



Estudio sobre caracterización de condiciones y oportunidades del mercado de cacao en Costa Rica

Ing. Bryan Serrano Machado

2017

ÍNDICE

I. Resumen Ejecutivo	8
II. Introducción	9
III. Objetivos del estudio	11
IV. Metodología	12
4.1 Metodología genera para el estudio	13
4.2 Metodología: Perfil del mercado internacional del cacao	15
4.3 Metodología: Perfil del mercado local del cacao	16
4.4 Metodología: Recomendaciones para un plan de fortalecimiento en cacao.....	18
V. Segundo Componente: Caracterización de condiciones y oportunidades del mercado de cacao en Costa Rica	19
Perfil del mercado internacional del cacao.....	20
5.1. Oferta mundial de cacao	21
5.2. Hectáreas totales en cacao	24
5.3. Hectáreas en producción orgánica de cacao.....	27
5.4. Precios internacionales del cacao	29
5.5. Exportaciones mundiales de cacao	32
5.6. Costa Rica: Exportaciones de cacao	37
5.7. Importaciones de cacao a nivel mundial.....	45
5.8. Importaciones de cacao en Costa Rica	56
5.9. Costa Rica: Exportaciones – Importaciones	63
5.10. Consumo mundial de cacao	68
5.11. Tendencias de consumo y usos del cacao	74
5.12. Oportunidades comerciales para Costa Rica.....	86
Perfil del mercado local del cacao en la zonas Norte y Atlántica de Costa Rica	90
5.13. Características generales del mercado local	91
5.14. Actores demandantes en mercado local.....	102
5.15. Condiciones y características de la demanda	104
VI. Hallazgos y conclusiones	121
6.1. Hallazgo sobre perfil mercado internacional de cacao	122
6.2. Hallazgos sobre perfil mercado local de cacao	128
VII. Anexos.....	134
VIII. Bibliografía	137

ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICOS Y FIGURAS

GRÁFICOS

Gráfico No.1.	Producción mundial de cacao en grano 2005-2013	19
Gráfico No.2	Principales países productores de cacao en grano en el mundo en 2013	20
Gráfico No.3	Principales países productores de cacao en América en 2013	20
Gráfico No.4	Producción por país en Centroamérica en 2013	21
Gráfico No.5	Hectáreas totales en producción de cacao en 2013	22
Gráfico No.6	Hectáreas totales en producción de cacao por región en 2013	22
Gráfico No.7	Principales países con hectáreas en cacao en 2013	23
Gráfico No.8	Principales países con hectáreas en cacao en América en 2013	23
Gráfico No.9	Evolución de las hectáreas en producción de cacao orgánico 2004-2013	26
Gráfico No.10	Bolsa de New York: Precios por tonelada métrica de cacao seco	27
Gráfico No.11	Bolsa de New York: Precios por tonelada métrica de cacao seco 2012-2016	28
Gráfico No.12	Año 2015 :Valor de las exportaciones mundiales de cacao	30
Gráfico No.13	Año 2015 : Valor de las exportaciones de cacao según partida arancelaria	31
Gráfico No.14	Año 2015 : Valor de las exportaciones de cacao de Costa Rica	35
Gráfico No.15	Año 2015 : Valor de las exportaciones de cacao de Costa Rica	35
Gráfico No.16	Año 2015 Principales destinos de las exportaciones de cacao Costa Rica	36
Gráfico No.17	Costa Rica Año 2015 : Exportaciones de cacao según partida arancelaria	37
Gráfico No.18	Costa Rica Año 2015 : Principales destinos de las exportaciones partida 1801	37
Gráfico No.19	Costa Rica Año 2015 : Principales destinos de las exportaciones partida 1802	38
Gráfico No.20	Costa Rica Año 2015 : Principales destinos de las exportaciones partida 1803	38
Gráfico No.21	Costa Rica Año 2015 : Principales destinos de las exportaciones partida 1804	39
Gráfico No.22	Costa Rica Año 2015 : Principales destinos de las exportaciones partida 1805	40
Gráfico No.23	Costa Rica Año 2015 Valor de las exportaciones partida arancelaria 1805	40
Gráfico No.24	Costa Rica Año 2015 : Principales destinos de las exportaciones partida 1806	41

Gráfico No.25	Costa Rica Año 2015 Valor de las exportaciones partida arancelaria 1806	41
Gráfico No.26	Año 2011-2015: Valor de las importaciones de cacao en el mundo	43
Gráfico No.27	Año 2015: Valor de las importaciones de cacao (primeros diez países)	44
Gráfico No.28	Año 2015: Valor de las importaciones de cacao según partida arancelaria	45
Gráfico No.29	Año 2011-2015: Valor de las importaciones de cacao partida 1801	46
Gráfico No.30	Año 2015 : Principales países importadores de cacao partida 1801	46
Gráfico No.31	Año 2011. 2015 : Valor de las importaciones de cacao partida 1803	47
Gráfico No.32	Año 2015: Principales países importadores de cacao partida 1803	48
Gráfico No.33	Año 2011. 2015 : Valor de las importaciones de cacao partida 1804	49
Gráfico No.34	Año 2015: Principales países importadores de cacao partida 1804	49
Gráfico No.35	Año 2011. 2015 : Valor de las importaciones de cacao partida 1805	50
Gráfico No.36	Año 2015: Principales países importadores de cacao partida 1805	51
Gráfico No.37	Año 2011. 2015 : Valor de las importaciones de cacao partida 1806	52
Gráfico No.38	Año 2015: Principales países importadores de cacao partida 1806	52
Gráfico No.39	Año 2015: Importaciones de cacao en Costa Rica	54
Gráfico No.40	Año 2015: Importaciones de cacao en Costa Rica según región	54
Gráfico No.41	Año 2015: Importaciones de cacao en Costa Rica según países	55
Gráfico No.42	Año 2015: Importaciones de cacao en Costa Rica según partida arancelaria	55
Gráfico No.43	Año 2012-2015: Importaciones de cacao en Costa Rica según partida 1803	56
Gráfico No.44	Año 2012-2015: Importaciones de cacao en Costa Rica según partida 1804	57
Gráfico No.45	Año 2015: Importaciones de cacao en Costa Rica por país según partida 1805	58
Gráfico No.46	Año 2012-2015: Importaciones de cacao en Costa Rica según partida 1805	58
Gráfico No.47	Año 2015: Importaciones de cacao en Costa Rica por país según partida 1806	59
Gráfico No.48	Año 2012-2015: Importaciones de cacao en Costa Rica según partida 1806	60
Gráfico No.49	Año 2012-2015: Costa Rica: Exportaciones e importaciones de cacao	61
Gráfico No.50	Año 2012-2015: Costa Rica: Exportaciones e importaciones partida 1801	62
Gráfico No.51	Año 2012-2015: Costa Rica: Exportaciones e importaciones partida 1803	63
Gráfico No.52	Año 2012-2015: Costa Rica: Exportaciones e importaciones partida 1804	63

Gráfico No.53	Año 2012-2015: Costa Rica: Exportaciones e importaciones partida 1805	64
Gráfico No.54	Año 2012-2015 Costa Rica: Exportaciones e importaciones partida 1806	65
Gráfico No.55	Año 2015: Costa Rica: Exportaciones e importaciones por partida	65
Gráfico No.56	Año 2015: Principales países importadores de cacao en el mundo	66
Gráfico No.57	Años 06/07. 15/16: Comportamiento de producción neta cacao vrs molienda	68
Gráfico No.58	Años 09/10. 19/20: Comportamiento de producción neta cacao vrs molienda	68
Gráfico No.59	Años 08/09 – 13/14: Crecimiento en el consumo de cacao en el mundo	69
Gráfico No.60	Años 08/09 .13/14: Crecimiento en el consumo aparente de cacao por región	70
Gráfico No.61	Años 2010-2014: Consumo de cacao en grano en Costa Rica	70
Gráfico No.62	Año 2014: Consumo de chocolate per cápita América Latina	71
Gráfico No.63	Años 09-15: Crecimiento UTZ área, país, productores y trabajadores	73
Gráfico No.64	Años 2010-2015: Ventas de cacao certificado UTZ	74
Gráfico No.65	Años 2012-2015: Premio por tonelada (Promedio Global UTZ)	74
Gráfico No.66	Años 2008-2014: Organizaciones con certificación Fair Trade en el mundo	75
Gráfico No.67	Años 2008-2011: Producción y ventas de cacao orgánico	76
Gráfico No.68	Año 2015: Uso del cacao según segmento	80
Gráfico No.69	Años 2015-2015: Proyección de crecimiento de cacao como ingredientes	81
Gráfico No.70	Año 2016: Monto transado y precio por kilogramos según subproducto	82
Gráfico No.71	Año 2016: ¿Qué buscan los consumidores en los productos a base de cacao?	83
Gráfico No.72	Costa Rica 2014: Destino de la producción de cacao según finca	94
Gráfico No.73	Costa Rica 2014: Zona Atlántica: Destino de la producción de cacao	95
Gráfico No.74	Costa Rica 2014: Zona Norte: Destino de la producción de cacao	95
Gráfico No.75	Costa Rica 2014: Destino de la producción de cacao según regiones y país	96
Gráfico No.76	Costa Rica: Actores contactados por región	100
Gráfico No.77	Costa Rica: Actores contactados por segmento en la cadena	100
Gráfico No.78	Costa Rica: Organizaciones con compras actuales de cacao	102
Gráfico No.79	Costa Rica: Compras según tipo de modalidad de cacao	103
Gráfico No.80	Comparativo modalidad de compra cacao según región	104

Gráfico No.81	Costa Rica: Cantidad organizaciones según cantidad y tipo cacao comprado	105
Gráfico No.82	Costa Rica: Cantidad de cacao en baba comprado por organización y región	105
Gráfico No.83	Costa Rica: Cantidad de cacao seco comprado por organización y región	106
Gráfico No.84	Costa Rica: Cantidad de pasta cacao comprada por organización y región	107
Gráfico No.85	Costa Rica: Precio cacao en baba pagado por organización y región	108
Gráfico No.86	Costa Rica: Precio cacao seco pagado por organización y región	108
Gráfico No.87	Costa Rica: Percepción de los actores sobre el cacao que compran	109
Gráfico No.88	Costa Rica: Elementos que determinan la calidad del cacao según los actores	110
Gráfico No.89	Costa Rica: Elementos que determinan un buen proveedor de cacao según	111
Gráfico No.90	Costa Rica: Forma de pago de empresas compradoras de cacao	111
Gráfico No.91	Costa Rica: Plazo del crédito para compras de cacao	112
Gráfico No.92	Costa Rica: Forma de entrega del cacao comprado	113
Gráfico No.93	Costa Rica: Días de recepción de producto	114
Gráfico No.94	Costa Rica: Disposición de compra de más cacao	114
Gráfico No.95	Costa Rica: Porcentaje adicional que compraría más de cacao	115
Gráfico No.96	Costa Rica: Percepción sobre acceso a mercado de cacao	116
Gráfico No.96	Costa Rica: Elementos a considerar para mejorar accesos a mercados	117
Gráfico No.97	Costa Rica: Segmentos de mercado a nivel nacional	117
Gráfico No.98	Costa Rica: Segmentos de mercado a nivel internacional	118

CUADROS

Número	Título	Página
Cuadro No.1.	Año 2015: Principales empresas con manufactura en chocolate	78
Cuadro No.2.	Protocolo bilateral entre Costa Rica y Panamá	84
Cuadro No.3.	Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea	85
Cuadro No.4	Acuerdo de libre comercio entre Costa Rica- China	86
Cuadro No.5	Acuerdo de libre comercio entre Costa Rica y Estados Unidos	87
Cuadro No.6	Costa Rica: Precios pagados por Kilogramos seco de cacao	97
Cuadro No.7	Comparación precios cacao seco Costa Rica con respecto a la Bolsa NY	98

Figuras

Número	Título	Página
Figura No.1.	Distribución de la producción de cacao en el mundo	21
Figura No.3.	Distribución de la producción de cacao según región	24
Figura No.3.	Distribución de las importaciones según el monto por país en 2015	44
Figura No.4	Importación partida arancelaria 1801	47
Figura No.5	Importación partida arancelaria 1803	48
Figura No.6	Importación partida arancelaria 1804	49
Figura No.7	Importación partida arancelaria 1805	51
Figura No.8	Años 2015/2016: Molienda de cacao por región	67
Figura No.9	Año 2015: Distribución de compradores y productores de cacao UTZ	73
Figura No.10	Diversificación marca y usos del cacao como ingrediente	82
Figura No.11	Costa Rica: Relaciones Comerciales en la Cadena de Cacao	99

I. Resumen Ejecutivo

El mercado de cacao ha venido siendo objeto de atención a nivel mundial en los últimos años. El crecimiento de la demanda y los precios hacen que países productores vuelvan sus ojos en este rubro, con miras a dinamizar la comercialización y favorecer el crecimiento de la actividad la cual tiene sus bases en áreas rurales, principalmente.

En Costa Rica, la actividad muestra una cadena que tiene limitaciones significativas pero un potencial latente para aportar al desarrollo de los territorios rurales, especialmente para las zonas Norte y Caribe del país, las dos principales áreas productoras de este rubro.

A partir de tales elementos, el presente documento expone una caracterización del mercado para el cacao proveniente de pequeños productores de las zonas Norte y Caribe. Este trabajo se estructura en dos componentes, el primero, atiende la descripción de las principales condiciones del mercado internacional y el vínculo con Costa Rica en este escenario. El segundo apartado, permite tener un panorama del mercado local y las condiciones que existen para colocar, en circuitos locales, el cacao producido en estas zonas.

Cabe señalarse que este trabajo representa un primer ejercicio de sistematizar las condiciones del mercado local y generar información para pequeñas organizaciones de productores en las zonas antes citadas. Por lo anterior, se da una primera aproximación no solo a las condiciones locales e internacionales de mercado, sino que además se atiende la caracterización de un primer circuito comercial de la cadena, proyectándose en ello una correlación de variables que llevan a generar conclusiones de abordaje integral, para determinar las oportunidades de crear acceso a los mercados y las limitantes aún existentes para potenciar el desempeño comercial en beneficio de pequeños productores rurales.

II. Introducción

De acuerdo a los registros históricos existentes en Costa Rica, la siembra y producción de cacao se remonta desde la época colonial, alrededor del siglo XVII fue cuando el cacao se constituyó como uno de los principales productos de exportación, no obstante con el paso de los años su importancia en la exportación decayó considerablemente.

Históricamente las zonas productoras de cacao en Costa Rica han sido tres; Atlántica, Norte y Brunca, las cuales contaban con considerables extensiones de cacao con producción que se orientaba en su mayor parte a la exportación para mercados en países de Europa y Estados Unidos. Desafortunadamente para finales de la década de 1970 la incidencia del hongo *Monilia (Moniliophthora roreri)* afectó considerablemente las plantaciones de cacao, sumado a bajos precios de mercado incidió en que muchos productores pasaran a otros cultivos no tradicionales en las zonas señaladas, lo cual disminuyó las hectáreas destinadas a este cultivo.

Actualmente y según los datos del último Censo Nacional Agropecuario realizado en el año 2014 por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) existen 3.041 fincas para una extensión total del 3.170 hectáreas, es decir un promedio de 1.05 hectáreas por finca. La zona Atlántica registró el 40% del total de hectárea con 1216, seguida por la zona Norte con el 23% del total (594) y el tercer lugar fue para la zona Brunca con el 19% (573 hectáreas). El 90% de la producción de cacao se concentra en manos de pequeños productores en territorios rurales.

En los últimos años diferentes instancias públicas han mostrado interés en reactivar la actividad de cacao debido a un panorama de mercado más favorable y una demanda creciente por cacao de calidad, como el producido por Costa Rica. En esa línea se ha reactivado nuevamente el Programa Nacional de Cacao, tutelado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), se han liberado nuevos clones desarrollados por el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) los cuales cuentan con características destacables como una mayor productividad, resistencia a plagas y enfermedades como la *Monilia*, y autopolinización, entre otros esfuerzos.

No obstante, y a pesar de esos apoyos el sector cacaotero posee muchas limitantes que le impiden ser competitivos a nivel internacional; infraestructura y equipo para generar un mayor valor agregado, acceso a crédito, falta de asociación entre productores, plantaciones viejas con poca productividad, falta de capacidad negociadora.

Consciente de esa realidad el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura¹ (IICA) y el Programa Tejiendo Desarrollo buscan, en coordinación con actores locales e instituciones vinculadas a la actividad, promover acciones que permitan atender las necesidades de la actividad y derivar con ello procesos que fomenten la generación de empleos y la mejora en las condiciones de vida de aquellas familias rurales que trabajan este cultivo.

En esa línea, se desarrolló la integración de un estudio sobre las condiciones y oportunidades del mercado para el cacao para las regiones Caribe y Norte de Costa Rica. En este estudio se presenta de forma detallada un perfil del mercado internacional del cacao: tendencias, precios, condiciones y potenciales opciones, y el perfil del mercado local; características generales, actores demandantes de cacao con énfasis en industria procesadora-transformadora, y las condiciones y caracterización de la demanda.

Con base en los resultados del estudio, se exponen recomendaciones para orientar un plan de fortalecimiento comercial para la cadena de cacao de pequeños productores en Costa Rica.

¹ Bajo el aporte del **Proyecto Insignia “Competitividad y sustentabilidad de las cadenas agrícolas para la seguridad alimentaria y el desarrollo económico”**.

III. Objetivos del estudio

Objetivo General

- ✓ Integrar un perfil de las condiciones de mercado para el cacao costarricense de pequeños y medianos productores, con prioridad en los territorios rurales de la zona norte y caribe.

Objetivos Específicos:

- ✓ Identificar las condiciones y oportunidades que ofrece el mercado local para la compra del cacao generado por pequeños y medianos productores.
- ✓ Realizar un perfil del mercado internacional del cacao que incluya al menos los siguientes elementos: tendencias, precios, condiciones y potenciales opciones.
- ✓ Elaborar un perfil del mercado local de cacao con los siguientes elementos:
 - Características generales del mercado local.
 - Actores demandantes en el mercado local (con énfasis en industria procesadora-transformadora)
 - Condiciones y caracterización de la demanda (precios, características del producto demandado, modalidades de compra, logística, volúmenes y potenciales oportunidades de colocación)
- ✓ Proponer una serie de recomendaciones para la orientar un plan de fortalecimiento comercial para el cacao producido por pequeños productores rurales de la Zona Norte y Atlántica de Costa Rica.

IV. Metodología

4. 1 Metodología genera para el estudio

Para la consecución de los productos esperados de la consultoría el equipo consultor definió las siguientes fases a realizar:

4.1.1. Fase de planeación

En esta fase el equipo consultor elaboró la estrategia de implementación de la consultoría, misma que fue aprobada por el equipo IICA-Tejiendo Desarrollo. En dicha fase se estableció claramente el plan de trabajo a seguir y el cronograma de actividades para todo el horizonte del trabajo a realizar.

4.1.2. Fase de diseño

En esta etapa se elaboraron las propuestas temáticas para cada uno de los entregables del proyecto: Perfil de las condiciones productivas, perfil del mercado internacional del cacao, perfil del mercado local del cultivo y recomendaciones para un plan de fortalecimiento comercial para el cacao de pequeños productores en Costa Rica.

4.1.3. Fase de aprobación.

En esta fase el equipo IICA realizó los comentarios y observaciones al plan de trabajo, cronograma y metodología. Una vez los cambios fueron realizados se tomó como documentos aprobados y se inició el estudio.

4.1.4. Fase de ejecución.

Conlleva la puesta en práctica de cada una de las actividades vinculas a:

- ✓ Perfil de las condiciones productivas.
- ✓ Perfil del mercado internacional del cacao.
- ✓ Perfil del mercado local del cultivo.
- ✓ Recomendaciones para un plan de fortalecimiento comercial en cacao vinculado a los territorios rurales en zona norte y caribe de Costa Rica.

4.1.5. Fase de cierre.

Dentro de esta fase se contempla la recopilación de información final del proyecto a través de un informe, así como de la recopilación de todos los procesos, actividades, reuniones y entrevistas desarrolladas durante la consultoría.

Para llevar a cabo las fases señaladas se utilizó la aplicación de metodologías cualitativas y cuantitativas:

- ✓ Revisión del Censo Agrícola 2014 para determinación de áreas y productores vinculados a la actividad cacaotera en Costa Rica.
- ✓ Revisión de información secundaria y páginas web del sector público costarricense vinculadas a indicadores agrícolas: Banco Central, Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA). Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).
- ✓ Revisión de información secundaria y páginas web de instituciones como Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Organización Internacional del Cacao, Trade Map, Asociación Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica (CANACACAO).
- ✓ Definir e implementar espacios y métodos de consulta a actores públicos y privados vinculados al cultivo de cacao (visitas presenciales, encuestas por teléfono, por internet o correo electrónico).
- ✓ Implementar diferentes técnicas de investigación social para la obtención de información primaria vinculada al proyecto, por ejemplo: entrevistas a productores, procesadores y comercializadores.
- ✓ Captura de información a través de medios electrónicos como lo son Monkey Survey (Similar a los cuestionarios dinámicos de google)
- ✓ Análisis de la información recopilada para determinar cruces de variables y lograr un análisis más completo de los datos recopilados.

4. 2 Metodología: Perfil del mercado internacional del cacao

El primer apartado solicitado en los Términos de Referencia de la consultoría fue la realización de un estudio del Perfil del Mercado Internacional del Cacao. Dado que la información solicitada se encuentra en fuentes primarias y secundarias con diferentes instancias nacionales e internacionales el equipo consultor tomó como base para la obtención de los datos las siguientes referencias:

- ✓ Asociación Cámara Nacional de cacao fino de Costa Rica (Canacacao).
- ✓ Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA).
- ✓ Censo Nacional Agropecuario 2014 (CNA 2014).
- ✓ Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER).
- ✓ Organización Mundial de Comercio (OMC).
- ✓ Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)
- ✓ Instituto de Desarrollo Rural (Inder)
- ✓ Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).
- ✓ Trading economics
- ✓ Organización Internacional del Cacao
- ✓ Finviz finalcial visualization.
- ✓ FAO
- ✓ Entre otras

El producto vinculado al perfil del mercado internacional del contiene al menos los siguientes elementos:

- ✓ Tendencias de mercado
- ✓ Precios históricos y actuales (últimos cinco años)
- ✓ Condiciones de venta
- ✓ Potenciales opciones.

4.3 Metodología: Perfil del mercado local del cacao

Para llevar a cabo este producto se identificaron tres fases:

La primera vinculada a las características del mercado local en la zona norte y zona caribe de Costa Rica, donde se contó con revisión de fuentes primarias y secundarias, así como contacto con actores vinculados a la actividad de cacao. Se propuso como elementos integradores de esta fase: precios de venta, condiciones de venta, tendencias del mercado y oportunidades de mejora para colocación de producto.

La segunda fase orientada a los demandantes de mercado local en las zonas de interés para el estudio. Se realizó énfasis en la industria procesadora, transformadora y comercializadora. Los actores procesadores primarios cuya principal función es fermentar y secar el cacao, entre ellos:

- ✓ Finmac S.A.
- ✓ Finca La Amistad.
- ✓ Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA)

Por el otro, los procesadores secundarios y comercializadores, los cuales se caracterizan por ser industrias o pequeñas-medianas empresas que ofrecen una amplia variedad de productos a base de cacao en diferentes presentaciones. Entre estos actores considerados están:

- ✓ Koproxa S.A.
- ✓ Taller de, chocolate
- ✓ Café Britt
- ✓ Sibú chocolate
- ✓ Chocolates Nahua
- ✓ La chocolatería
- ✓ Colibrí
- ✓ Costa Rican Cocoa Products Co. S.A.
- ✓ Asociación Mujeres Amazilia del Caribe
- ✓ Finca La Dorada
- ✓ Chocolate Adventure Company
- ✓ Britt
- ✓ Acomuita

En este mapeo se incluyó también empresas extranjeras, especialmente panameñas que están comprando cacao en la zona Caribe, a fin de tener un mapa más completo de la dinámica de los actores en la agrocadena.

