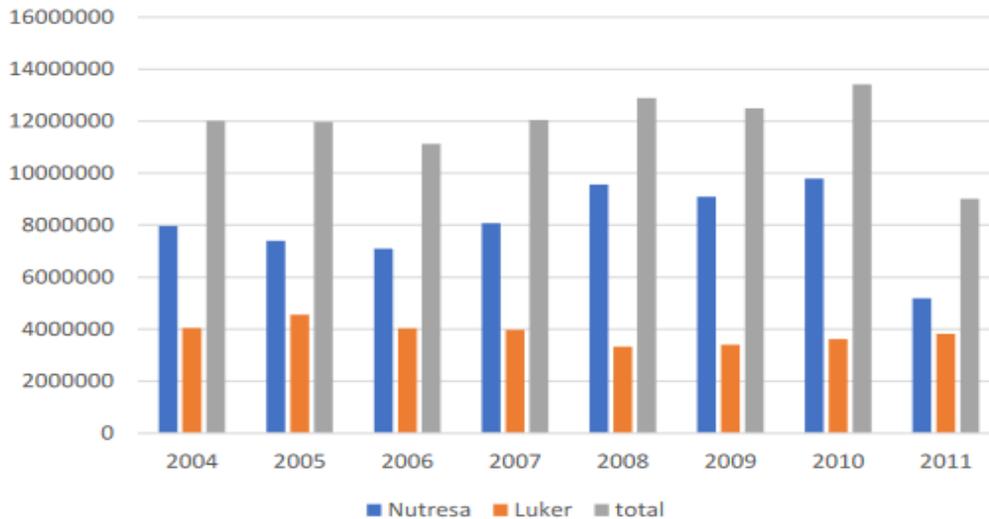
- i) Conocido como mercado físico o *spot*, la primera clasificación del mercado se fundamenta en que las compraventas que se realizan al contado y con un precio denominado *spot* o acordado, liquidándose la operación en el mismo día o en un plazo máximo de 72 horas. Tradicionalmente son los productores reales de la economía quienes transan en este tipo de mercado. Es decir, el comprador que desee adquirir el bien se acerca generalmente con la finalidad de darle un uso teóricamente- inmediato y no para usarlo como objeto de inversión. En este tipo de mercado no intervienen instrumentos financieros.
- ii) Por otro lado, se encuentran los mercados listados; esto es, Bolsas de materias primas, el punto donde los productos son negociados como instrumento de inversión y donde generalmente se supone que hay mayor exigencia en términos de calidad inherente e inocuidad: allí donde se denomina Premium y donde la compra es sinónimo de un bien transformado que denota prestigio y exclusividad. La modalidad de operativa en estos mercados es mediante instrumentos derivados (principalmente por medio de contratos de futuros) cuyo activo subyacente es un commodity, comerciándose en diferentes Bolsas del mundo, la compra se realiza con

acuerdos contractuales donde se firma una cuota de producción a un precio generalmente por encima del promedio nacional (que permita ganancias en el mercado internacional). Así puede encontrarse diferentes activos subyacentes que se utilizan para este tipo de contratos de futuros y generalmente son aquellos muy valorados en términos comerciales o aquellos que están sujetos a variaciones estacionales (y, por ende, a probabilidades volátiles de rendimientos).