La tercera fase se destaca aquellos elementos sobre condiciones de venta y caracterización de la demanda. En esta fase se diseñó un instrumento de captura de información para aplicar a los actores demandantes de cacao en las zonas de interés. El instrumento fue aplicado a través de la plataforma *Monkey Survey* y contó con las siguientes preguntas:

- ✓ Precios estimados de compra.
- ✓ Características del producto demandado.
- ✓ Modalidades de compra.
- ✓ Logística.
- ✓ Volúmenes de compra.
- ✓ Condiciones de compra (Contado, Crédito, ambas).
- ✓ Días de recepción de producto.
- ✓ Productos más comprados (Modalidad de compra).
- ✓ Características que debe tener un buen proveedor.
- ✓ Que necesidades de productos o calidades de cacao no están siendo abastecidas por el producto nacional
- ✓ Destino de la producción (Nacional – Internacional)

El instrumento fue aplicado por tres medios:

De forma presencial: Se visitó la zona Atlántica y Zona norte para aplicación del instrumento a actores demandantes y organizaciones de productores estratégicas en la actividad.

De forma telefónica: Se aplicó instrumentos por medios telefónicos a aquellos actores que dado su ubicación geográfica era complicado la entrevista de forma presencial. Se consideró importante la aplicación del instrumento por estos medios para algunos comercializadores.

Por correo electrónico: Este medio fue utilizado para contactar aquellos actores que expresamente solicitaron el envío de la información por esta vía. La encuesta se cargó a través de la plataforma *Monkey Survey* y se remitió el link al actor contactado, el instrumento solo podrá ser respondido una vez.

Los instrumentos se aplicaron entre el 3 y 22 de octubre del 2016. Los datos obtenidos se procesaron en la plataforma *Monkey Survey* y *Microsoft Excell 2013*.

4. 4 Metodología: Recomendaciones para un plan de fortalecimiento en cacao

Este producto tomó como base para las recomendaciones dos elementos:

- ✓ Las oportunidades de mejora detectadas en el estudio de perfil de mercado local en las zonas de interés del estudio y;
- ✓ El diagnóstico de las condiciones en las que se genera la oferta cacaotera de pequeños y medianos productores, en los territorios norte-norte y el caribe.

Con esos insumos, se elaboraron recomendaciones para orientar un plan de fortalecimiento productivo y comercial para el cacao de pequeños productores en Costa Rica. El cual incluyó los siguientes los siguientes elementos:

- ✓ Áreas prioritarias para el fortalecimiento de la actividad y la mejora de las condiciones de producción y comercialización por parte de los pequeños productores.
- ✓ Determinación de cuellos de botella para la producción y comercialización de cacao y sus derivados.
- ✓ Líneas de acción recomendadas para el mejor accionar de la actividad en un plan futuro.

V. Segundo Componente: Caracterización de condiciones y oportunidades del mercado de cacao en Costa Rica

Perfil del mercado internacional del cacao

5.1. Oferta mundial de cacao

De acuerdo con la información más reciente de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) durante el año 2013 hubo una producción de 4,585,552 toneladas métricas de cacao en grano. En el 2013 hubo pequeña reducción con respecto a 2012 del 1,30% equivalente a 60.130 toneladas métrica de cacao.



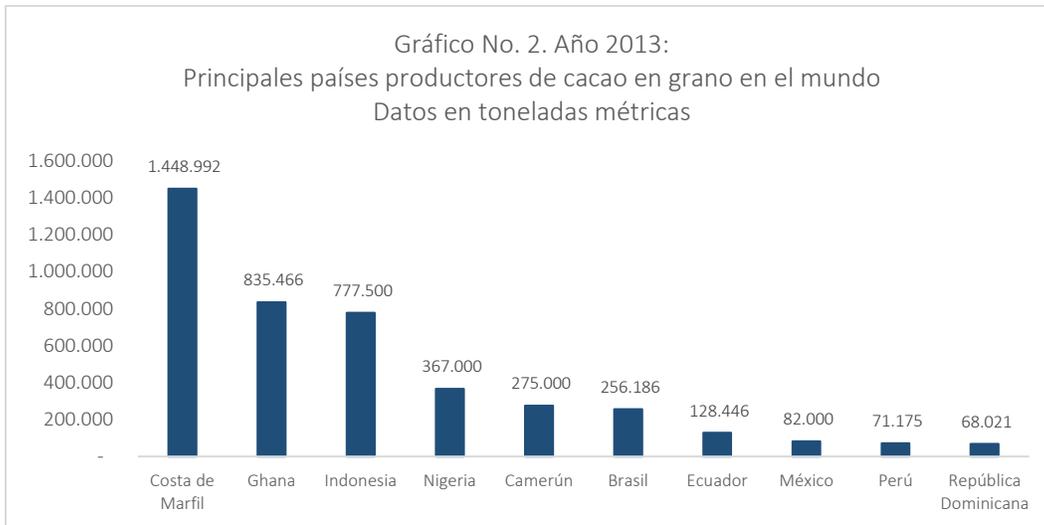
Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

Con base en la información presentada en el gráfico 1 se evidencia que a partir del año 2007 se ha presentado un aumento sostenido en la oferta mundial de cacao, está pasó de 3.899.930 toneladas a 4.585.552 en 2013, es decir, 685.622 toneladas más para un crecimiento del 17,5%.

Pese a este crecimiento sostenido de la producción mundial de cacao en grano la Organización Internacional del Cacao (ICCO) estimó una baja para los próximos años, este ente definió la producción para el año 2014 en 4.372.000 toneladas , para 2015 en 4.230.000 y una meta para 2016 de 4.154.000 toneladas métricas de cacao.

Del total de la producción mundial de cacao en grano en 2013 (4, 585,552 toneladas), el 73% fue producido por África (3, 406,154), 17% por América (720,842) y el restante 10% fue producido por Asia & Oceanía (458,555). La proyección del ICCO para 2016 es que la distribución sea de 74% para África, 17% para América y 9% para Asia & Oceanía.

De acuerdo con la información estadística disponible por FAO en el 2013 hubo un total de 59 países con producción de cacao en grano. Diez países concentraron el 94% de la producción mundial, el mayor productor de cacao del mundo fue Costa de Marfil con 1,448,992 toneladas (32% del total), seguido por Ghana con 835,466 toneladas (18% del total) e Indonesia con 777,500 toneladas para el 17% de la producción mundial. En el gráfico siguiente se observa el detalle de los primeros diez países productores.



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

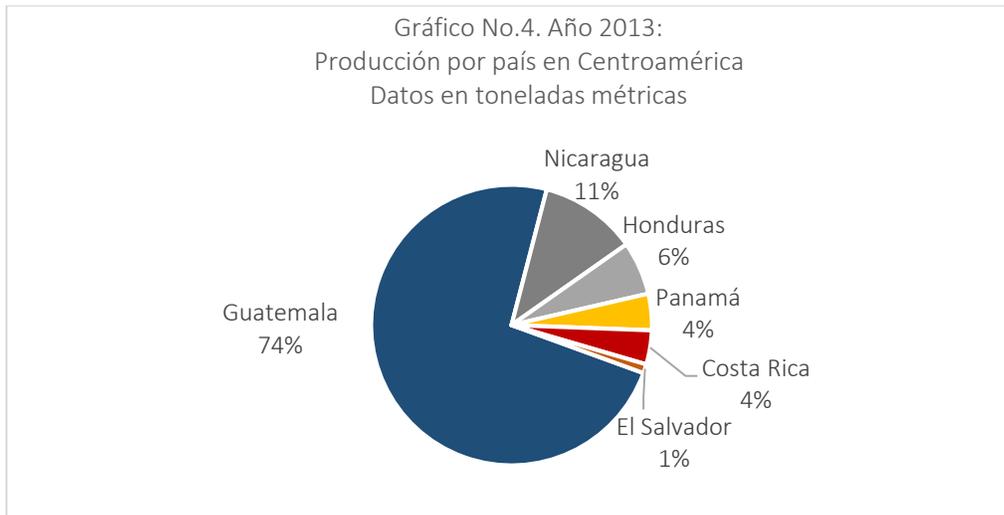
En el caso de los países de América la oferta de cacao estuvo conformada por 22 países, cuales tuvieron una producción acumulada de cacao en 2013 de 720,842 toneladas. Brasil fue el principal productor con 256.186 toneladas, un 36% del total producido en América, seguido por Ecuador con 128.446 toneladas (18%), México con 82.000 toneladas (11%), Perú con 71.175 toneladas (10%). En el gráfico número tres se observa el detalle de los primeros diez países productores de cacao en América.



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

Costa Rica se registró una producción de 700 toneladas métricas equivalentes al 0.02% de la producción mundial y al lugar número 41 en el planeta. Con respecto al continente Americano Costa Rica representó el 0.1% de la producción y el lugar 17.

En el caso de los países productores de la región Centroamérica, Guatemala fue el principal productor con 13.100 toneladas, seguido por Nicaragua con 2.000 toneladas de cacao, Honduras con 1.100, Panamá con 750, Costa Rica con 700 y cierra esta estadística El Salvador con 185 toneladas métricas. En total los países centroamericanos produjeron en el año 2013 un total de 17.863 toneladas, cifra que representó el 0,39% a nivel mundial y el 2,5% de la producción en América.



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

A continuación se presenta un resumen gráfico sobre la producción de cacao del mundo

Figura .1. Distribución de la producción de cacao



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

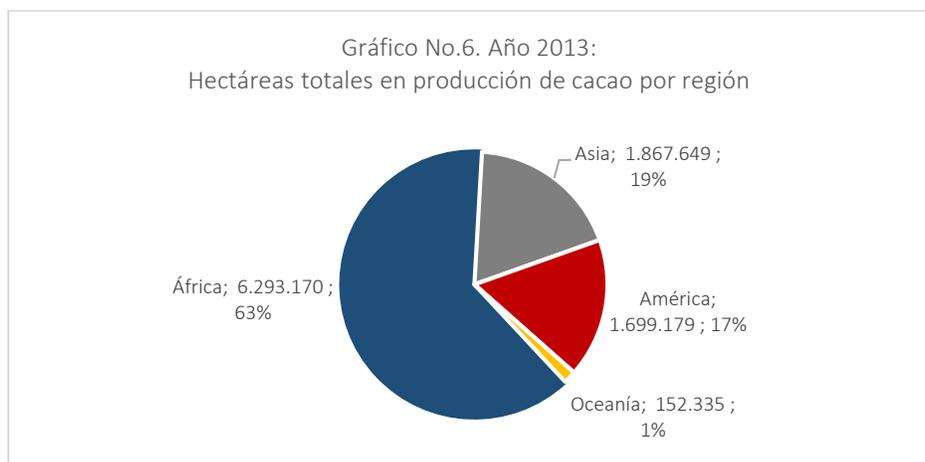
5.2. Hectáreas totales en cacao

Según la información obtenida del portal estadístico de la FAO en el año 2013 hubo un total de 10.012.33 hectáreas en producción de cacao alrededor del mundo. Desde el año 2006 se nota un crecimiento sostenido de la cantidad tierra sembradas para cacao, en ese año el mundo destinaba 8.514.540 hectáreas, mientras que para 2013 fueron 10.012.333, un incremento del 17.50%. A pesar de este crecimiento es importante destacar que hubo una disminución en las hectáreas sembradas entre 2012 y 2013 de 75.730 hectáreas, es decir, menos del 1%.



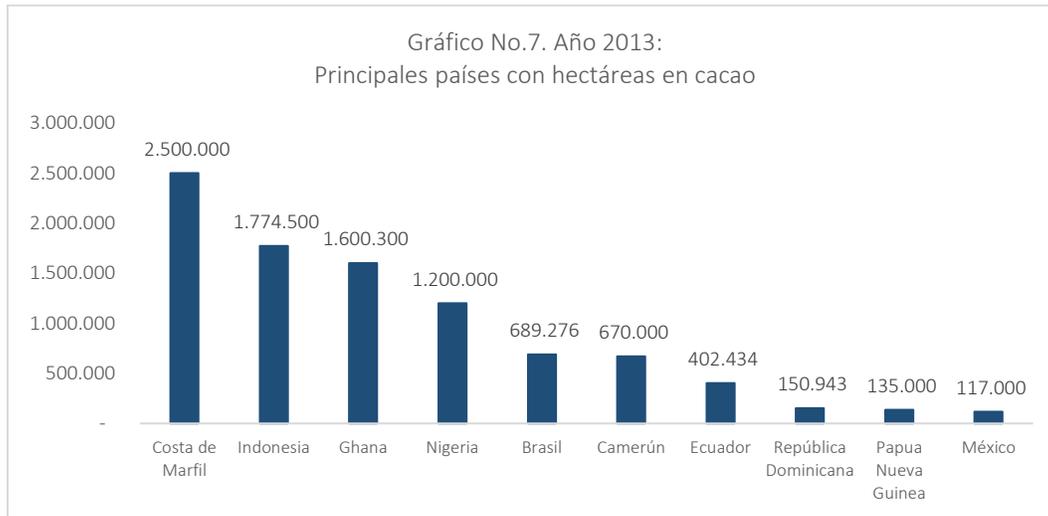
Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

En cuanto a la distribución por región en el mundo África concentra el 63% de las tierras dedicadas a cacao con más de 6.293.000 hectáreas, le sigue Asia con el 19% para un total de 1.887.000 hectáreas, América con el 17% con 1.699.000 hectáreas y cierra Oceanía con el 1% para 152.335 hectáreas en cacao.



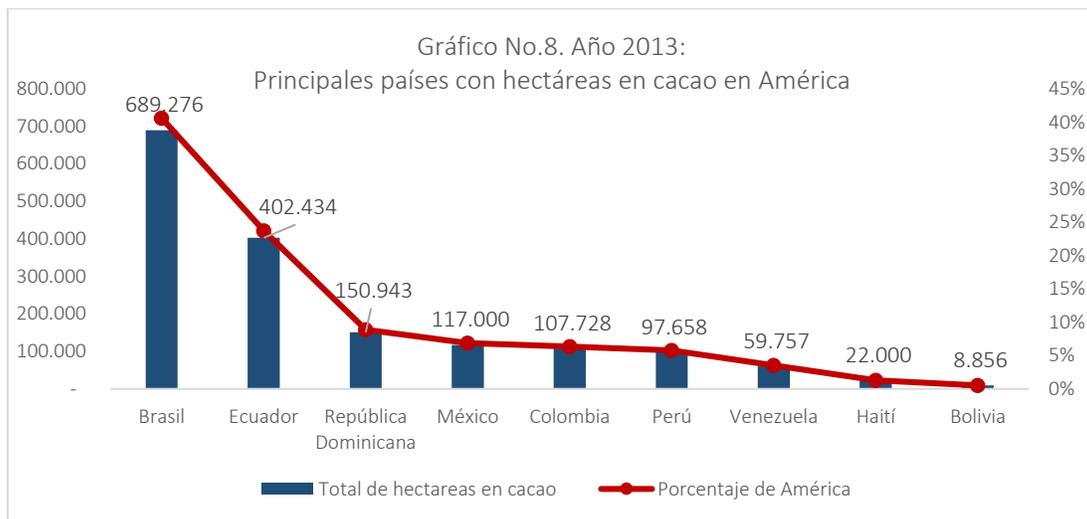
Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

Existen once países que concentran el 93% del total de hectáreas (Ha) de cacao a nivel mundial. Costa de Marfil es el país con más área en ese cultivo con cerca de 2.500.000 Ha (25% del mundo), le sigue Indonesia con 1.774.500 Ha (18% mundo), Ghana con 1.600.000 Ha (16% global), Nigeria con aproximadamente 1.200.000 Ha (12% del mundo) y Brasil con 689.276 Ha (7% mundo). Los restantes países se presentan en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

Como fue señalado América cuenta con el 17% del total de área a nivel mundial con 1.699.000 hectáreas donde Brasil y Ecuador son los países con mayor extensión de tierra a este cultivo con 689.276 y 402.434 Ha respectivamente. Sin embargo, existen otros países importantes como República Dominicana 150.943 Ha, México con 117.000 Ha, Colombia con 107.000, Perú con 97.658 Ha. Brasil representó el 41% del total de hectáreas en América, Ecuador el 24% y Republica Dominicana el 9%. En el gráfico número ocho se presentan el detalle de los principales países con hectáreas de cacao en América.



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

Para el año 2013 Centroamérica contaba con 23.193 hectáreas dedicadas al cultivo de cacao. Nicaragua fue el país con la mayor área destinada a la producción de dicho cultivo con 6.500 Ha (28% del total de la región) , seguido por Costa Rica con 4.660 Ha (20%), Panamá con 4.550 Ha (20%), Guatemala con 4.340 Ha para un 19%, Honduras con 1.700 Ha (7%), El Salvador con 800 Ha (3%) y Belice con 643 Ha (3%).

Es importante destacar que en el caso de Costa Rica en el año 2014 se realizó el Censo Nacional Agropecuario efectuado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) donde se indicó la existencia de 3.041 fincas para una extensión total del 3.170 hectáreas, es decir, 1490 hectáreas menos que las cifras reportadas por FAO en 2013, esa cifra representa una disminución del 31%. Otro elemento interesante destacar es que según las cifras reportadas por FAOSTAT países de Centroamérica con cantidad de área cacaotera similar a Costa Rica tienen mayor producción de cacao en grano, es decir una mayor productividad por hectárea. Un ejemplo es Guatemala que con 4.340 hectáreas produjo 13.127 toneladas de cacao seco, de igual forma Nicaragua con 6.500 hectáreas tuvo una producción de 2.000 toneladas. El detalle de la relación producción – hectáreas se presenta en el cuadro siguiente:

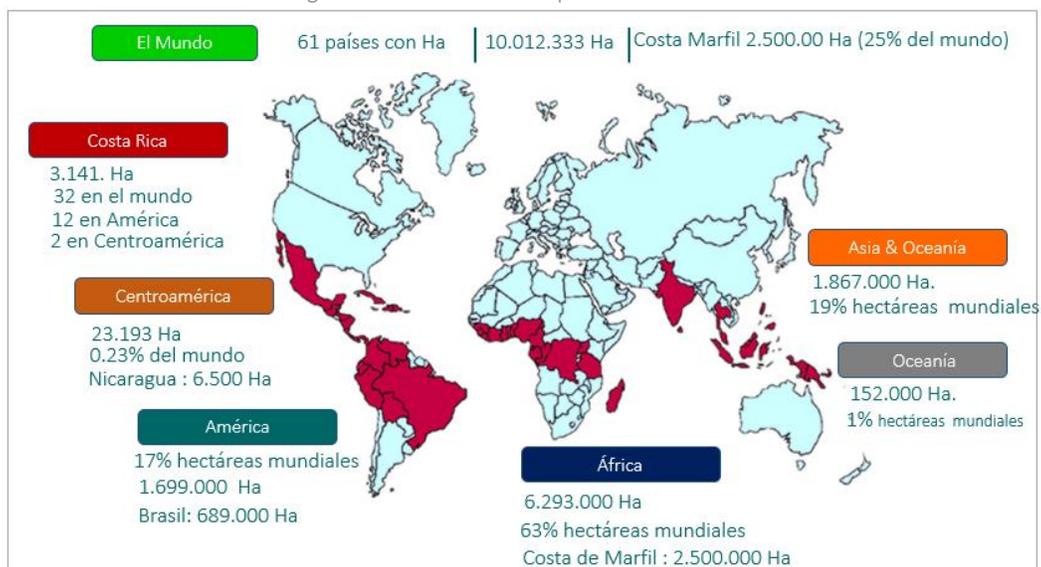
Cuadro 1: Cacao en Centroamérica en el 2013
Producción, hectáreas y productividad vinculadas por país.

PAIS	Toneladas producidas	Hectáreas en producción	Toneladas por hectárea
Guatemala	13,127.0	4,340.0	3.0
Nicaragua	2,000.0	6,500.0	0.3
Honduras	1,100.0	1,700.0	0.6
Panamá	750.0	4,550.0	0.2
Costa Rica	700.0	4,660.0	0.2
El Salvador	185.0	800.0	0.2
Total	17,862.00	22,550.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

A continuación se presenta un resumen gráfico sobre las hectáreas de cacao en el mundo.

Figura .2. Distribución de la producción de cacao



5.3. Hectáreas en producción orgánica de cacao

Con base en diferentes perspectivas de mercado revisadas se estimada una alta demanda por cacao con algún tipo de certificación reconocidas como UTZ, Rainforest Alliance (RA), Fair Trade (FT) u Orgánico. En el año 2013 solo el 12% del cacao producido en el mundo en el mundo contaba con alguna certificación, se espera que para el 2020 al menos el 60% deba ser poseer este tipo de sellos sostenibles de producción.

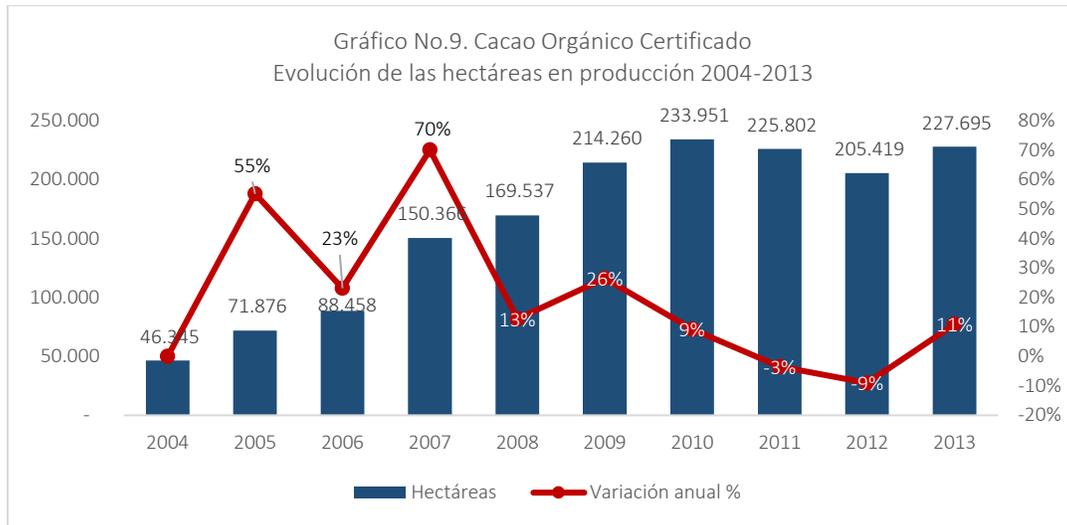
Una de las mayores demandas del mercado internacional se concentra en el cacao certificado producido de forma orgánica. De acuerdo con el anuario estadístico 2015 de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) y el Instituto de Investigaciones en Agricultura Orgánica (FiBL), máximos entes de la producción orgánica en el mundo, existían para el año 2013 unas 227.695 hectáreas de cacao certificadas, lo cual equivale a un 2,27% del total de área de cacao en el mundo. El anuario estadístico indicado presenta datos reales de dos períodos atrás del año de publicación, es decir del 2013.

Del total de hectáreas en cacao orgánico registradas América Latina es la región que cuenta con el 90% de dicha área con 204.601 Ha, seguido de África con el 10% con 23.063 Ha, Oceanía cuenta con 31 Ha y Asia no tiene registro. En el caso de América Latina, República Dominicana posee 118.500 Ha certificadas, un 78% de su área total de cacao (150.943 Ha), seguido por México con 19,000 Ha, un 17% del área destinada a la producción de cacao (117.000 Ha). En África el país con mayor área orgánica en cacao fue Ghana con 8.336 Ha, seguida por Uganda con 3.750 Ha, Costa de Marfil registró apenas 81 Ha de cacao certificado a pesar de contar con un total de 2.500.000 de hectáreas en cacao. La lista de los países y su área certificada orgánica se presenta en el Anexo A.

En esa misma línea, Costa Rica registró 121 Ha en cacao para el año 2013, cifra equivalente a un 2,3% del área total en cacao (4.600 Ha). Esta cifra es muy similar a la indicada en el reporte estadístico del 2014 del Área de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (ARAO), del Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), dependencia del Ministerio Agricultura y Ganadería (MAG), donde se contabilizaron 130 hectáreas en producción orgánica.

Existe una alta demanda por cacao orgánica, esa demanda ha incentivado el aumento del área orgánica certificada a nivel mundial, se pasó de 46.000 Ha en 2004 a más de 227,000 Ha en el 2013, un aumento de 181.000 Ha, es decir un incremento del 393% en tan solo 9 años.

En el gráfico número nueve se muestra el aumento sostenido del área de cacao orgánico certificado desde 2004 hasta el 2013. En promedio cada año se aumentó en un 22% el área certificada, hubo una baja en los años 2011 y 2012, sin embargo, hubo una alza entre 2012 y 2013 del 11%. Se espera que en los próximos años aumenten considerablemente las áreas orgánicas certificadas de cacao en países de África como Costa de Marfil, Ghana y Camerún, así como en países Asiáticos.



Fuente: Elaboración propia con datos de IFOAM-FiBL

5.4. Precios internacionales del cacao

Con base en la información suministrada por la Asociación Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica el precio en dólares estadounidenses por tonelada métrica en la Bolsas de New York para el viernes 21 de octubre de 2016 fue de 2715 USD, es decir cada kilogramo se comercializó en 2.71 dólares.

El precio internacional del cacao seco ha mostrado un comportamiento bastante irregular desde el año de 1969 hasta el año 2013. En el gráfico número 10 se puede observar como en la década de los 70's inició un alza en precio por tonelada métrica de cacao, ubicándose cerca de los 4.000 dólares, sin embargo, la tendencia cambió y hubo una baja sensible en el precio del cacao a nivel internacional. En la década los 80's la tonelada pasaron de 4.000 dólares a inicios de la década hasta caer por debajo de los 1.000 dólares a finales de la década.

El precio repuntó un poco en la década de los 90's, especialmente en los primeros años donde se acercó a los 2.000 dólares por tonelada, no obstante, el precio decayó al final de la década otra vez por debajo de los 1.000 dólares la tonelada. El repunte real de los precios internacionales del cacao se manifestó a mediados de la primera década del siglo XI, el precio se ubicó a finales de dicha década en 3.500 dólares por tonelada. Entre 2010 y 2013 hubo una disminución del precio; cerca de los 2.000 dólares por cada tonelada.

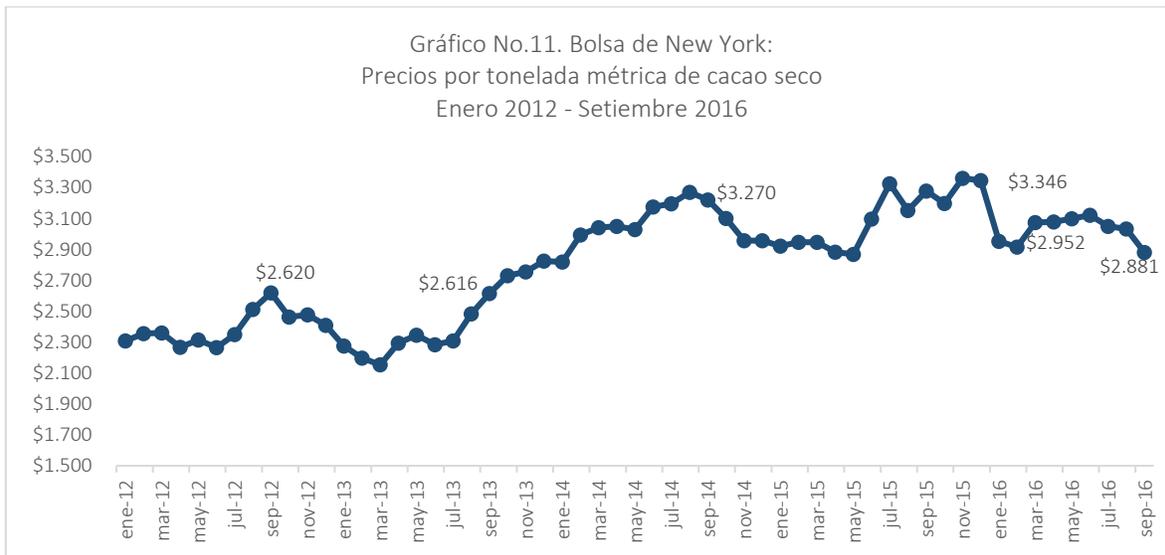
Gráfico No.10. Bolsa de New York:
Precios por tonelada métrica de cacao seco
1969-2013



Fuente: Trading Economics

Para un mayor detalle del comportamiento histórico del internacional del cacao se tomó en consideración los últimos 57 meses (Enero 2012 – Setiembre 2016) con el objetivo de observar la tendencia de los precios en el pasado reciente. En el gráfico número once de puede determinar que existen una incremento sostenido en los precios por tonelada de cacao seco, el crecimiento más pronunciado se evidenció entre 2013 y 2014, donde la tonelada pasó de 2.275 dólares en enero 2013 a 3.270 dólares en setiembre de 2014. Asimismo, se puede observar en el gráfico señalado que durante la segunda mitad del año 2015 hubo un considerable aumento del precio por tonelada de cacao cercano a los 3.500 dólares.

El año 2016 ha presentado un comportamiento mensual bastante estable en los nuevos meses antes de octubre. En enero de dicho año el precio por tonelada métrica de cacao seco era de 2.952 dólares en tanto que para setiembre se ubicó en los 2,881 dólares, una disminución de 2,4%.



Fuente: Elaboración propia con datos de CANACAO

La oferta de cacao en grano de Costa Rica basa la comercialización del cacao bajo certificaciones como Orgánico, Fair Trade, Utz Kape y en menor grado Rainforest Alliance. Al utilizarse estas herramientas de producción sostenible se acceden a precios mayores que los transados en la bolsa de New York.

El caso de Fair Trade establece dentro de sus parámetros de certificación los precios mínimos para la comercialización del cacao en sus diferentes presentaciones, este mecanismo se denomina Precio Mínimo Comercio Justo Fairtrade y se define como el precio más bajo posible que puede ser pagado por los compradores a los productores por un producto que será certificado de acuerdo a los criterios de Comercio Justo FAIRTRADE.

Es importante destacar que cuando el precio pertinente del mercado para un producto sea más alto que el Precio Mínimo de Comercio Justo Fairtrade, entonces se deberá pagar al menos el precio del mercado.

De acuerdo con la tabla de precios mínimos vigentes por Fairtrade (Anexo B) el precio mínimo establecido para cacao convencional seco (en grano) es de 2.000 dólares por Tonelada Métrica, más una prima Fairtrade (premio) de 200 dólares. En caso de que el cacao fuese orgánico certificado el precio mínimo Fair Trade es de 2.300 dólares por tonelada más una prima Fairtrade de 2.000 dólares. Es decir, en caso de que la bolsa llegará a menos de los 2.000 dólares por tonelada el monto total que recibirían los pequeños productores por tonelada sería de 2.200 en caso de cacao convencional y de 2.500 en caso de cacao orgánico.

Fairtrade también establece primas (premios) para productos con mayor valor agregado como es el caso de licor de cacao, manteca de cacao y cacao en polvo. En estos casos si la materia prima es convencional u orgánica el premio es el siguiente:

- ✓ Licor de cacao: 250 dólares por tonelada métrica.
- ✓ Manteca de cacao: 530 dólares por tonelada métrica.
- ✓ Polvo de cacao: 470 dólares por tonelada métrica.

Las primas Fairtrade pueden ayudar a las pequeñas organizaciones de productores en Costa Rica a acceder a nuevos mercados con precios diferenciados que puedan pagar el valor agregado de una certificación convencional u orgánica.

Según proyecciones del ICCO se estima que el precio internacional del cacao aumente en los próximos meses y años debido a factores que están presionando fuertemente el mercado como por ejemplo el exceso de demanda con respecto a la oferta mundial de cacao, así como cambios en hábitos y consumos a nivel internacional, los cuales se mencionan rápidamente debido que se expondrán en detalle más adelante en el presente documento:

- ✓ La creciente popularidad del chocolate negro entre los consumidores tradicionales en los EE.UU ha contribuido a provocar un aumento de la demanda de cacao en el mundo.
- ✓ Continúa aumentando el gusto por el chocolate entre los consumidores asiáticos, especialmente de países como China e India.
- ✓ Aumento de la demanda de la industria de galletas y confitería de chocolate

5.5. Exportaciones mundiales de cacao

Durante el año 2015 el valor de las exportaciones mundiales de productos vinculados a cacao fue de poco más de 47.500 millones de dólares en todo el mundo según el portal estadístico del Centro Internacional de Comercio (Trademap). Esta cifra incluyó las siguientes partidas arancelarias:

- ✓ 1801 (cacao en grano)
- ✓ 1802 (cáscara y residuos)
- ✓ 1803 (pasta de cacao),
- ✓ 1804 (manteca, grasa y aceite de cacao),
- ✓ 1805 (cacao en polvo sin azúcar)
- ✓ 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao).

El valor de las exportaciones de cacao ha aumentado considerablemente desde el año 2011 al 2015, en ese periodo pasaron de 44.400 millones de dólares a los mencionados 47.500 millones, un tasa de crecimiento del 9%. La curva del valor de las exportaciones de cacao se presenta en el gráfico número 12.



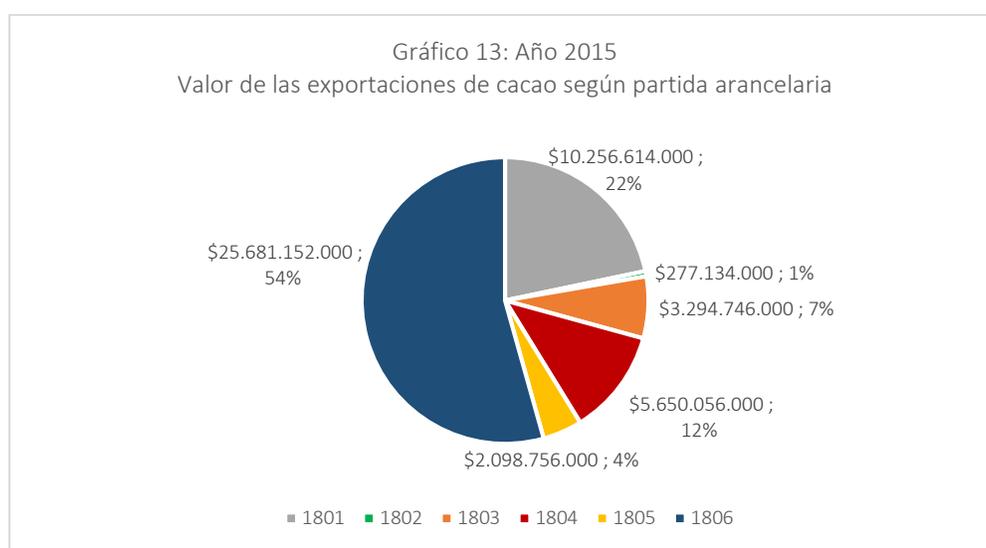
Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Alemania fue el país con el valor más alto de exportaciones con 5.500 millones de dólares, un 12% de las exportaciones mundiales, seguido por Costa de Marfil con 5.100 millones de dólares para un 11% del total y Holanda con 5.050 millones de dólares. Otros países con valores importantes fueron: Bélgica (3.350 millones), Ghana (2.800 millones), Francia (2.200 millones), Estados Unidos (1.900 millones), Italia (1.600 millones).

La lista completa del valor de las exportaciones por país se presente en el Anexo C.

Del total del valor exportado en cacao en 2015, el 54% fue comercializado en la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao) con más de 25.600 millones de dólares, le siguió la partida arancelaria 1801 (cacao en grano) con el 22% del valor total de las exportaciones con 10.200 millones de dólares.

La partida arancelaria 1804 (manteca, grasa y aceite de cacao) fue la tercera en importancia con una participación del 12% con más de 5.600 millones de dólares durante el 2015, la partida arancelaria 1803 (pasta de cacao) fue la cuarta en importancia con el 7% de participación y más de 3.300 millones de dólares. El quinto lugar lo ocupó la partida 1805 (cacao en polvo) con el 4% del total exportado, por su parte la partida arancelaria 1802 fue la menor participación con el 1%.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

A continuación se presenta un pequeño análisis por partida arancelaria, el análisis amplio se detalla en el anexo G.

5.5.1. Partida arancelaria 1801 (cacao en grano)

Como fue indicado anteriormente esta partida representó el 22% del valor total de las exportaciones de cacao en el 2015, con un monto transado de más de 10.200 millones de dólares. El valor de las exportaciones de cacao en grano ha mostrado un crecimiento sostenido desde el año 2013, donde el valor de este rubro económico pasó de 8.096 millones de dólares a 10.200 millones, para un crecimiento del 25%.

Diez países concentran el 92% de valor exportado en 2015 para esta partida arancelaria. Costa de Marfil fue el país que lideró la estadística con exportaciones de cacao seco en grano por más de 3.500 millones de dólares para una participación del 35% sobre el monto total.

El segundo país en importancia fue Ghana con 2.100 millones de dólares para una participación del 21% del total exportado en esta partida arancelaria, Camerún fue el tercer país en importancia con más de 767 millones de dólares y un porcentaje del total exportado del 7%. Ecuador es el país de América con mayor monto exportado en esta partida con más de 705 millones de dólares, por su parte Honduras fue el primer de país de Centroamérica con 1.3 millones de dólares en exportaciones de cacao seco en grano.

El detalle de las exportaciones por cada país se presenta en el anexo D del presente documento. Asimismo, el dato sobre las exportaciones de Costa Rica se expone más adelante en este apartado.

5.5.2. Partida arancelaria 1803 (Pasta de cacao)

La pasta de cacao representó 7% del valor de las exportaciones en cacao en el 2015 con un monto transado de más de 3.300 millones de dólares. El comportamiento de las exportaciones en esta partida arancelaria presentó un aumento entre los años 2012 y 2014, sin embargo para el 2015 se evidenció un decrecimiento del 3%.

Un total de 10 países concentran el 85% del valor exportado en esta partida arancelaria. Costa de Marfil fue el primer país la estadística con un valor exportado de 738 millones de dólares para una participación del 22% del total exportado, le siguió Holanda con un valor exportado de 549 millones de dólares (17% del total), Ghana con 390 millones de dólares y Alemania con 320 millones y una participación del 10%. El gráfico 17 se presenta el detalle de los primero diez países exportadores de pasta de cacao.

Ecuador y Brasil lideran las exportaciones de pasta de cacao en América. En el caso del primero exportó en 2015 un total de 38 millones de dólares mientras que el segundo transó cerca de 32 millones de dólares. Honduras fue el primer país de Centroamérica en la lista de exportadores con un valor de 134.000 dólares. El detalle de los países exportadores se detalla en el anexo E.

5.5.3. Partida arancelaria 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao)

Esta partida representó 12% de las exportaciones totales de cacao en el 2015 con más de 5.600 millones de dólares. Desde el año 2012 se evidencia un crecimiento sostenido de las exportaciones en esta materia prima, se pasó de 2.800 millones a 5.600 en 2015, un aumento de 2.800 millones de dólares, una variación porcentual de 100%

Holanda es el mayor exportador en esta partida arancelaria con más 1.609 millones de dólares, con una participación del 28% con respecto al valor exportado en este rubro durante el año 2015. Le siguió Indonesia con 726 millones de dólares para una participación del 13%, el tercer país en importancia fue Malasia con 556 millones y un 10% de participación.

A nivel latinoamericano Brasil fue el principal exportador de manteca de cacao con un monto cercano a los 164 millones de dólares, le siguió Perú con 42 millones de dólares y Ecuador con 33 millones. En Centroamérica Panamá lidera la estadística con exportaciones por 282.000 dólares en 2015. La lista completa de los países exportadores se encuentra disponible en el anexo F.

5.5.4. Partida arancelaria 1805 (Cacao en polvo)

El cacao en polvo tuvo una participación de 4% del total de las exportaciones de cacao en el año 2015 con cerca de 2.100 millones de dólares. Un total de 13 países concentran el 90% del valor de las exportaciones de cacao en polvo, estos países transaron un total de 1.896 millones de dólares. Holanda es el país con las mayores exportaciones en esta partida arancelaria con 605 millones, seguida por Malasia con 243 millones, Alemania 220 Millones, Francia con 127 e Indonesia con 124.

Brasil fue el país de América Latina con mayores exportaciones de cacao en polvo sin azúcar con 65% millones de dólares, le siguió Ecuador cerca de 14 millones de dólares y cerró en el tercer lugar Perú con 11 millones. En Centroamérica Costa Rica aparece como el principal exportador de cacao en polvo con 515.000 dólares. El detalle de las exportaciones de cacao en polvo por país se presenta en el Anexo J.

5.5.5. Partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao).

Fue la partida más importante para las exportaciones mundiales de cacao en el año 2015 con una participación del 54% y un monto estimado de exportaciones de 25.600 millones de dólares. Asimismo, esta partida ha mostrado un crecimiento en los últimos cinco años donde se pasó de 23.500 millones de dólares en 2011 a 25.600 millones en 2015 para una variación absoluta de 2.100 millones y una variación porcentual de 9%. Se espera que para el 2016 el valor pueda aumentar nuevamente debido al aumento de la demanda de los productos ubicados en esta partida arancelaria.

Alemania fue el país con la mayor cantidad de exportaciones en la partida 1806 con cerca de 4.333 millones de dólares, un 17% del total exportado bajo esta categoría, le siguió Bélgica con 2.697 millones y una participación del 11%. Otros países con importantes exportaciones en esta partida fueron Holanda con 1.766 millones, Estados Unidos con 1.628 millones e Italia con 1.591 millones. Un total de 13 países registran el 76% de las exportaciones de la partida 1806 con 19.476 millones de dólares.

México es el primer país de Latinoamérica en exportaciones en la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao) con aproximadamente 598 millones de dólares, le siguió Brasil con 90 millones de dólares y el tercer lugar lo obtuvo Colombia con 60 millones de dólares.

En el caso de Centroamérica Guatemala se ubicó en el primer lugar con 10 millones de dólares. La lista completa de las exportaciones por país se presenta en detalle en el Anexo K. En la figura 7 se denota gráficamente como los principales países exportadores en la partida arancelaria 1806 son algunos países del centro de Europa, seguidos por Estados Unidos y Canadá y México.

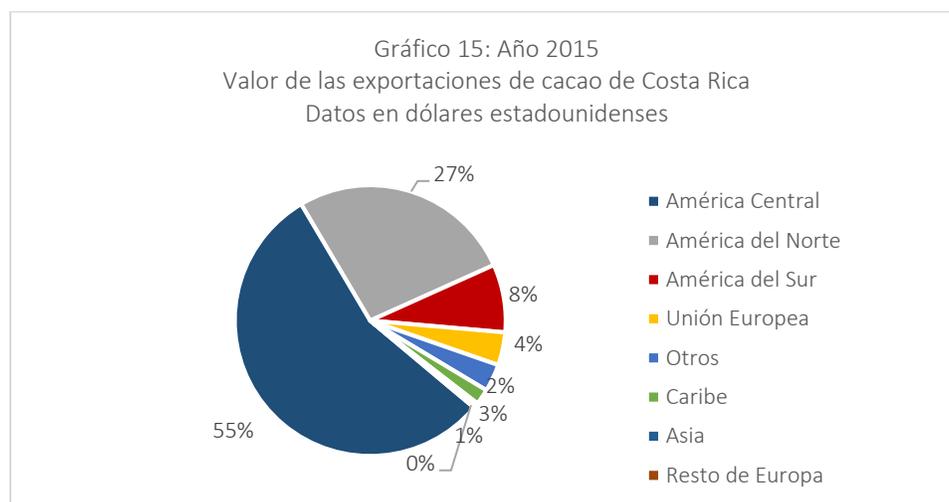
5.6. Costa Rica: Exportaciones de cacao

De acuerdo a la información estadística suministrada por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) Costa Rica exportó en el año 2015 un total de 11.136.875 dólares a 32 países en todas aquellas partidas arancelarias vinculadas a cacao (1802,1802,1803,1804,1805 y 1806). Las exportaciones de cacao han mostrado un aumento en los últimos años, se pasó de 9.777.732 dólares en el 2012 a los señalados 11.136.875 dólares en 2015, un aumento del 1.359.144 USD es decir un crecimiento del 13%. Para el 2016 PROCOMER contabiliza datos preliminares en exportaciones de cacao de 8 millones de dólares (Ver gráfico14).



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

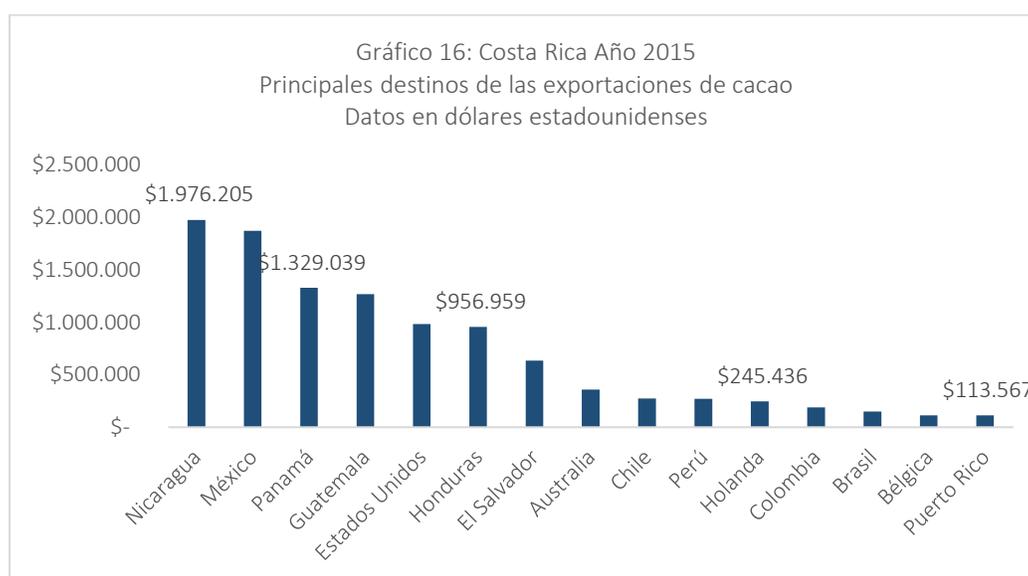
América Central fue la región más importante para las exportaciones de cacao de Costa Rica debido a que el 55% fue enviado a dicho mercado (Nicaragua : \$1,976,205.45, Panamá : \$1,329,038.64 y Guatemala: \$1,269,545.65). Le siguió América del Norte con el 27% de las exportaciones (México: \$1, 874,205.10 y Estados Unidos: \$982,861.02).