2.3 Demanda de Cacao por parte de la Agroindustria

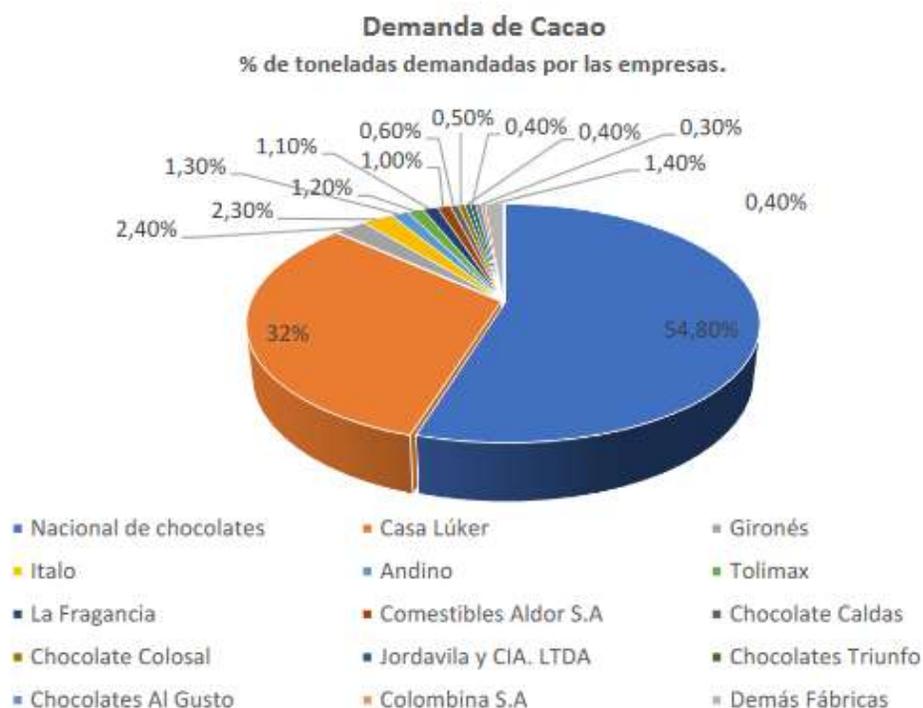
En la figura 6 se observa que entre Nutresa y Casa Lúker tienen casi el 90% de participación del mercado y por tanto son de quienes hay datos de cuánto compran; Nutresa tiene más del 60% de participación del mercado y compra alrededor de 8 millones de toneladas al año.

Figura 6. Evolución de volumen de compra en toneladas 2004-2011



Como puede observarse en la figura 7, la menor parte del mercado se la llevan empresas como Chocolate Gironés, Ítalo, entre otros. El factor explicativo de primera mano es que los costos de producir el bien con valor agregado se ven afectados positivamente por el poder de negociación de las casas de transformación del cacao. Como tal, el cacao “corriente” producido en la nación es consumido por las mismas industrias que operan, sin embargo, existe una categoría premium que se destina al exterior.

Figura 7. Demanda de Cacao por tipología



Según la figura 7, se confirma la demanda realizada por cada una de las empresas donde se refleja que un 54,80% de la producción es demandada por Nacional de Chocolates seguido por Casa Luker con un 32%, mientras que Gironés que es la de mayor demanda en relación con las demás solo alcanza a una representación del 2,40% seguido por italo con un 2,30%, mientras los demás oscilan entre 0,30% y 1,40%.

Por el lado de la demanda externa puede decirse que en el año 2020 las exportaciones se incrementaron con respecto al año 2019 en 2033 toneladas debido al incremento de producción nacional, mejores precios internacionales y apertura de nuevos mercados. Los principales países destino de exportaciones en el 2020 fueron en su orden; México, Italia, Bélgica, Holanda, Argentina, Estados Unidos y Malasia; que en conjunto suman cerca del 96,3% del total de las exportaciones de cacao colombiano. (Ministerio de Agricultura, 2020. p.16).