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Otro mercado importante fue América del Sur con el 8% de las exportaciones, especialmente a países como Chile (\$274,702.24), Perú (\$271,589.06), Colombia (\$189,895.90) y Brasil (\$149,390.07). El 4% de las exportaciones de cacao de Costa Rica se fueron para la Unión Europea, con concentración en los siguientes países: Holanda (\$245,435.50), Bélgica (\$114,632.00), Alemania (\$60,016.80), Letonia (\$12,513.03) y Francia (\$5,331.75). Hubo otros mercados con menor participación en las exportaciones como los países de Caribe (2%) y Asia (1%).

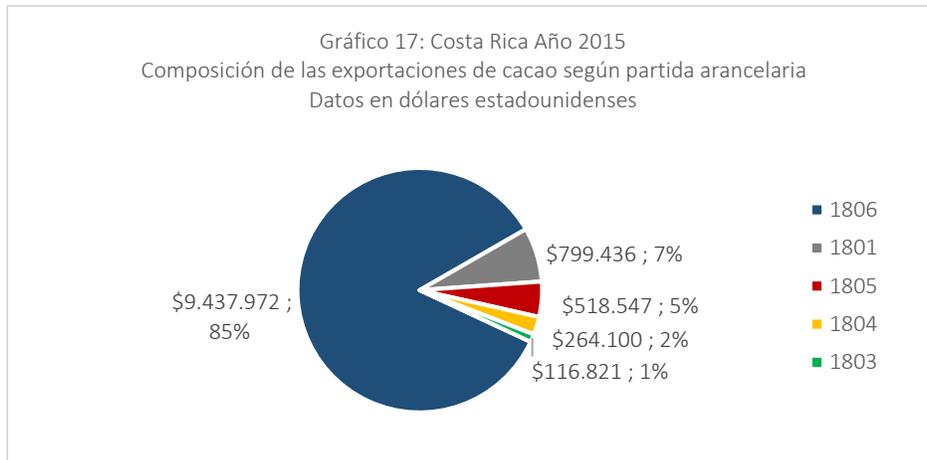
El detalle de los primeros quince países de destino de las exportaciones en cacao se presenta en el gráfico siguiente.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Del total de las exportaciones de cacao de Costa Rica en el 2015 el 85% se realizó bajo la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao) con 9.437.932 dólares, le siguió la partida 1801 (cacao en grano) con el 7% con cerca de 800.000 dólares, la partida 1805 (Cacao en polvo sin azúcar) representó el 5% de las exportaciones de cacao con 518.000 dólares, la partida 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao) se ubicó en el cuarto lugar con el 2% del total exportado con poco más de 264.000 dólares. Finalmente la partida 1803 (Pasta de cacao) representó el 1% con 116.000 dólares.

El detalle gráfico de las exportaciones por partida arancelaria se expone a continuación.



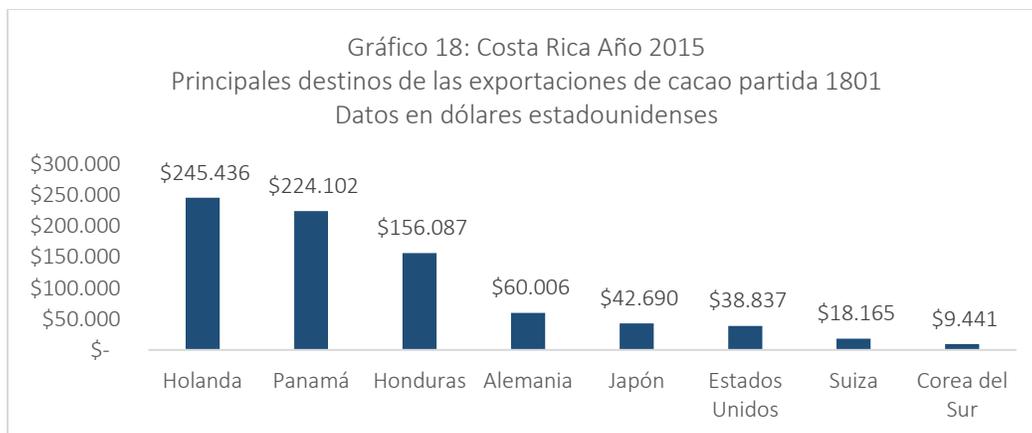
Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Dado que las partidas arancelarias son bastante diferentes entre sí, se realizó un análisis detallado de las exportaciones de cacao por cada una de estas de forma que los tomadores de decisión puedan identificar los principales mercados y países destino.

5.6.1. Partida arancelaria 1801 (cacao en grano)

Como fue señalado anteriormente la partida arancelaria 1801 tuvo una participación del 7% en las exportaciones totales con cerca de 800.000 dólares. El principal país de destino del cacao seco exportado desde Costa Rica fue Holanda con el 31% del monto de esta partida, seguido por Panamá con el 28%, Honduras el 20%, Alemania el 8%, Japón el 5%, Estados Unidos el 5%, Suiza 2% y Corea del Sur. Los montos exportados hacia estos países de detalla en el gráfico 28.

La alta participación de países como Holanda, Nicaragua y Honduras puede obedecer a que varias empresas con producción y procesamiento de cacao tiene operaciones en esos países por lo que exportan a sus otras empresas para consolidar un mayor volumen de cacao seco para reexportación o bien para agregar valor al producto por medio del procesamiento.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

De acuerdo con los datos de PROCOMER las exportaciones de cacao seco han mostrado una baja importante en los últimos años. La partida arancelaria 1801 pasó de generar exportaciones por 1.667.000 dólares en 2012 a 800.000 dólares en 2015, un decrecimiento del 52%. Los datos preliminares del 2016 muestran un crecimiento de 166.000 dólares con respecto al año anterior debido a que registra exportaciones por 966.000 dólares. En el gráfico siguiente se observa el comportamiento anual de la partida arancelaria 1801.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

5.6.2. Partida arancelaria 1803 (Pasta de cacao)

La pasta de cacao representó 1% del valor de las exportaciones de cacao en Costa Rica durante el 2015 con un monto transado de más de 116.000 dólares. El comportamiento de las exportaciones en esta partida arancelaria presentó un drástico decrecimiento después del año 2012 debido a que el valor exportado pasó de 628.000 dólares a 116.000 en 2015, esta disminución porcentualmente fue del 81%(Ver gráfico 30). Las expectativas para el 2016 no son las mejores debido a que según los datos preliminares de PROCOMER las exportaciones de pasta de cacao son de apenas son de 7.500 dólares.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Las exportaciones de pasta de cacao en 2015 se realizaron a tres países únicamente: Bélgica, Canadá y Nicaragua. El 98% se exportó a Bélgica con un monto de \$114,632, el segundo fue Canadá con \$1,744 y cerró Nicaragua con apenas \$444.53.

5.6.3. Partida arancelaria 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao)

El valor exportado en esta partida tuvo una participación del 2% del total de las exportaciones realizadas por Costa Rica en cacao durante el 2015 con un monto de 264.000 dólares. Al igual que en la partida anterior las exportaciones tuvieron como destino únicamente tres países: Estados Unidos, El Salvador y Nicaragua. El 96% del monto exportado fue enviado a Estados Unidos con ventas por \$254,900.00, le siguió El Salvador con un monto transado de \$8,641.00 y el tercer lugar fue para Nicaragua con \$558.66.

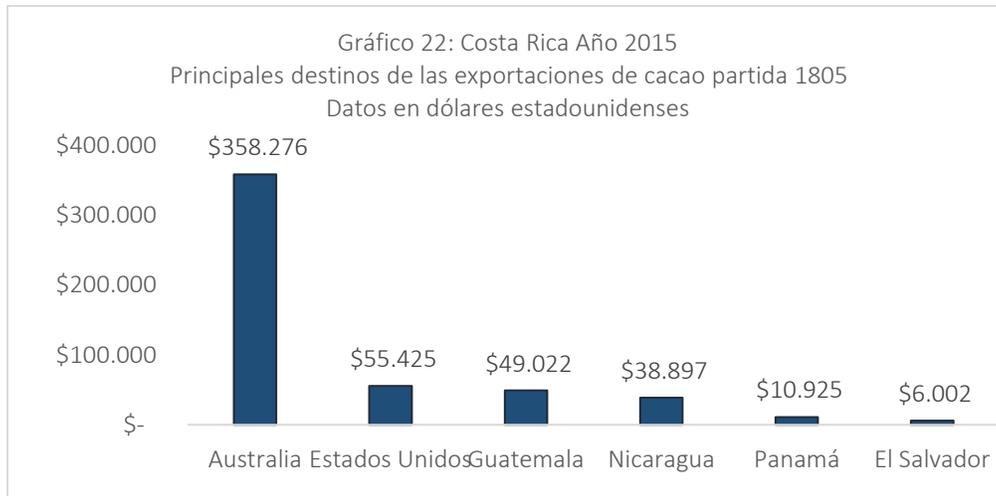
Las exportaciones en esta partida arancelaria muestran una tendencia a la baja en los últimos años. En el 2012 el valor exportado fue de 349.000 dólares en tanto que para 2015 ese mismo rubro se ubicó en 264.000 dólares, una disminución del 24%. En el gráfico siguiente se puede observar como en el 2014 hubo un leve repunte en las exportaciones pero bajaron nuevamente al año siguiente. De acuerdo a los datos preliminares de PROCOMER para 2016 el valor está muy cercano a lo exportado en 2015 por lo que se estima que el valor final del año será muy similar.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

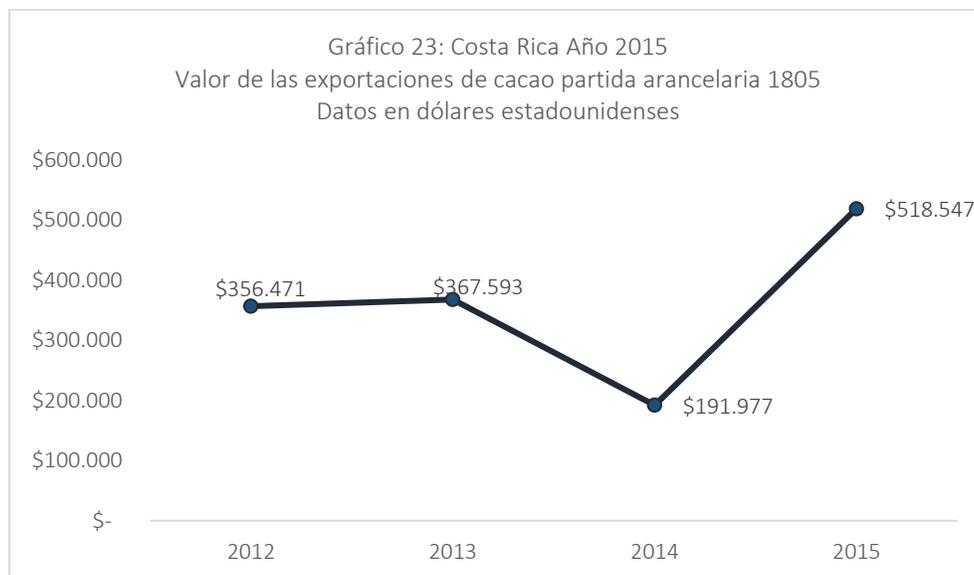
5.6.4. Partida arancelaria 1805 (Cacao en polvo)

El cacao en polvo tuvo una participación de 5% del total de las exportaciones de cacao en el año 2015 con cerca de 518.000 de dólares en seis países diferentes. Del monto señalado el 69% se envió a Australia, el 11% a los Estados Unidos, el 9% a Guatemala, el 8% a Nicaragua, el 2% a Panamá y el restante 1% a El Salvador. El detalle del monto exportado por país se presenta en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Las exportaciones de cacao en polvo sin azúcar han mostrado un crecimiento desde el 2012 debido a que ese año el valor exportado fue de 356.000 dólares y en 2015 cerró en 518.000 dólares para una variación del 45%. En el gráfico número 33 se observa que a pesar del crecimiento señalado en el 2014 hubo una baja sensible de las exportaciones, por su parte para el 2016 se cuentan con datos preliminares de 277.000 dólares, muy probablemente las exportaciones cierren por debajo del monto 2015.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

5.6.5. Partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao).

Como fue señalado anteriormente en el presente documento la partida 1806 fue la más importante para las exportaciones de cacao durante el 2015 en Costa Rica debido a que tuvo una participación del 85% con un valor transado de más de 9.400 millones de dólares con 25 países de destino.

Doce países concentraron el 97% del monto exportado en la partida arancelaria con un monto de 9.180 millones de dólares. En esa línea, México y Nicaragua fueron el principal destino de las exportaciones con una participación del 20% cada uno, le siguió Guatemala con el 13%, Panamá con el 12%, Honduras con el 8%, Estados Unidos con el 7% y El Salvador con el 7% también. Centroamérica y Norteamérica se constituyen en las regiones más importantes para las exportaciones de la partida 1806. El monto exportado a cada país se detalla a continuación:



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

La partida 1806 ha mostrado un crecimiento ininterrumpido desde el año 2012 donde se exportaron más de 6.700 millones de dólares, 2013 con 7.900 millones, 2014 con 8,200 millones y los señalados 9.400 millones en 2015. Estos datos dan como resultado una tasa de crecimiento promedio del 12% en esos cuatro años y una tasa del 15% entre 2014 y 2015. (Ver gráfico 35).



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Según los datos preliminares para el 2016 el monto exportado es de 6.600 millones de dólares, se estima que valor se ubicará cercano al del año 2015. El detalle de las exportaciones de cacao de Costa Rica se puede consultar en el Anexo H, donde se generó con base en los datos estadísticos de PROCOMER una tabla dinámica que permite hacer análisis entre años (2012-2016), partidas arancelarias, regiones y países de destino.

5.7. Importaciones de cacao a nivel mundial

En 2015 el valor de las importaciones mundiales de productos vinculados a cacao fue de poco más de 46.100 millones de dólares en todo el mundo según el portal estadístico del Centro Internacional de Comercio (Trademap). Esta cifra incluyó las siguientes partidas arancelarias:

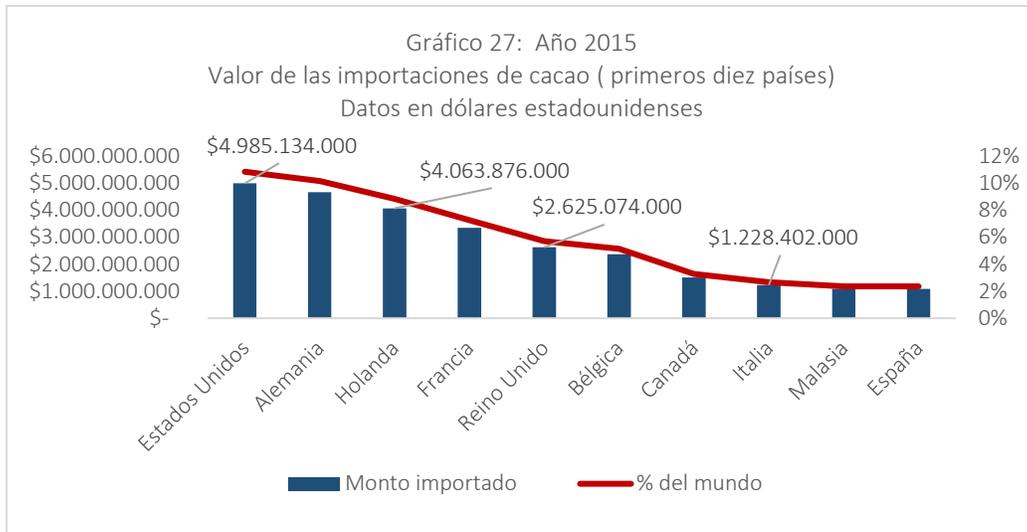
- 1801 (cacao en grano)
- 1803 (pasta de cacao),
- 1804 (manteca, grasa y aceite de cacao),
- 1805 (cacao en polvo sin azúcar)
- 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao).

El valor de las importaciones en cacao mostró un crecimiento considerablemente entre los años 2012 al 2014 (cerca del 20%), en ese periodo las importaciones pasaron de 41.000 millones de dólares a 49.100 millones en 2014. Sin embargo, esa tendencia cambió para el 2015 donde hubo una disminución de 3.000 millones de dólares, es decir un decrecimiento del 6%. La curva del valor de las exportaciones de cacao se presenta en el gráfico número 36.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Diez países concentraron el 59% de las importaciones con un valor de 27.000 millones de dólares. Estados Unidos fue el país que más productos vinculados a cacao importó con casi 5.000 millones, le siguió Alemania con 4.600 millones, Holanda con 4.050 millones. El cuarto lugar fue ocupado por Francia con 3.300 millones y el quinto por el Reino Unido con 2.600 millones de dólares. El detalle de importación de los primeros diez países importadores de cacao se presenta en el gráfico siguiente:

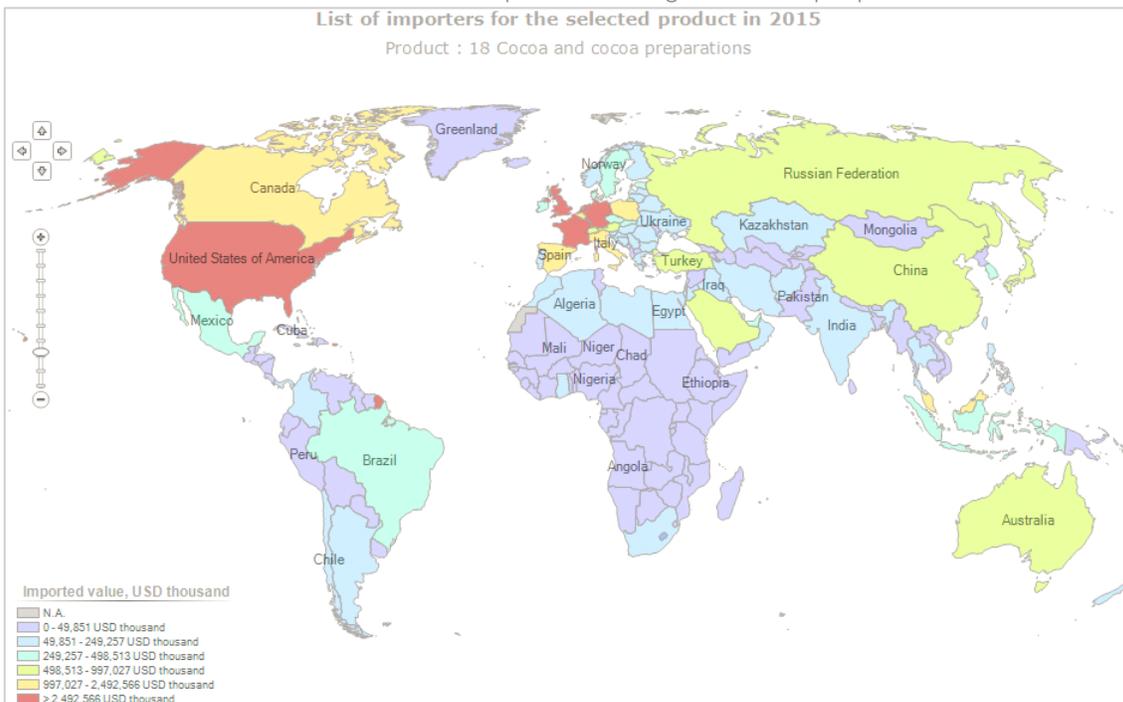


Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

La lista completa del valor de las exportaciones por país se presente en el Anexo N.

En la figura número 3 se observa la distribución por país según el monto de las importaciones. Los países en color rojo representan a aquellas naciones con importaciones superiores a los 2.500 millones de dólares (Estados Unidos, Alemania, Holanda), y en color celeste claro aquellos países con exportaciones entre 0-50 millones de dólares.

Figura 3. Importación cacao 2015
 Distribución de las importaciones según el monto por país



Fuente: Trademap

Otra información que se puede extraer del mapa anterior es que la región centroamericana cuenta con un valor de exportaciones menores a los 50 millones de dólares. En Suramérica el panorama es un poco diferente debido a que naciones como Brasil posee un valor alto de importaciones.

Del monto total importado en 2015, el 56% fue comercializado en la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao) con más de 25.600 millones de dólares, le siguió la partida arancelaria 1801 (cacao en grano) con el 20% del valor total de las importaciones con 9.200 millones de dólares.

La partida arancelaria 1804 (manteca, grasa y aceite de cacao) fue la tercera en importancia con una participación del 12% con más de 5.300 millones de dólares durante el 2015, la partida arancelaria 1803 (pasta de cacao) fue la cuarta en importancia con el 7% de participación y más de 3.300 millones de dólares. El quinto lugar lo ocupó la partida 1805 (cacao en polvo) con el 5% del total importado, por su parte la partida arancelaria 1802 fue la menor participación con el 1%.

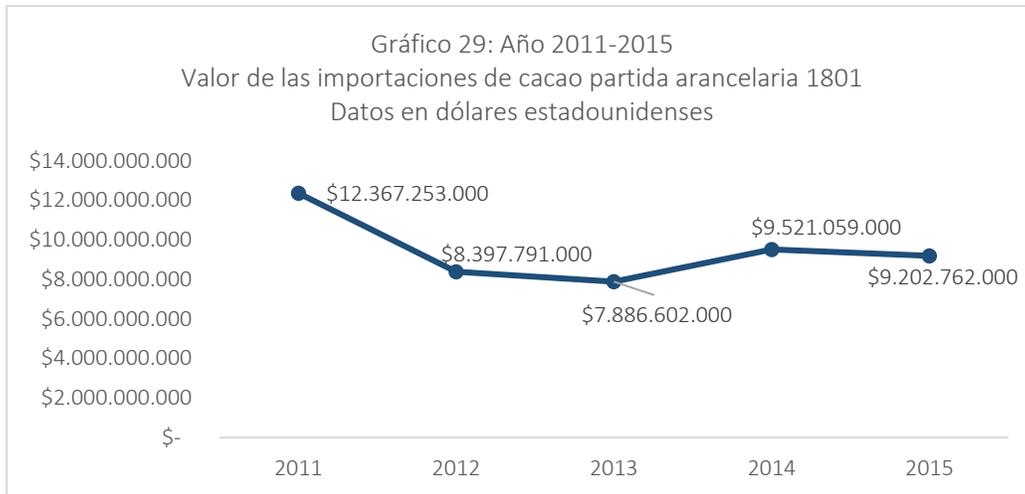


Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

A continuación se procede a realizar un análisis de las importaciones por partida arancelaria.

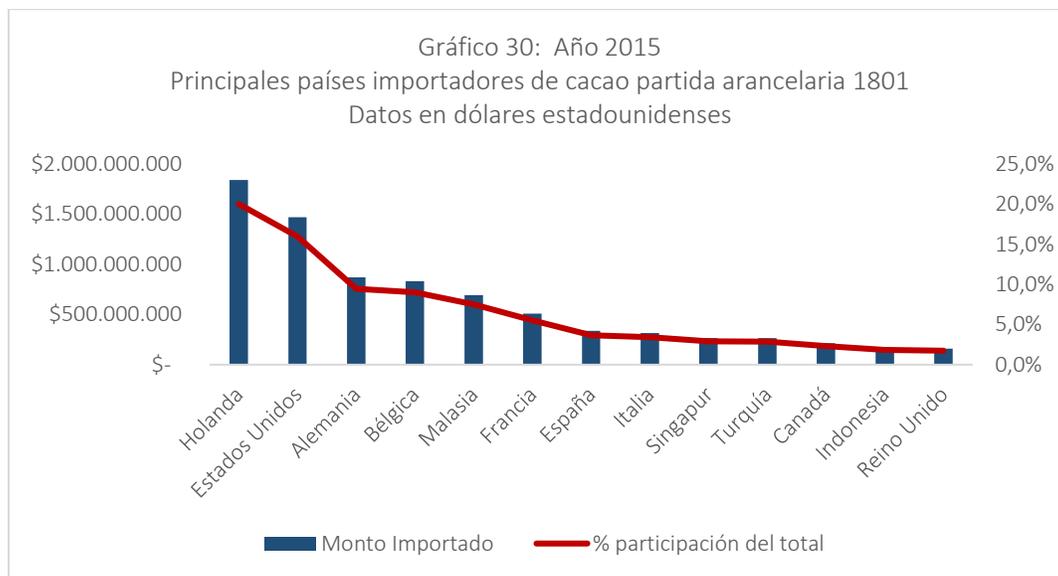
5.7.1. Partida arancelaria 1801 (cacao en grano)

Como fue indicado anteriormente esta partida representó el 20% del valor total de las importaciones de cacao en el 2015, con un monto transado de más de 9.200 millones de dólares. El valor de dichas importaciones ha mostrado un crecimiento sostenido desde el año 2013, esto se puede observar de forma más clara en el gráfico 39, donde el valor de este rubro económico pasó de 8.300 millones de dólares (2013) a 9.200 millones (2015), para un crecimiento del 10%.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Trece países concentran el 86% de valor importado en 2015 para esta partida arancelaria. Holanda fue el país que lideró la estadística con importaciones de cacao seco en grano por más de 1.800 millones de dólares para una participación del 20% sobre el monto total. El segundo país en importancia fue Estados Unidos con 1.469 millones de dólares para una participación del 16% del total importado en esta partida arancelaria, Alemania fue el tercer país con más de 871 millones de dólares y un porcentaje del total exportado del 9.5%. El detalle de los primeros trece países se presentan a continuación:

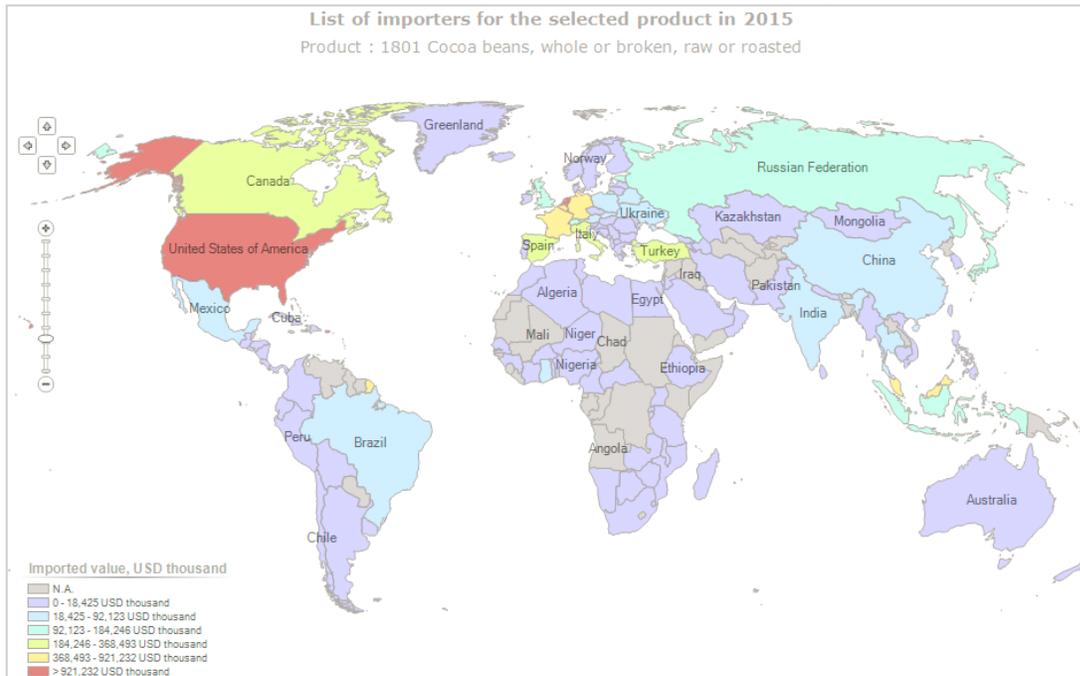


Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Del gráfico anterior se destaca la presencia de los países asiáticos en los primeros lugares de las importaciones. En el anexo M se detalla las importaciones por país.

En la figura número 9 se observa la distribución por país según el monto de las importaciones. Europa Central y Norte América presentan aquellas regiones con importaciones superiores a los 2.300 millones de dólares (Estados Unidos – Holanda – Alemania).

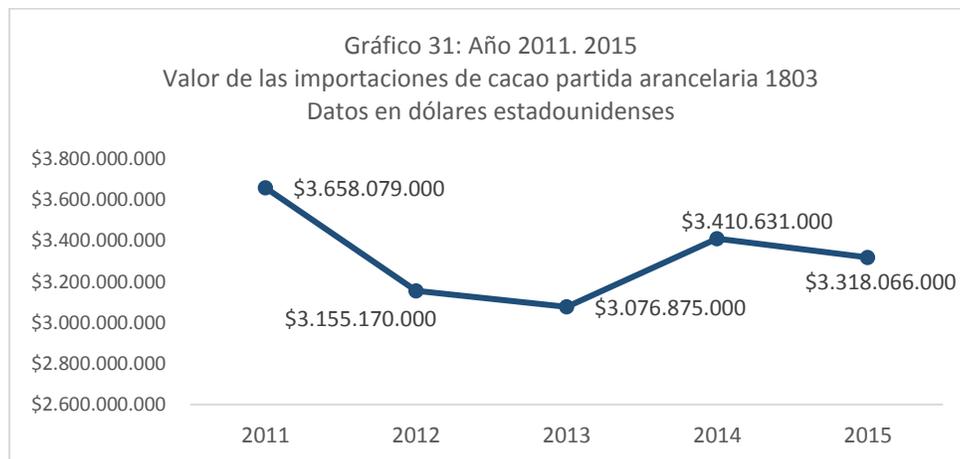
Figura .4. Importación partida arancelaria 1801
Distribución de las importaciones según el monto por país 2015



Fuente: Trademap

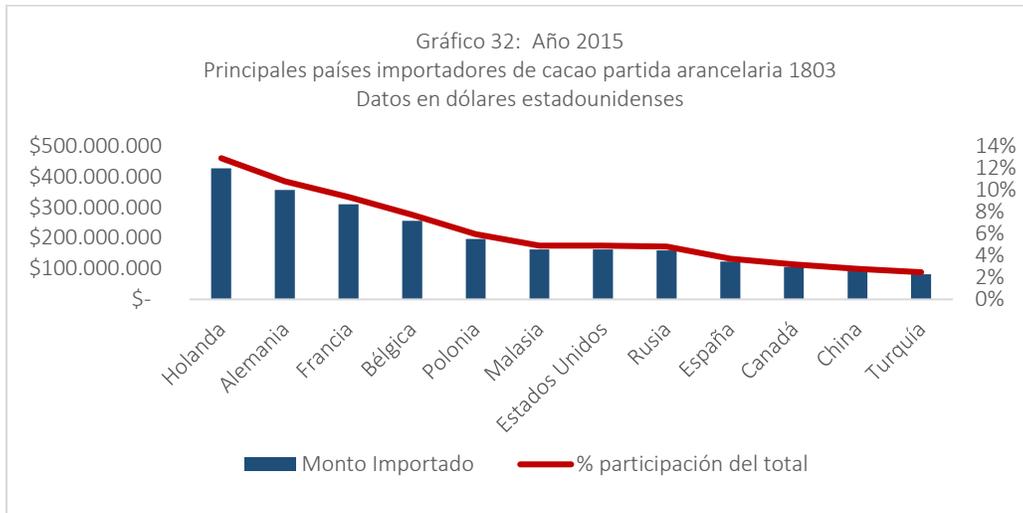
5.7.2. Partida arancelaria 1803 (Pasta de cacao)

La pasta de cacao representó 7% del valor de las importaciones en cacao en el 2015 con un monto transado de más de 3.300 millones de dólares. El comportamiento de las exportaciones en esta partida arancelaria presentaron un aumento entre los años 2012 y 2014, sin embargo para el 2015 se evidenció un decrecimiento (Ver gráfico 31).



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

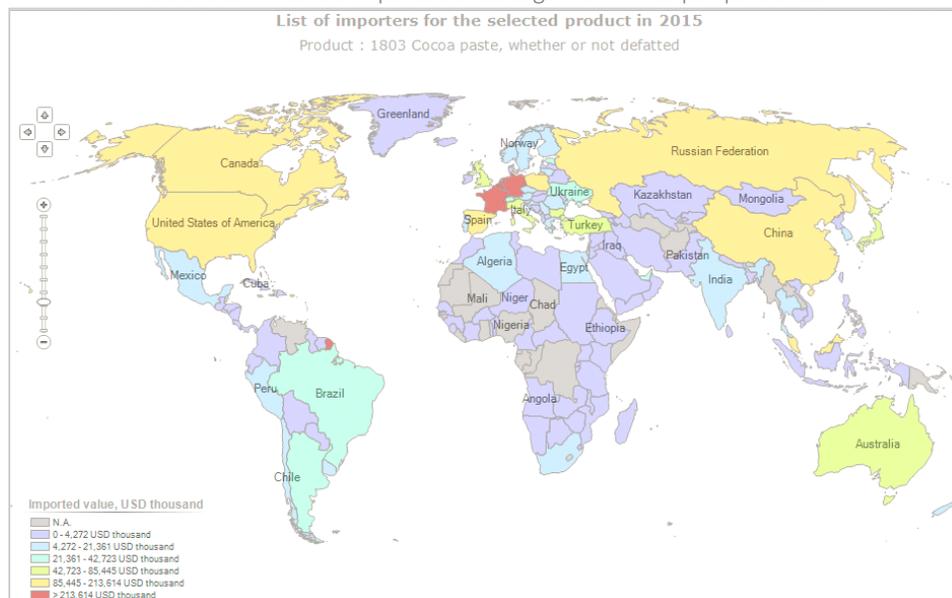
Un total de 12 países concentran el 73% del valor importado en esta partida arancelaria. Holanda fue el primer país la estadística con un valor exportado de 427 millones de dólares para una participación del 13% del total importado, le siguió Alemania con un valor exportado de 356 millones de dólares (11 % del total), Francia con 310 millones de dólares fue tercero y Bélgica a con 255 millones fue cuarto. El gráfico 40 se presenta el detalle de los primero doce países importadores de pasta de cacao.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

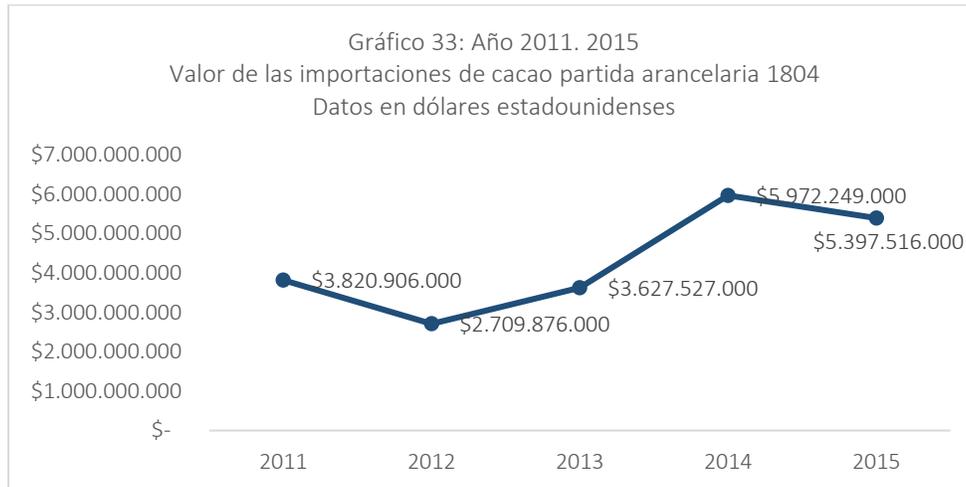
De la lista anterior se siguen destacando países Asiáticos entre los principales importadores, en este caso de pasta de cacao. Asimismo, en la figura 10 se observa la distribución de los principales importadores de pasta de cacao en el mundo y se evidencia en color amarillo donde las regiones más importantes son Norteamérica, Europa Este y Asia. El detalle de los montos importados por país se detalla en el anexo O.

Figura .5. Importación partida arancelaria 1803
Distribución de las importaciones según el monto por país 2015



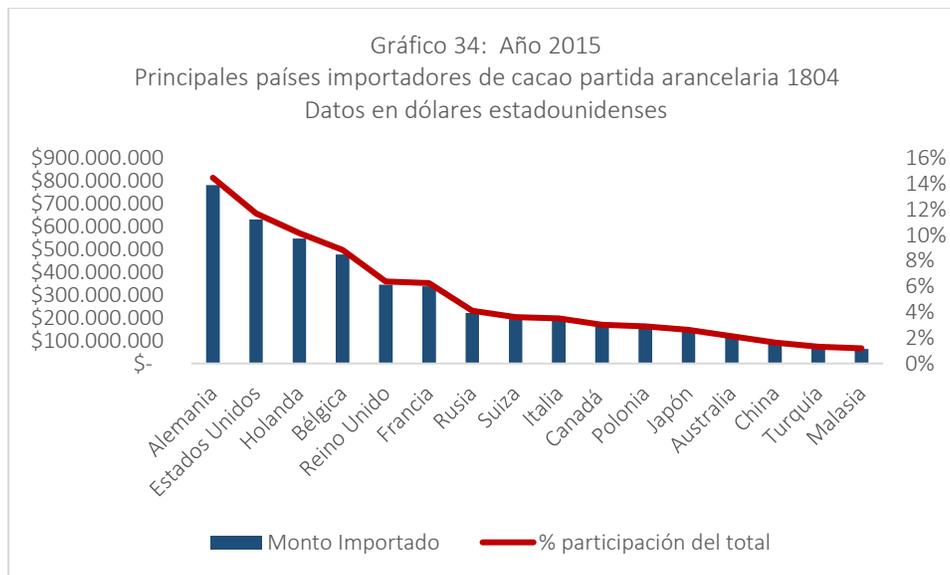
5.7.3. Partida arancelaria 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao)

Esta partida representó 12% de importaciones de cacao en el 2015 con más de 5.300 millones de dólares. Desde el año 2012 se evidencia un crecimiento sostenido de las importaciones en esta materia prima, se pasó de 3.800 millones en 2012 a 5.300 en 2015, un aumento de 1.500 millones de dólares, una variación porcentual de 50% (Ver gráfico 33).



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

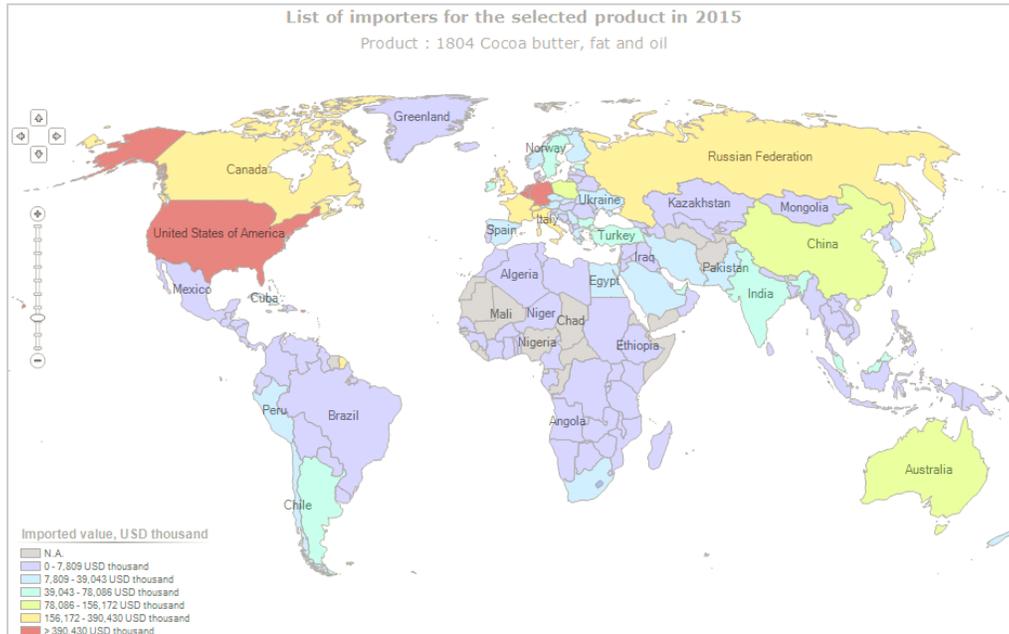
Alemania fue el primer país importador con 780 millones de dólares (14% del mundo), seguido por Estados Unidos con 630 millones (12%), Holanda fue tercero con 547 millones (10%). Países como Japón y China obtuvieron el lugar 12 y 14 respectivamente con montos de importación superiores a los 87 millones de dólares. El en gráfico siguiente se detalla el valor importado y la participación porcentual de los primeros 16 países importadores en esta partida arancelaria.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

De forma más visual se observa en la figura 6 que los países con mayores montos importados se ubican en Norteamérica y Centro de Europa (Color rojo y amarillo), asimismo, países asiáticos como China y Japón importan montos que superan 87 millones de dólares. La lista completa las importaciones por país se presentan en el anexo P.

Figura .6. Importación partida arancelaria 1804
Distribución de las importaciones según el monto por país 2015



Fuente: Trademap

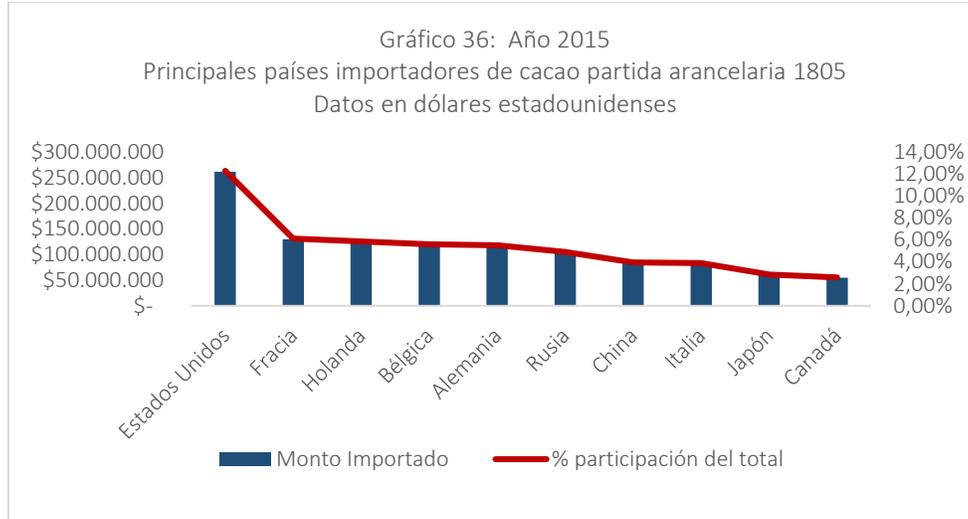
5.7.4. Partida arancelaria 1805 (Cacao en polvo)

El cacao en polvo tuvo una participación de 5% del total de las importaciones de cacao en el año 2015 con cerca de 2.100 millones de dólares. Desde el año 2011 se ha presentado una tendencia sostenida a la baja, las importaciones pasaron de 3.500 millones de dólares en 2011 a los ya mencionados 2.100 millones en el 2015, es decir una disminución de 1.400 millones, para una variación porcentual del 39%.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

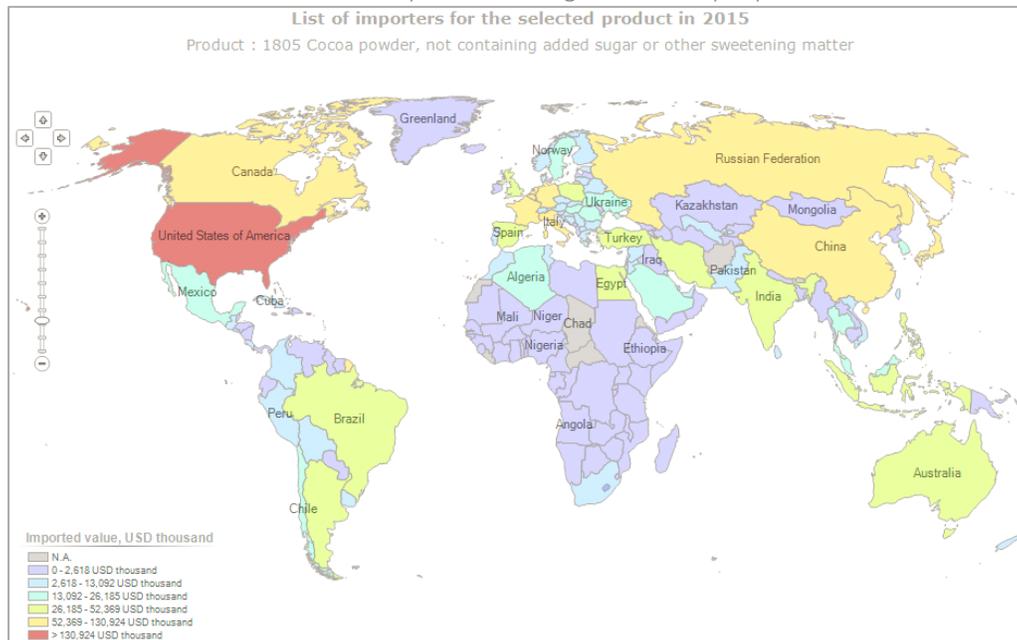
Estados Unidos fue el primer país importador con 216 millones de dólares, seguido por Francia con 130 millones y Holanda con 124 millones, estos tres países representaron el 24% del monto total importado en 2015. En el caso de los países Asiáticos China ocupó el séptimo lugar con 84 millones de dólares y Japón noveno con 60 millones. En el gráfico siguiente se presenta el detalle de los primero diez países importadores de cacao en polvo.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

En la figura 7 que los países con mayores montos importados se ubican en Norteamérica (Color rojo), le siguen Europa Central, Europa Este y Asia (Color amarillo). En el caso de América países como Chile y Brasil presentan importaciones superiores a los 22 millones de dólares. La lista completa las importaciones por país se presentan en el anexo Q.