3. APUESTAS EN EL SECTOR CACAOTERO A NIVEL NACIONAL Y PARA SANTANDER.

A nivel nacional existen estrategias relacionadas con el sector donde hay diversos actores que buscan fortalecer la competitividad de la cadena desde la producción, la investigación, la industrialización y la comercialización de productos en el mercado mundial. Las estrategias son llevadas a cabo desde presidencia de la república mediante Ministerio de Comercio, Industria de Turismo (Mincomercio), Colombia productiva, El Ministerio de Relaciones exteriores y la Agencia de cooperación Internacional. Además, cuenta con:

El liderazgo de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Agrosavia), el Instituto Nacional de Metrología (INM), ProColombia y la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA), con la activa participación de múltiples entidades públicas y privadas de la industria, academia y de Cooperación Internacional. El Programa Colombia + Competitiva, financiado por la Embajada Suiza, Cooperación Económica y Desarrollo SECO, ha sido el facilitador en la construcción de esta estrategia. (Mincit.gov.co, 2021)

Así dentro de la estrategia se plantea que desde la producción es importante hacer la restitución de cultivos viejos para poder incrementar el rendimiento, incrementar el área sembrada y estandarizar la calidad del grano; en segundo lugar los procesos de transformación en los cuales se plantea implementar modelos de beneficio del cacao tanto a nivel individual como colectivo así como masificar los protocolos de beneficio del grano; en tercer lugar en lo referente a la comercialización se visualiza el incremento en las exportaciones socializando las herramientas y asociaciones para llevarlas a cabo y disminuir la intermediación en el eslabón de la producción y finalmente en términos de comercialización se plantea incrementar el consumo nacional mediante la diversificación de productos ofertados y en el contexto internacional incrementando su contenido en los productos terminados.(Ministerio de Agricultura , 2021).

Referencias.

- Banrep (2022). Características del cultivo del cacao en Santander.
<https://www.banrep.gov.co/es/caracteristicas-del-cultivo-del-cacao-santander>
- Castelo, M. (2003). *Diccionario Comentado de Términos Financieros Ingleses de Uso Frecuente Español*. A Coruña: Netbiblo.
- Clúster Santander CCB. (2019a). Clúster Cacao. Recuperado en abril 6, 2020, de <http://clustersantander.com/bienvenido-cluster-cacao/>
- Clúster Santander CCB. (2019b). En Santander, el café y el cacao son premium. Recuperado en Abril 6, 2020, de <http://clustersantander.com/noticias-ynovedades/noticias-generales/en-santander-el-cafe-y-el-cacao-son-premium/>
- Contreras Pedraza, C. A. (2017). Análisis de la cadena de valor del cacao en Colombia: generación de estrategias tecnológicas en operaciones de cosecha y poscosecha, organizativas, de capacidad instalada y de mercado. *Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ingeniería.*, 221 páginas.
Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/59141/1/1032373448-2017.pdf>
- Corpoica. (2000). *Caracterización y tipificación de los productos de cacao en el Departamento de Santander.pdf* (p. 40). p. 40. Bucaramanga.
- Duque, J. (2019, May 10). En Santander, el café y el cacao son premium.
Recuperado abril 6, 2020, de Semana sitio web:
<https://www.semana.com/contenidos-editoriales/santander-es-sugente/articulo/en-santander-el-cafe-y-el-cacao-son-premium/617729>
- Fedecacao. (2006). *Validación y transferencia del paquete tecnológico del cultivo de cacao para el departamento de Casanare*.

Mojica-Pimiento, A., & Paredes-Vega, J. E. (2006). Características del cultivo del cacao en Santander. *Ensayos Sobre Economía Regional*; No. 40, (7).
Recuperado de <http://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/2039>

Superintendencia de industria y comercio. (2011). Cadena productiva del cacao: Diagnóstico de libre competencia. Superintendencia Industria y Comercio. *Superintendencia De Industria Y Comercio*, 1–6.

Mateu, V & Reyes, D. (2018) *Diagnóstico de la producción y comercialización de los productores de Cacao asociados a la Federación Nacional de Cacaoteros (FEDECACAO) en el municipio de Lebrija Santander.*

Ministerio de Agricultura. Cadena de cacao. Dirección de cadenas Agrícolas y Forestales. Marzo 2021. Disponible en línea:
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Yague, P. (2014). *Estudio de los commodities.* Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/170/retrieve>