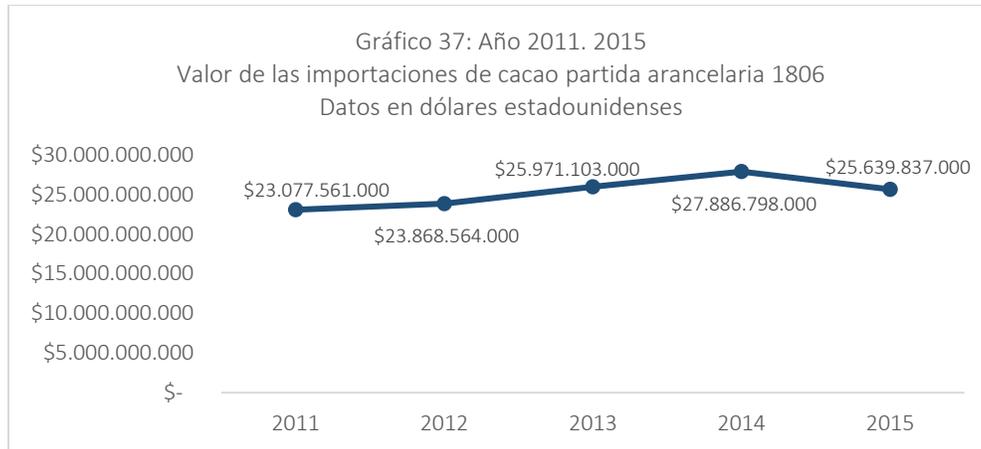
Figura .7. Importación partida arancelaria 1805
Distribución de las importaciones según el monto por país 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

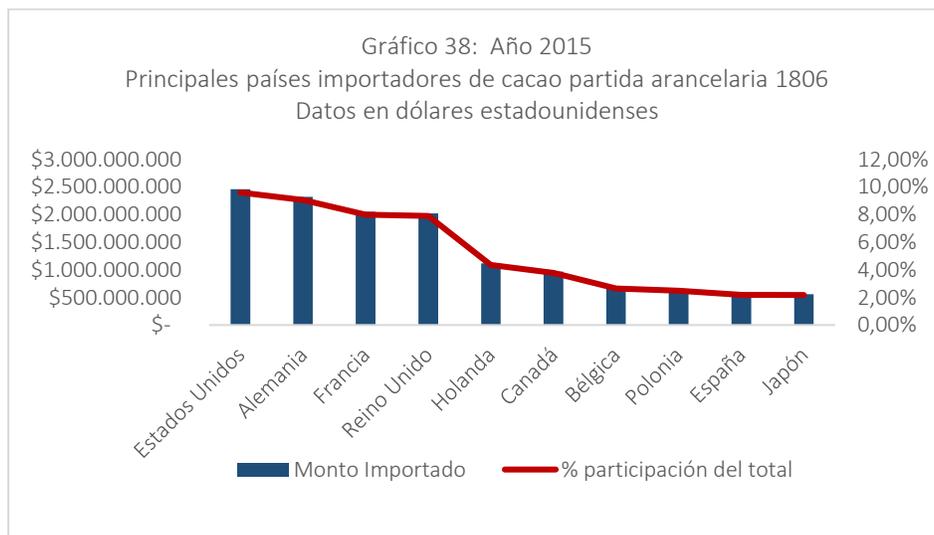
5.7.5. Partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao).

Fue la partida más importante para las importaciones mundiales de cacao en el año 2015 con una participación del 56% y un monto estimado de 25.600 millones de dólares. Asimismo, esta partida ha mostrado un crecimiento en los últimos cinco años, tal y como se aprecia en el gráfico 45 donde se pasó de 23.077 millones de dólares en 2011 a 25.600 millones en 2015 para una variación absoluta de 2.500 millones y una variación porcentual de 10.5%. En el año 2014 hubo un pico en el valor de importaciones sin embargo para el 2015 se manifestó una tendencia a la baja.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Estados Unidos fue el primer país importador con 2.460 millones de dólares, seguido por Alemania con 2.318 millones y Francia con 2.049 millones, estos tres países representaron el 25% del monto total importado en 2015. En el caso de los países Asiáticos Japón ocupó el décimo lugar con 557 millones de dólares de dólares En el gráfico siguiente se presenta el detalle de los primero diez países importadores en esta partida arancelaria.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

En la figura 8 que los países con mayores montos importados se ubican en Norteamérica Y Europa Central (Color rojo), le siguen Europa Este, Oeste y Asia (Color amarillo). La lista completa las importaciones por país se presentan en el anexo Q.

Figura .13. Importación partida arancelaria 1806
Distribución de las importaciones según el monto por país 2015



Fuente: Trademap

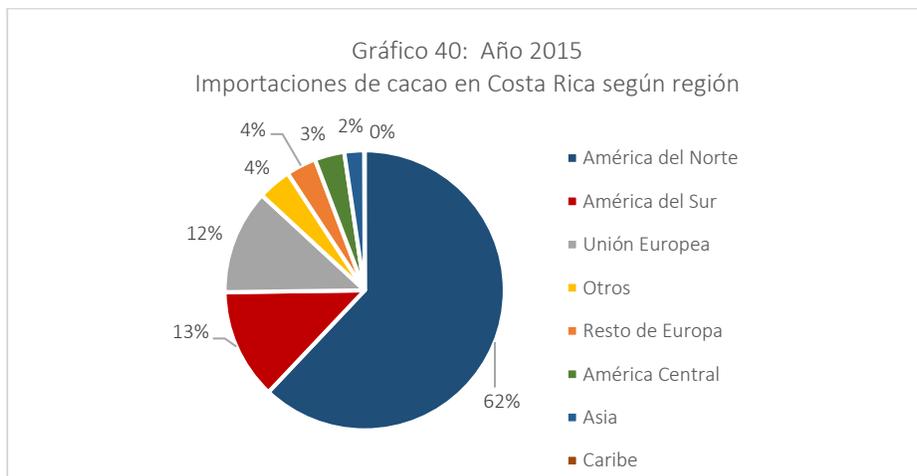
5.8. Importaciones de cacao en Costa Rica

De acuerdo a la información estadística suministrada por PROCOMER Costa Rica importó en el año 2015 un total de 36.232.265 dólares de un total de 43 países diferentes en aquellas partidas arancelarias vinculadas a cacao (1803, 1804, 1805 y 1806). Con base en la información presentada en el gráfico abajo se evidencia un aumento en las importaciones ligadas a cacao desde el año 2012 y hasta el 2015. En ese período el valor importado aumentó en más de 5.7 millones de dólares para una tasa de crecimiento del 18%, lo cual evidencia una falta en la oferta de producto a nivel nacional. Los datos preliminares de importación para el 2016 se ubican a las importaciones en más de 17 millones de dólares.



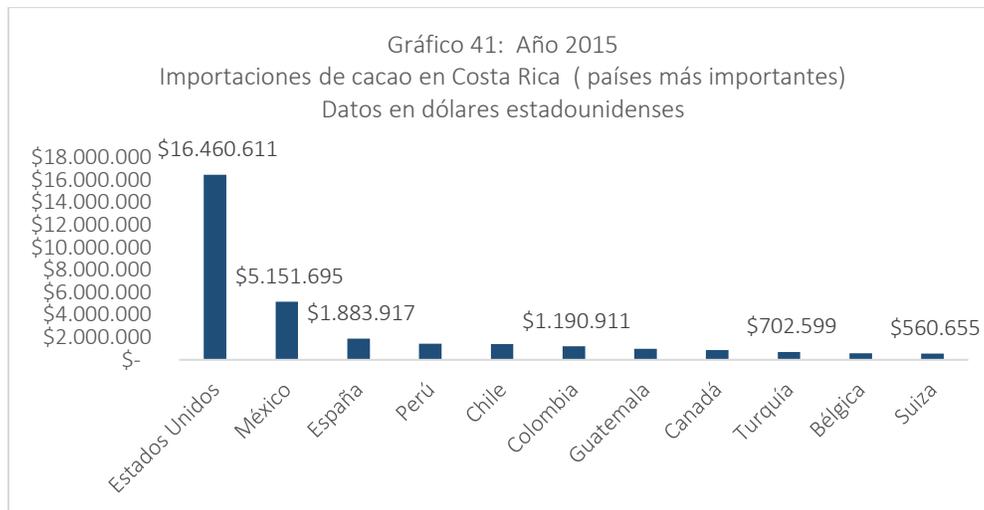
Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Costa Rica importó el 62% (USD 22.481.134) de América del Norte, específicamente de países como Estados Unidos (16.4 millones), México (5.1 millones) y Canadá (0.8 millones). La segunda región en importancia fue América del Sur con el 13% del monto importado con 4.6 millones de dólares, donde se destacaron países como Perú (1.4 millones), Chile (1.3 millones) y Colombia (1.1 millones).



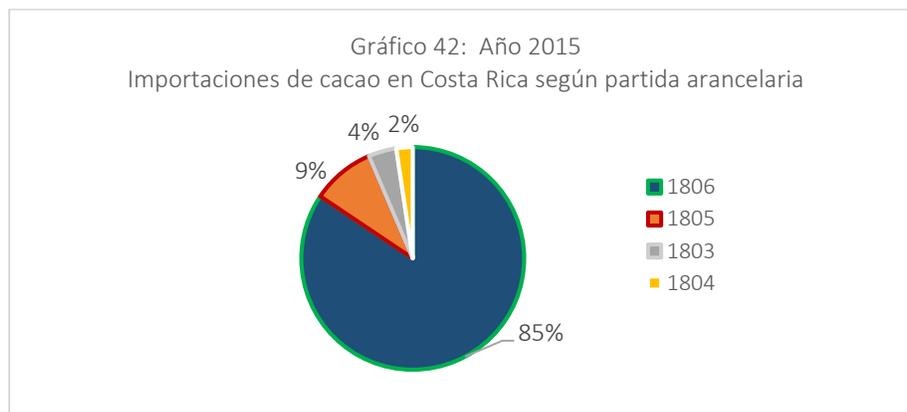
Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

La Unión Europea se constituyó en el tercer bloque en importancia para las importaciones de cacao de Costa Rica con el 12% de participación equivalentes a un monto de 4.3 millones de dólares, los países europeos que se destacaron fueron España (1.8 millones), Bélgica (0.56 millones) y Alemania (0.38 millones). Por su parte Centroamérica tuvo una participación del 3% con 1.2 millones de dólares provenientes en su mayoría de Guatemala (0,9 millones) y El Salvador (0,2 millones). De acuerdo con el análisis realizado once países concentran el 87% de importaciones de cacao en Costa Rica, estos países son:



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

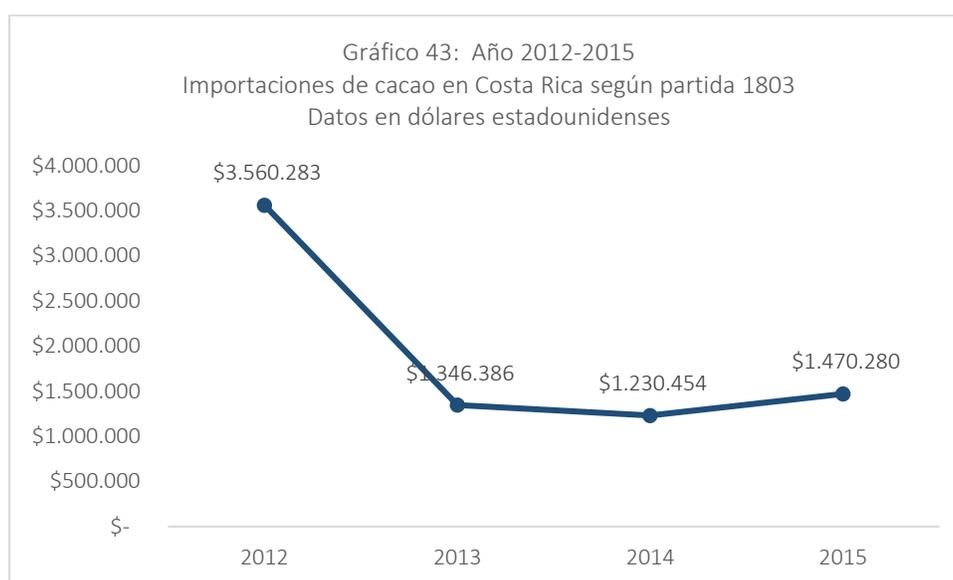
Del total de las importaciones de cacao de Costa Rica en el 2015 el 85% se realizó bajo la partida arancelaria 1806 (*chocolate y otros alimentos que contienen cacao*) con 30.583.198 dólares, le siguió la partida 1805 (*Cacao en polvo sin azúcar*) con participación del 9% con 3.317.799 dólares. La partida arancelaria 1803 (*Pasta de cacao*) representó el 4% con 1.1470.280 dólares. En el caso de la partida 1804 (*Manteca, grasa y aceite de cacao*) se ubicó en el cuarto lugar con el 2% del total exportado con poco más de 860.000 dólares. La partida 1801 (*cacao en grano*) no registro importaciones en 2015. El detalle gráfico de las exportaciones por partida arancelaria se expone a continuación.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

5.8.2. Partida arancelaria 1803 (Pasta de cacao)

La pasta de cacao representó 4% del valor de las importaciones de cacao en Costa Rica durante el 2015 con un monto transado con 1.1470.280 dólares. El comportamiento de las exportaciones en esta partida arancelaria presentó un drástico decrecimiento después del año 2012 debido a que el valor exportado pasó de 3.560. 000 dólares a 1.470.280 en 2015, esta disminución porcentualmente fue del 58 %. Las expectativas para el 2016 no son las mejores debido a que según los datos preliminares de PROCOMER las exportaciones de pasta de cacao son de apenas son de 635.500 dólares, muy por debajo del valor del año anterior.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

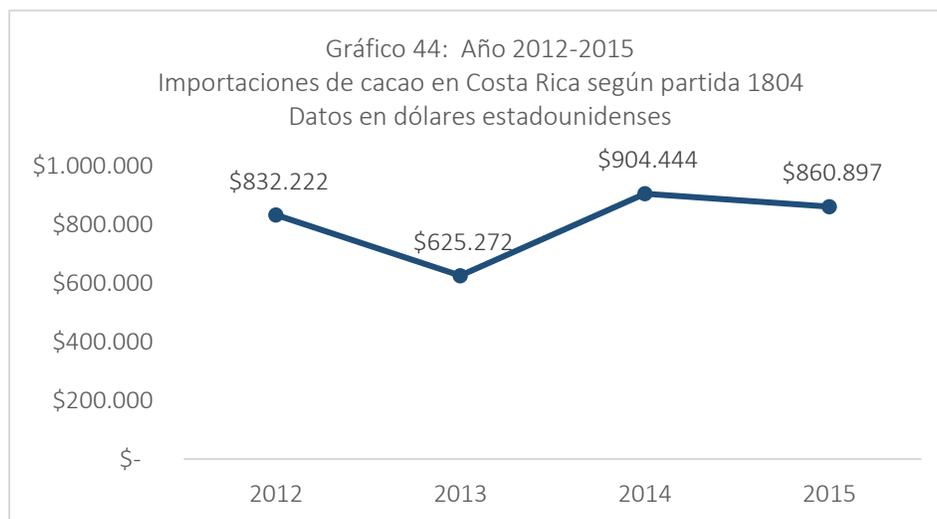
Las importaciones de pasta de cacao se realizaron desde seis países únicamente: Perú, Colombia, España, Brasil, Costa de Marfil y Estados Unidos. El comportamiento de importaciones por país fue el siguiente:

- El 51% se importó de Perú (USD 752.826)
- El 29% de Colombia (USD 432.682).
- El 10% de España (USD 141.914
- El 5% de Brasil (USD 74.168).
- El 3% de Costa de Marfil (USD 42.093)
- El restante 2% de Estados Unidos (USD 26.517).

5.8.3. Partida arancelaria 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao)

El valor importado en esta partida tuvo una participación del 2% del total de las importaciones realizadas por Costa Rica en cacao durante el 2015 con un monto de 860.000 dólares. Al igual que en la partida anterior hubo importación de pocos países, tres para ser específicos: Perú, Brasil y Colombia. El 50 % del monto fue comprado a Perú ventas transadas por \$438,207, Brasil con el 34% para \$295.780 y el tercer lugar fue para Colombia con \$126.394 para una participación del 15%.

Las importaciones en esta partida arancelaria muestran una tendencia al alza en los últimos años. En el 2012 el valor importado fue de 832.222 dólares en tanto que para 2015 ese mismo rubro se ubicó en 860.000 dólares, una disminución del 3%. En el gráfico siguiente se puede observar como en los años 2013 y 2014 hubo un fuerte repunte en las importaciones pero bajaron entre 2014 y 2015.

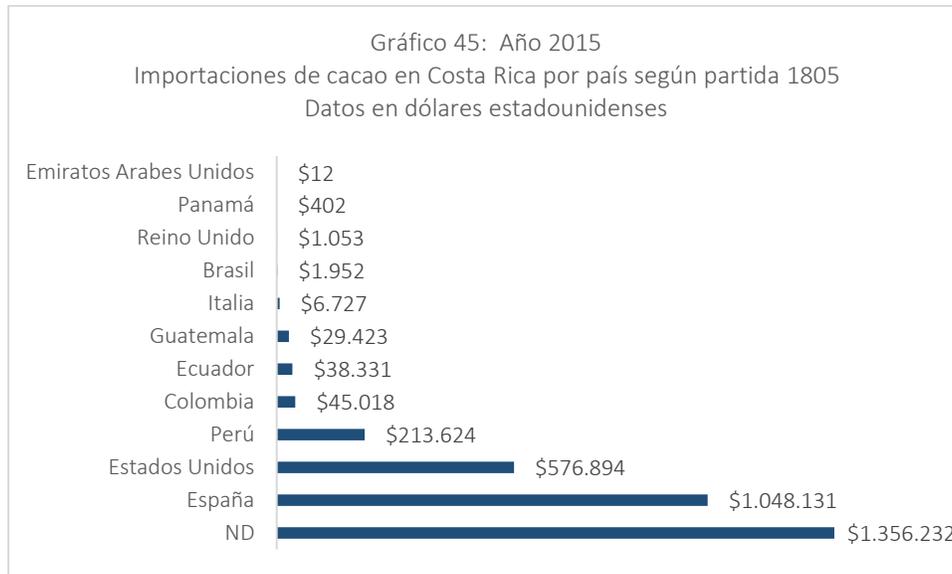


Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

De acuerdo a los datos preliminares de PROCOMER para 2016 el valor estimado de las importaciones de manteca de cacao y grasa de cacao será mejor en relación con el año 2015, lo anterior indica que menos empresas requirieron de salir a buscar su materia prima al exterior.

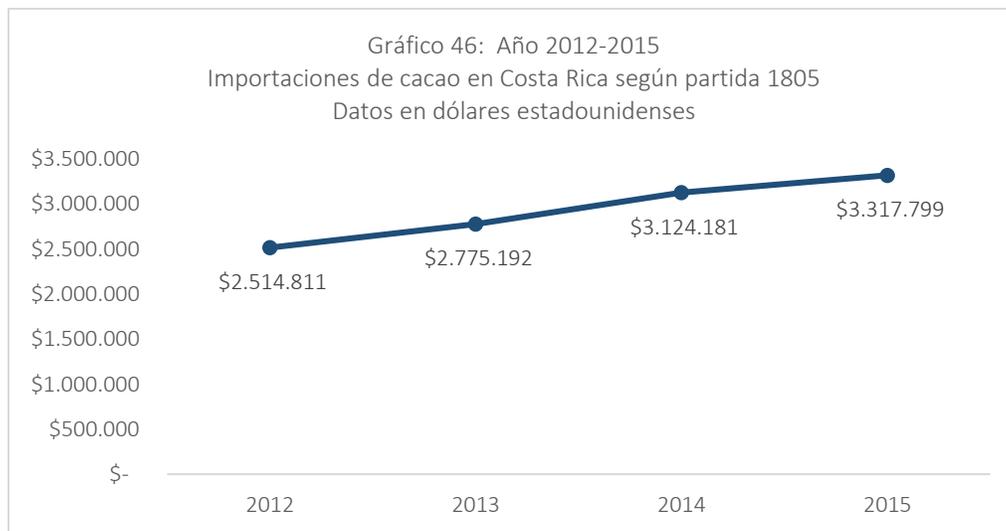
5.8.4. Partida arancelaria 1805 (Cacao en polvo sin azúcar)

El cacao en polvo tuvo una participación de 9% del total importado en el año 2015 con cerca de 3.317.799 dólares, provenientes de once países diferentes. Del monto indicado el 41% no se conoció el país de origen, el 32% se importó de España, el 17% de Estados Unidos y el 6% de Perú. El detalle del monto por país se presenta en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Otro elemento a destacar en esta partida arancelaria es que las importaciones de cacao en polvo sin azúcar han mostrado un crecimiento desde el 2012 debido a que ese año el valor exportado fue de 2.514.811 dólares y en 2015 cerró en 3.317.799 dólares para un aumento del 31%. En el gráfico que se muestra a continuación se observa que el crecimiento señalado ha sido constante en todos los años a una tasa de crecimiento promedio anual de 10%.



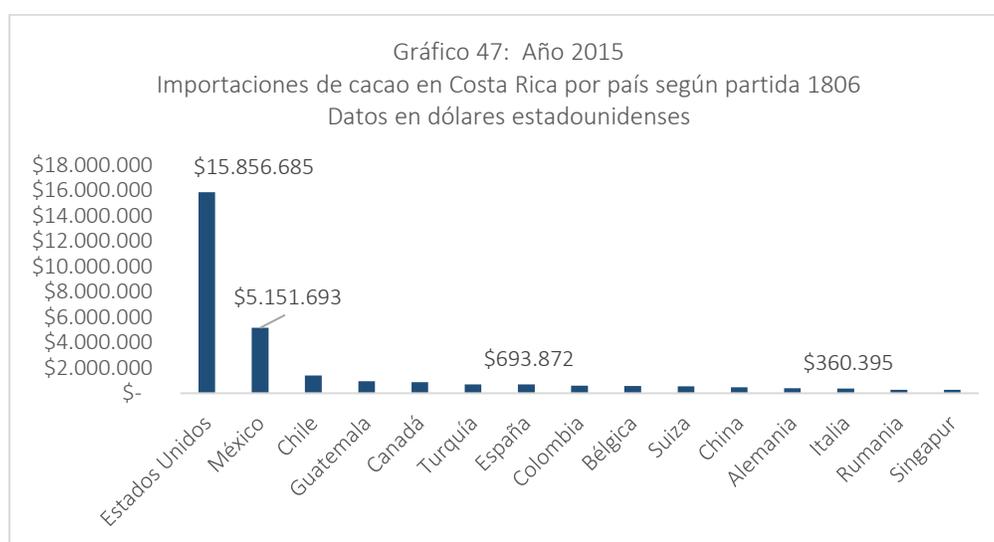
Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

De acuerdo con los datos preliminares de PROCOMER para el 2016 se estima un menor valor de importación en esta partida debido a que a setiembre se contabilizó un valor cercano a los 2 millones de dólares.

5.6.5. Partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao).

Al igual que en el caso de las exportaciones, la presente partida arancelaria representó el mayor peso en el valor importado una participación del 85% con 30.583.198 dólares con 40 orígenes diferentes.

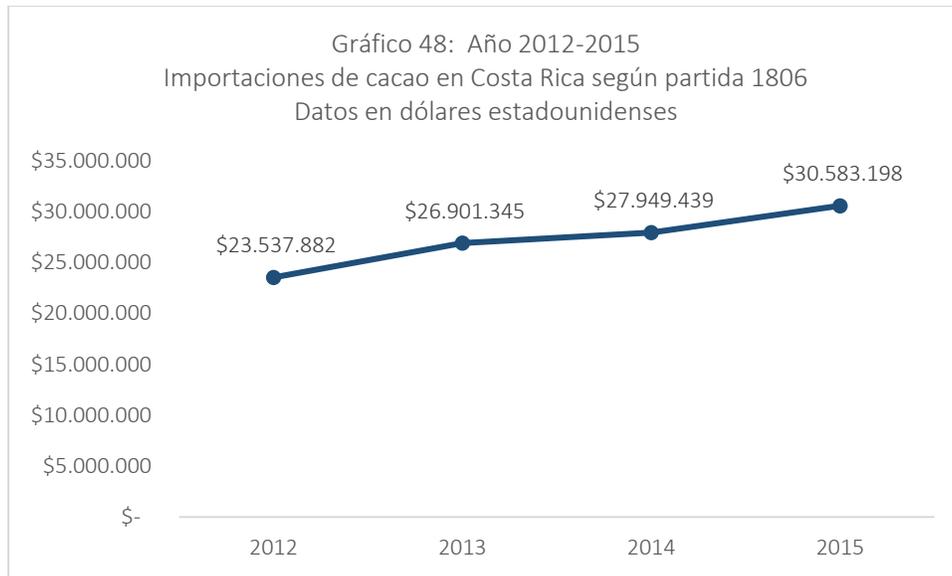
Quince países concentraron el 95% del monto importado en la partida arancelaria con un monto de 29.180.428 dólares. En esa línea, Estados Unidos fue el principal origen de las importaciones con una participación del 52%, le siguió México con el 17%, Chile con el 5%, Guatemala con el 3% al igual que Canadá. Norteamérica se constituye en la región más importante para las importaciones en esta partida 1806. El monto de los primeros quince países se detallan a continuación:



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

En Costa Rica las importaciones vinculadas a la partida 1806 han mostrado un crecimiento ininterrumpido desde el año 2012. En ese año se importó más de 23 millones de dólares, en 2013 casi 27 millones, 2014 cercano a los 28 millones y los señalados 30 millones en 2015. Estos datos dan como resultado una tasa de crecimiento promedio del 9% en esos cuatro años.

Con base en los datos preliminares para el 2016 el monto importado es de 14 millones de dólares, se estima que valor se ubicará cercano al del año 2015. El detalle de las importaciones de cacao de Costa Rica se puede consultar en el Anexo I, donde se generó con base en los datos estadísticos de PROCOMER una tabla dinámica que permite hacer análisis entre años (2012-2016), partidas arancelarias, regiones y países de destino.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

5.9. Costa Rica: Exportaciones – Importaciones

Con los datos expuestos sobre los montos exportados e importados de Costa Rica en partidas arancelarias ligadas al cacao y sus subproductos el equipo consultor realizó un análisis sobre el comportamiento acumulado de estas dos variables entre el 2012 y el 2015. El resultado obtenido fue el siguiente:

En todos los años las importaciones en cacao superan las exportaciones. En el gráfico 49 se puede observar como la brecha entre exportaciones e importaciones (banda color rojo) aumentó de forma sostenida, en el 2012 la diferencia era cerca de 21 millones de dólares y para el 2015 fue de 25 millones de dólares, un crecimiento del 25% en cuatro años. Esta situación se explica debido a que la tasa de crecimiento promedio de las exportaciones fue del 5% en tanto que la tasa de crecimiento promedio de las importaciones fue del 6.25%.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

La información presentada es interesante, sin embargo, no permite identificar donde se están generando las mayores desviaciones entre importaciones - exportaciones. Para tratar de encontrar esta respuesta se procedió a analizar cada partida arancelaria de cacao, el resultado se presenta seguidamente.

5.9.1. Partida arancelaria 1801(Cacao seco/grano)

Costa Rica es un exportador de cacao seco o en grano. Eso se demuestra en el gráfico 50, donde del 2012 al 2015 las exportaciones fueron superiores a las importaciones, las cuales dicho sea de paso han sido prácticamente nulas a excepción del 2012 donde se importaron más de 150.000 dólares.



5.9.2. Partida arancelaria 1803 (Pasta de cacao)

En el caso de la pasta de cacao ya se empiezan a notar las primeras diferencias significativas entre importaciones y exportaciones. En todos los años evaluados Costa Rica importó más de lo que exportó, esto puede obedecer a varios factores:

- Primero: Que la pasta de cacao no es la calidad requerida por las industrias agroalimentarias nacionales por lo que prefieren mandar a traerla de otros países.
- Segundo: Que el precio de compra de la pasta a nivel nacional no sea competitivo para las industrias costarricenses.
- Tercero: Que dado la calidad de la pasta de cacao de Costa Rica se exporte en prácticamente la totalidad por lo que las empresas deben buscar a salir a comprar esa materia prima en otros países.
- Cuarto: El producto exportado posee características diferentes al producto importado, es decir no son iguales ni comparables.

El detalle del comportamiento histórico señala que la brecha entre las importaciones y exportaciones de pasta de cacao ha ido disminuyendo en los últimos años, para el 2012 era de más de 2.9 millones de dólares y para el último año registrado (2015) fue de menos de 1.4 millones de dólares.

La curva de comportamiento histórico 2012- 2015 se presenta en el gráfico número 51.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

5.9.3. Partida arancelaria 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao)

De la misma forma que en la partida arancelaria 1803 existe una brecha muy marcada entre exportaciones e importaciones, elemento que incide directamente en la balanza comercial de esta partida. Las razones por las cuales sucede esta situación pueden ser muy similares a las señaladas antes donde por temas de calidad de producto, precio, oferta limitada, disponibilidad ó logística se limita el acceso entre la oferta de cacao existente en el país y la demanda de producto por diferentes agroindustrias del país.

En el gráfico siguiente se evidencia como la brecha aumenta año con año, es decir, existen una gran demanda de producto aspecto que debe ser tomado en consideración por los tomadores de decisión para generar las estrategias y espacios de permitan atacar estos nichos de mercado.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

5.9.4. Partida arancelaria 1805 (Cacao en polvo sin azúcar)

El patrón observado en las partidas anteriores continúa; existen una brecha amplia entre el monto de las importaciones de cacao en polvo seco y las exportaciones de ese producto. Tan solo en el 2015 la diferencia fue de 2.8 millones de dólares. En el gráfico 53 observa como las importaciones tienen una tendencia al alza de manera sostenida en los últimos cuatro años, por su parte las exportaciones muestran un comportamiento más irregular.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Existe un nicho de mercado que puede ser aprovechado por los diferentes actores cacaoteros de Costa Rica para acceder a esa cuota de mercado que está siendo importada en este momento por las grandes empresas agroindustriales del país.

5.9.5. Partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao).

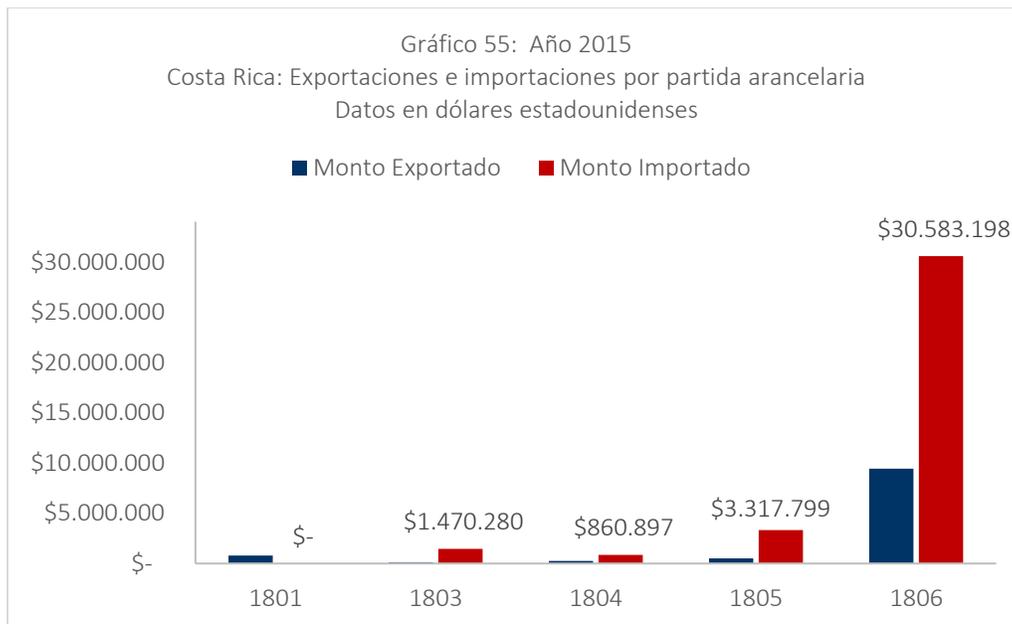
Es la partida arancelaria que presenta el mayor monto exportado e importado vinculado al cacao. La brecha existente entre ventas y compras al exterior es muy alta, solo para el año 2015 fue de casi 20 millones de dólares y la tendencia es que continúe aumentando. El comportamiento observado tanto de las exportaciones e importaciones es al alza, elemento que se destaca como una necesidad de mercado a nivel global (Ver gráfico 54).

El grado de análisis que se puede realizar en esta partida no es tan amplio debido a que está incluye chocolate y otros alimentos que contienen cacao por lo cual entran una gran variedad de productos como chocolates en barra puros, cacao con leche, cacao en polvo con azúcar, entre otros productos.



Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

Finalmente, a modo de resumen se presenta el comparativo entre las exportaciones e importaciones en el año 2015 según partida arancelaria vinculada a cacao.

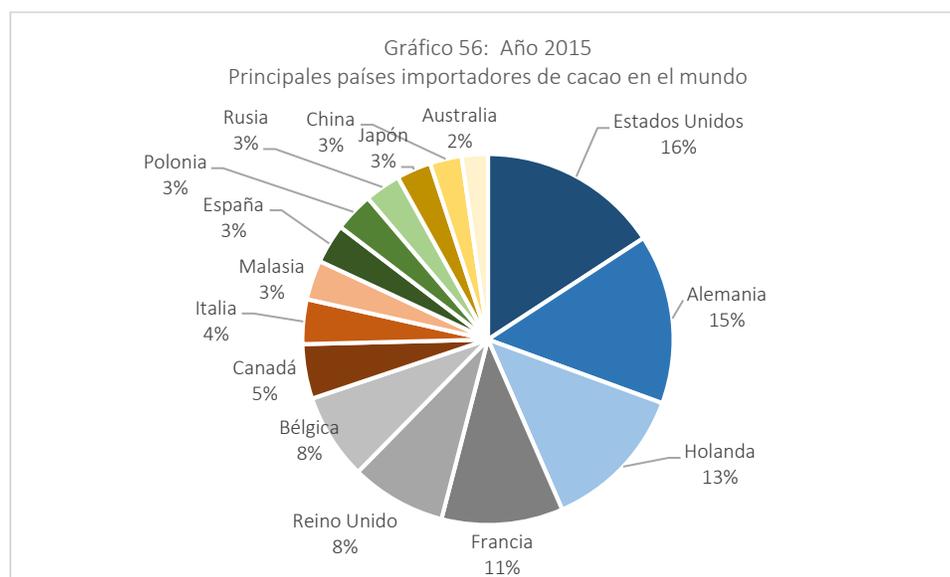


Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER

5.10. Consumo mundial de cacao

Como fue señalado anteriormente en este documento el total transado en importaciones para el 2015 fue de 46.100 millones en cacao, de los cuales el 56% fue comercializado en la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao), el 20% en la partida arancelaria 1801 (cacao en grano), el 12% en la partida arancelaria 1804 (manteca, grasa y aceite de cacao), 7% en la partida arancelaria 1803 (pasta de cacao), el 5% en la partida 1805 (cacao en polvo), y finalmente el 1% fue comercializado en la partida arancelaria 1802.

El principal país importador fue Estados Unidos seguido con el 16% del monto total, seguido por Alemania 15%, Holanda 13%, Francia 11%, Reino Unido 8%, Bélgica 8%. En el caso de los países asiáticos Malasia, Japón y China tuvieron una participación del 3% cada uno en el monto importado total en 2015. La distribución por país se observa en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia con datos de TRADEMAP

A esta altura del documento se ha identificado los principales importadores en monto económico pero no así los que más consumen en cuanto a toneladas métricas se refiere, para ello se exponen a continuación un análisis más profundo con respecto a variables de consumo

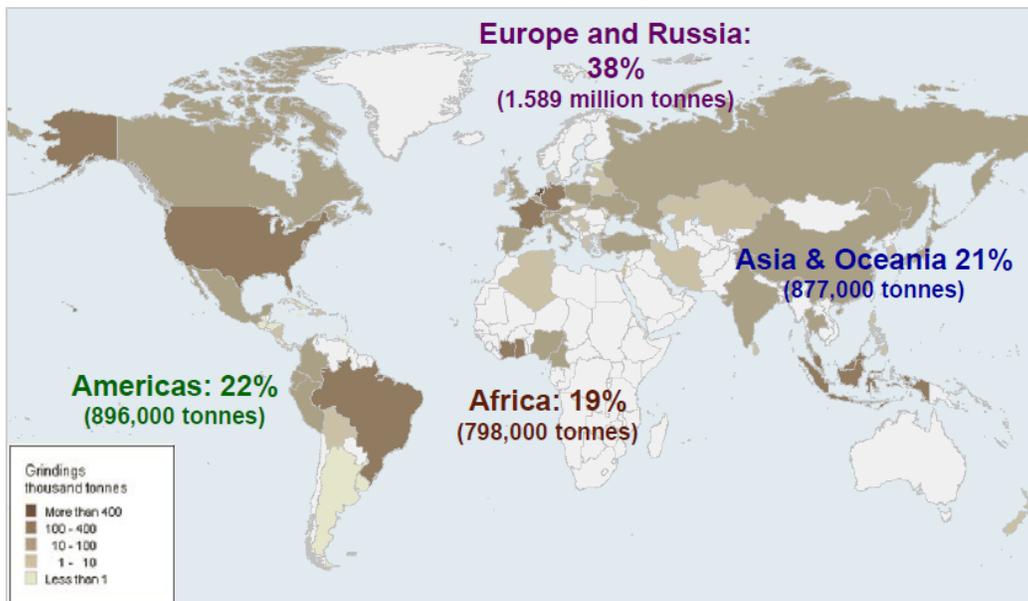
5.10.1. Molienda de cacao en el mundo (Consumo en toneladas)

Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO) para el año 2015/2016 (Año cacaotero oct- set) hubo una molienda de 4.160.000 toneladas métricas. La región con mayor molienda fue Europa con 1.589.000 toneladas (38%), América 896.000 toneladas (22%), Asia y Oceanía con 877.000 toneladas (21%) África con 798.000 toneladas (19%).

En la figura 8 se muestra distribución por región donde el color café oscuro indica que el país tuvo molienda por más 400.000 toneladas de cacao seco, el café claro se refiere a moliendas entre las 100.000 y 400.000 toneladas. Entre más claro el color menor cantidad de molienda por país.

En esa línea, se observa como países como Estados Unidos, Canadá y Brasil presentan importantes toneladas en moliendas, al igual que Costa Marfil y países de Europa Central como Alemania, Holanda y Francia. En el caso de los países asiáticos Japón, China y Malasia se destacan con colores más oscuros en el mapa (mayor molienda).

Figura 8: Años 2015/2016
Molienda de cacao por región



Fuente: ICCO

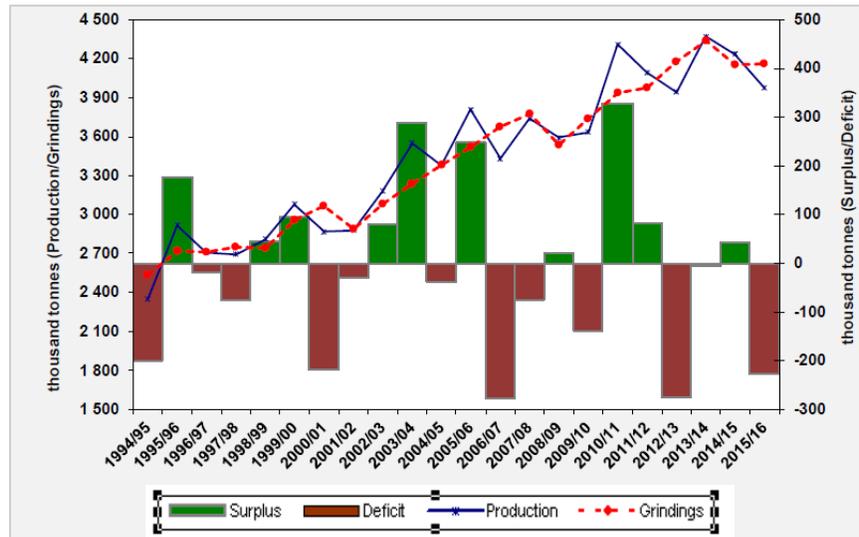
5.10.2. Superávit y déficit en la producción

De acuerdo con la información presentada por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) en setiembre del 2016 la producción de cacao no fue suficiente para cubrir las necesidades de molienda de cacao. Según los últimos datos de la cosecha 2015/16 existió un faltante de producción de aproximadamente 215.000 toneladas (5% de la producción mundial).

En el gráfico 57 se puede observar como la demanda de molienda de cacao (línea roja) cada vez se ajusta más a la producción neta de cacao (línea azul), para el año 2014/15 prácticamente fueron iguales, con una leve mayoría para la producción. En dicho gráfico se observa también como el déficit de cacao se viene presentando desde el 1994/95 (caja color rojo), el mayor faltante de producto hasta la fecha fue en el año 2012/13 con cerca de 300.000 toneladas.

Este comportamiento evidencia la reactivación del consumo de cacao en el mundo, donde los stocks son cada vez menores debido a necesidades de transformación de materia prima en el corto plazo.

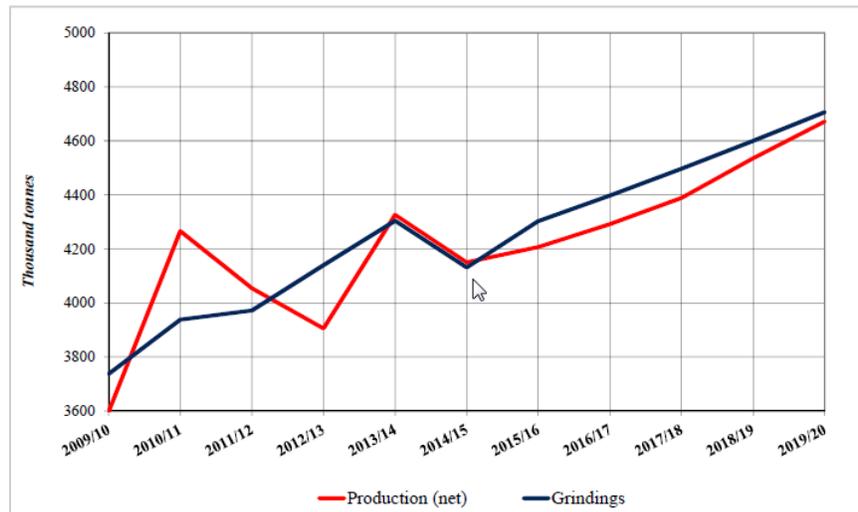
Gráfico 57: Años 2006/07 – 2015/16
Comportamiento de producción neta cacao vrs molienda de cacao
Datos en miles de toneladas



Fuente: ICCO

Según estimaciones realizadas por el ICCO en los años futuros se mantendrá el déficit de producción para hacer frente a las necesidades de molienda de cacao. Para el año 2020 se estima que el faltante sea menor debido a la implementación de programas de mejora de calidad y productividad en diferentes países productores de cacao en el mundo.

Gráfico 58: Años 2009/10 – 2019/20
Comportamiento de producción neta cacao vrs molienda de cacao
Datos en miles de toneladas



Fuente: ICCO

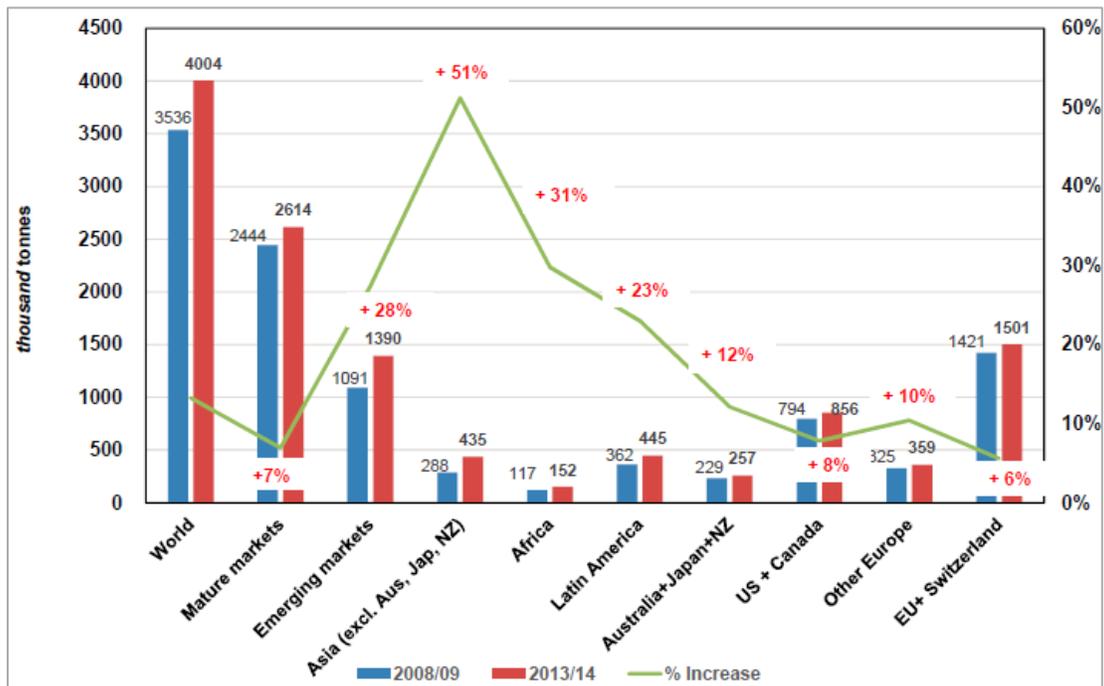
5.10.3. Consumo aparente de cacao por región

El consumo de cacao aumentó en un 13% entre los años 2008/09 y 2013/14, así se desprende del análisis presentado por la ICCO en octubre de 2015, donde el mundo pasó de consumir 3.546.000 toneladas métricas a 4.004.000 toneladas.

Bajo ese mismo contexto, los mercados maduros presentaron un menor crecimiento (7%) en relación a los mercados emergentes (28%). Los países asiáticos presentaron el mayor crecimiento con el 51%, seguido de África (31%), América Latina (23%). Países Europeos más Suiza crecieron un 6% en los años señalados, en tanto, el bloque de otros países europeos creció un 10%.

Los mercados maduros consumieron en 2013/14 una cifra cercana a las 2.614.000 toneladas (65% del total) y los mercados emergentes 1.390.000 toneladas (35%). En esa línea, la participación de los mercados emergentes pasó del 30% en 2008/09 al señalado 35% en el año cacaotero 2013/14. En el gráfico siguiente se presenta el comportamiento por cada mercado y en el mundo.

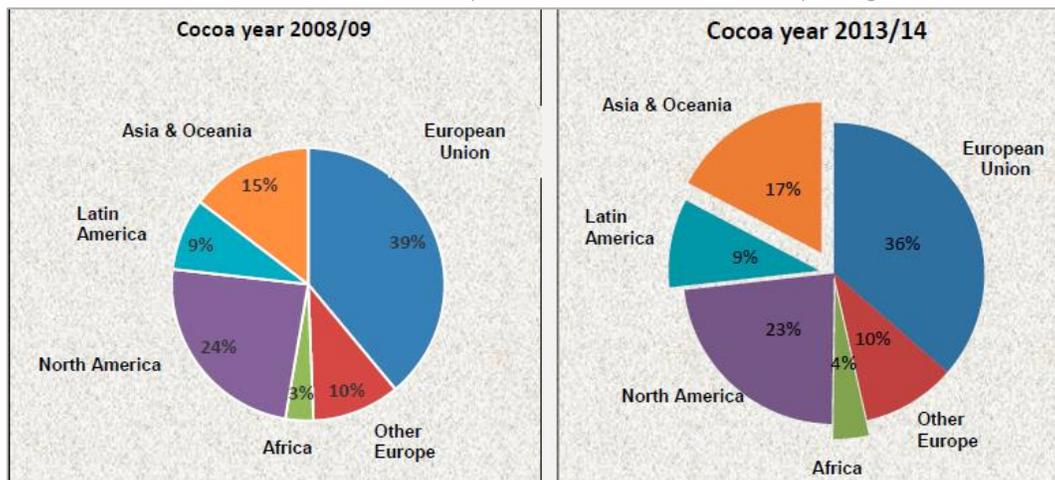
Gráfico 59: Años 2008/09 – 2013/14
Crecimiento en el consumo de cacao en el mundo
Datos en miles de toneladas



Fuente: ICCO

Si se toma en consideración la participación del consumo aparente de cacao por región se destaca que el mercado Asiático + Oceanía pasó del 15% en el 2008/09 al 17% en el año 2013/14, la Unión Europea bajó el porcentaje de participación del 39% al 36%, cediendo el peso porcentual debido al aumento de los mercados Asiático + Oceanía. El detalle por región se presenta en el gráfico siguiente.

Gráfico 60: Años 2008/09 – 2013/14
Crecimiento en el consumo aparente de cacao en el mundo por región



Fuente: ICCO

5.10.4. Consumo de cacao en Costa Rica

De acuerdo con la información estadística disponible en FAOSTAT se tiene el registro del consumo de cacao seco en Costa Rica, el cual se ubicó en 2014 en 675 toneladas. El comportamiento de esta variable ha mostrado una tendencia al alza a excepción del año 2014 donde se presentó sensible, ubicándose en las 558 toneladas. El detalle se puede observar en el gráfico 61.

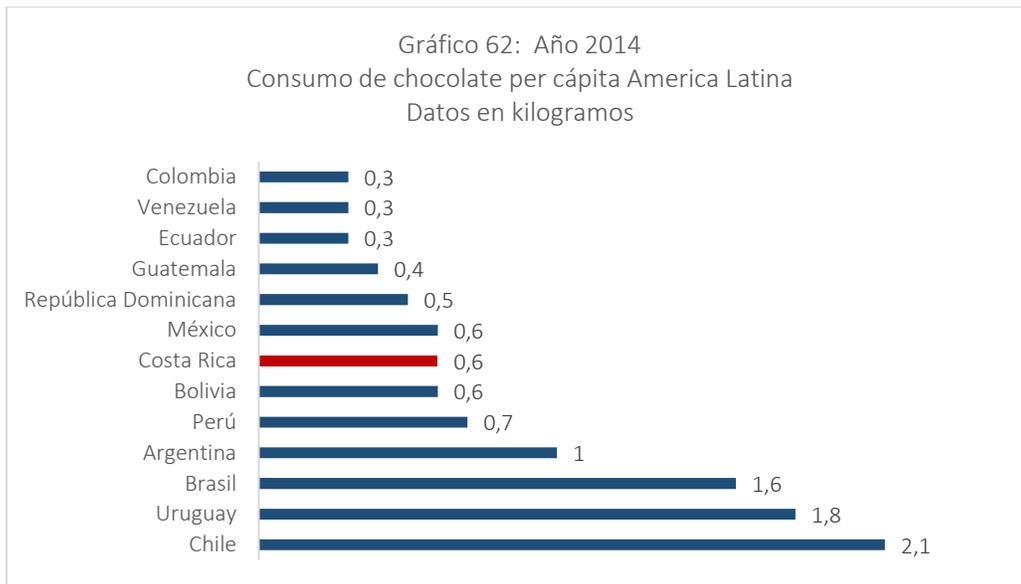


Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT

En lo que respecta a la demanda de chocolate en Costa Rica el país consumió 0.6 kilogramos por persona en 2014 según la cifras dadas a conocer por Euromonitor International.

Esta cifra ubicó a Costa Rica en el sexto lugar entre los mayores consumidores de chocolate en América Latina (empate con Bolivia y México), superado solo por Chile (2.1 kg/persona), Uruguay (1.8), Brasil (1.6), Argentina (1) y Perú (0.7). Entre los países centroamericanos Costa Rica se ubicó como el principal consumidor de chocolate, le siguió Guatemala con 0.4 kilogramos per cápita.

El detalle del consumo per cápita de chocolate se presenta en el gráfico siguiente.



Fuente: Elaboración propia con datos de Euromonitor

5.11. Tendencias de consumo y usos del cacao

La tendencia del consumo mundial de cacao es alza. Tal y como se ha presentado a esta altura del documento los países de Europa Central, Asia y Norteamérica continúan aumentando sus importaciones año tras año. Asimismo, la producción mundial no está creciendo al ritmo de la demanda, los principales países productores de cacao en el mundo como Costa de Marfil y Ghana están viendo afectada sus cosechas debido al efecto del cambio climático y a pocos programas de mejoramiento de tejidos con clones más productivos y más resistentes a plagas y enfermedades.

Sumado a lo anterior, la confitería de chocolate y los derivados del cacao presentan una tendencia al alza en los países consumidores gracias a factores de en pro de la nutrición sana, beneficios en la lucha contra enfermedades, así como la sensibilización de los consumidores sobre los beneficios de comer chocolates y productos que desde sus orígenes se han considerado como puros.

Además, también se manifiesta demanda por cacao sostenible, a través de certificación como UTZ, Orgánico, Comercio Justo y Rainforest Alliance. Seguidamente, se realiza el análisis con bases en las tendencias señaladas.

5.11.1. Tendencias en cacao certificado

Según el estudio elaborado por la Dirección de Inteligencia comercial de PROCOMER en agosto del 2016 sobre “Oportunidades Comerciales para la Exportación de Cacao” se identificaron tres certificaciones claves y con fuerte tendencia al alza en cacao: Utz, Comercio Justo y Orgánico.

5.11.1.1. Certificación UTZ

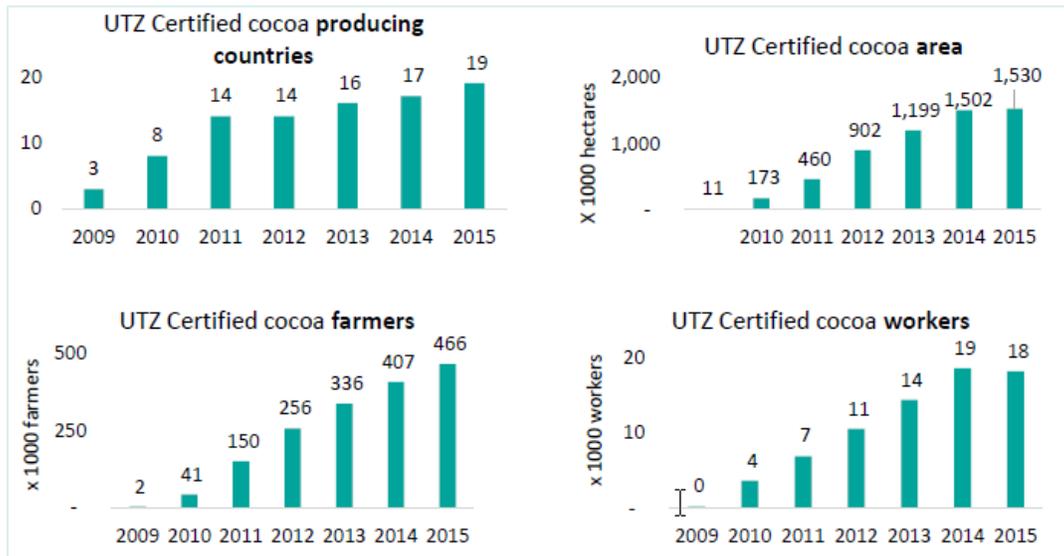
La certificación UTZ lidera las hectáreas de cacao bajo algún sello sostenible en el mundo, según el portal de dicha entidad la certificación se define como “Un programa global que establece los estándares para la producción agrícola responsable y su suministro. Brinda la seguridad de una producción de cacao con la calidad social y ambiental que las marcas y los consumidores esperan”.

De acuerdo al reporte anual UTZ en el año 2015 se certificaron 1.530.000 hectáreas bajo este sello (15% total cacao) en más de 19 países con más de 466.000 productores inmersos en la producción de cacao (9% mundo). El crecimiento de plantaciones de cacao bajo certificación UTZ ha sido exponencial, en tan solo 5 años aumento en el área certificada de un 784%, en el 2010 había 173.000 hectáreas y en 2015 las señaladas 1.530.000.

De igual forma, los países con certificación UTZ pasaron de 8 en 2010 a 19 en 2015. Los productores aumentaron en 425.000 en ese mismo lapso, para un crecimiento del 1.036 %. El detalle de la información se presenta en el compendio de gráficos siguientes:

Gráfico 63: Años 2009-2015

Crecimiento de la certificación UTZ por área, país, productores y trabajadores

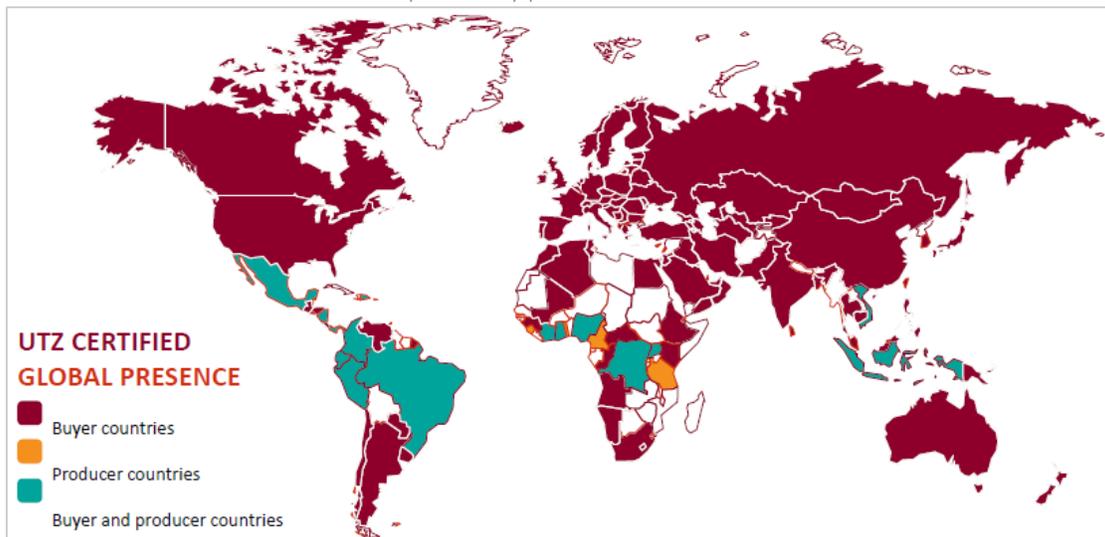


Fuente: Reporte estadísticas de cacao UTZ 2015

El potencial de ventas de cacao certificado UTZ es alto, en el 2015 hubo un total de 134 países que compraron este producto bajo dicha certificación. En la figura 14 se observa en color rojo los países compradores de cacao UTZ, en color amarillo solo los países productores y en azul los países con producción y compras de cacao.

Figura .14. Año 2015

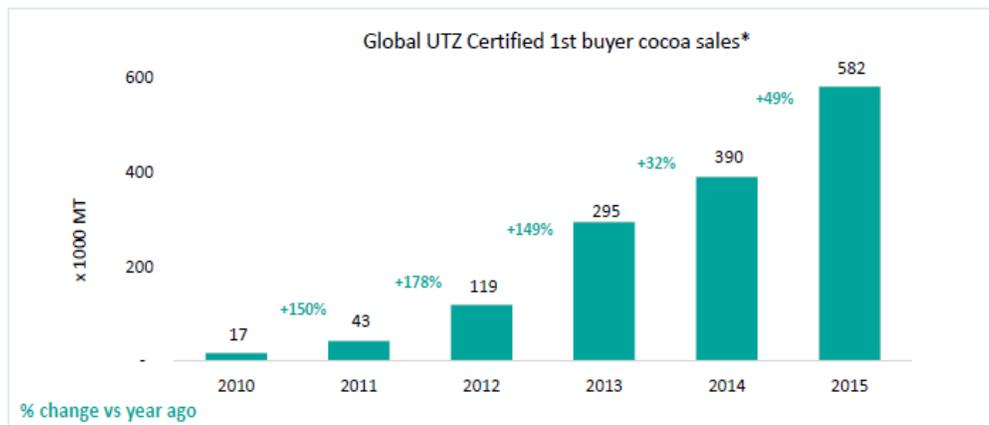
Distribución de compradores y productores de cacao certificado UTZ



Fuente: Reporte estadísticas de cacao UTZ 2015

En el 2015 las ventas de cacao certificado UTZ se estimaron en 582.000 toneladas, cifra que representó un aumento del 49% con respecto al año 2014 donde se vendieron 390.0000 toneladas bajo este sello. En tan solo cinco años las ventas de cacao UTZ pasaron de 17.000 toneladas en 2010 a 582.000 en 2015.

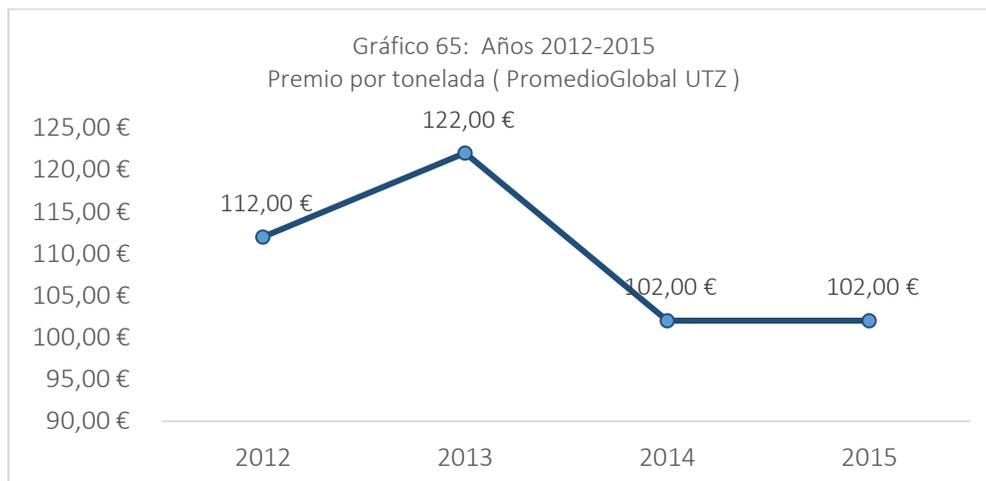
Gráfico 64: Años 2010-2015
Ventas de cacao certificado UTZ
Datos en toneladas métricas



Fuente: Reporte estadísticas de cacao UTZ 2015

Costa de Marfil fue el principal país productor de cacao UTZ en 2015 con 374.000 toneladas, seguido por Ghana con 63.000, Indonesia 29.000, Perú con 28.000, Ecuador 27.000, Nigeria 25.000, República Dominicana 12.000 y otros países con 23.0000 toneladas. El promedio del premio UTZ por tonelada de cacao seco fue de 102 euros y se ha mantenido así desde el año 2014. El premio en promedio ha tenido una baja de 10 euros desde 2012 donde se ubicó en los 112 euros por tonelada. Actualmente, más del 50% del premio es pagado directamente al productor.

Gráfico 65: Años 2012-2015
Premio por tonelada (PromedioGlobal UTZ)



Fuente: Elaboración propia con datos del reporte estadísticas de cacao UTZ 2015

Según los datos suministrados por UTZ en su último informe anual, la tendencia es que la demanda por la certificación aumente en los próximos años. Se estima que para el 2020 el 100% de las grandes compañías compren cacao bajo alguna certificación de sostenibilidad. Asimismo, los países de Europa Occidental muestran interés por aumentar sus compras bajo certificación UTZ.

5.11.1.2. Certificación Comercio Justo

Es una de las más importantes en cacao. En el reporte Fairtrade para cacao del año 2014 se indica que el mundo contaba con 434.300 hectáreas certificadas para un crecimiento del 2% con respecto a 2013, 179.800 productores (2% + 2013) y una producción certificada de cacao de 218.800 toneladas métricas (20% + 2012/13). Del total de producción Fair Trade el 20% también estaban certificadas orgánicas para un valor de 43.500 toneladas. El premio Fair Trade recibido por los productores en 2014 fue de 10.759.400 euros, un promedio de 59.81 euros por productor.

El número de organizaciones con certificación Fair Trade en el mundo ha aumentado considerablemente pasando de 30 en 2008 a 129 en 2014, un crecimiento del 330%. En el gráfico 68 se puede el crecimiento por año. De las 129 organizaciones certificadas en 2014 América Latina y el Caribe registró 58 organizaciones (44%), África con 62 empresas (50%) y Asia con 9 empresas (6%).



Fuente: Elaboración propia con datos del reporte estadísticas de cacao Fair Trade 2014

Del total del productores registrados en 2014 (179.800) el 20% se ubicó en América Latina y El Caribe (36.400), el 78% en África (140.000) y el restante 2% en Asia (3.500). Para ese mismo año, el promedio mundial de hectáreas certificadas Fair Trade fue del 2.6, en América Latina y El Caribe el promedio fue de 3.2 Ha/ productor, en África fue de 2.4 ha/productor, y en Asia 1 Ha/productor.

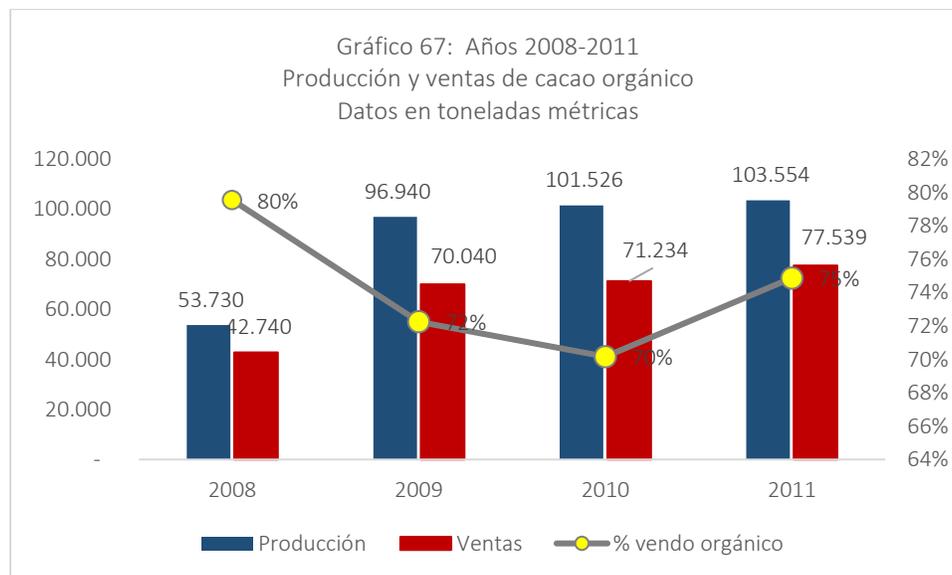
El principal país productor de cacao certificado Fair Trade en 2014 fue Costa de Marfil con más de 106.200 toneladas métricas, el segundo lugar lo ocupó Ghana con 54.800 toneladas, el tercero Perú con 27.600 toneladas , seguido de República Dominicana por 20.900 toneladas y el quinto lugar fue 3.700 toneladas. Estos países acumularon un total de 213.000 toneladas certificadas.

Con respecto al cacao orgánico Fair Trade Perú fue el principal país productor con 22.700 toneladas, seguido de República Dominicana con 14.400 toneladas y Ecuador con 3.400 toneladas métricas. Los tres países tuvieron una oferta en 2014 de 40.400 toneladas.

5.11.1.3. Certificación Cacao Orgánico

Previamente en este documento se señaló el crecimiento del área orgánica de cacao orgánico en el mundo, la cual alcanzó en 2013 unas 227.000 hectáreas. De igual forma y considerando la información elaborada por el IFOAM-FiBL se tiene que en el 2011 hubo una producción de 103.554 toneladas métricas de cacao orgánico certificado en el mundo, donde, el 70% fue producido por República Dominicana, el 9% por Perú, el 8% por Ecuador, el 3% por México, el 2% por Bolivia, Ghana con el 2%, Brasil con el 2% también y el restante 4% por otros países. La oferta de cacao orgánico se concentra en países de América Latina.

Del total de toneladas métricas certificadas cerca de 78.000 fueron vendidas como orgánicas, es decir, más del 75%. El restante 25% obedece probablemente a que las fincas cuentan con varias certificaciones y comercializan parte de la producción exclusivamente bajo otros sellos sostenibles como Rain Forest Alliance, el cual considera en sus ventas la producción orgánica y convencional como una sola. En el gráfico siguiente se observa la evolución de la producción y la venta de cacao orgánico, el cual actualmente cuenta con gran crecimiento en las ventas y existe una demanda insatisfecha por este producto certificado.



Fuente: Elaboración propia con datos FiBL- IFOAM

Otro elemento a tomar en consideración en el tema orgánico es que Costa Rica tiene una ventana de mercado importante con Europa debido a que existe un Acuerdo de Tercer País con este bloque regional donde se cuenta con una homologación entre el reglamento de producción orgánica de Costa Rica (N° 29782-MAG) y el Reglamento Europeo (N° 834/2007). Es decir, los productos orgánicos certificados bajo el reglamento de producción orgánica de Costa Rica entran directamente al mercado europeo son necesidad de pasar por un proceso de solicitud de importación de producto orgánica, proceso que es muy lento y con gran manejo de información documenta.

Actualmente, la Unión Europea cuenta con Acuerdo de Tercer País con once naciones: Argentina, Australia, Canadá, Costa Rica, India, Israel, Japón, Túnez, Estados Unidos, Suiza y Nueva Zelanda. En América Latina solo Argentina y Costa Rica cuentan con este prestigioso acuerdo, elemento que debe ser aprovechado con la oferta de productos orgánicos de Costa Rica, entre ellos el cacao. Para mayor detalle se anexa la publicación más vigente en el tema de importaciones de países terceros de la Unión Europea (*IMPORTACIONES DE PAÍSES TERCEROS DE PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA*)

5.11.2. Tendencias en ingredientes

Con base en el estudio “Oportunidades Comerciales para la Exportación de Cacao en Costa Rica” elaborado por la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER en agosto de 2016 se definen dos tendencias en cacao:

- ✓ Cacao como materia prima
- ✓ Cacao como producto terminado

5.11.2.1. Cacao como materia prima

Como bien es conocido el cacao es utilizado como ingrediente en una gran cantidad de platillos y postres alrededor del mundo. En este sentido, se identificaron cuatro usos principales del cacao como materia prima:

Manteca de cacao

En uno de los productos más utilizados gracias a la tenencia mundial por el chocolate oscuro con altas concentraciones de cacao. La manteca de cacao se utiliza principalmente en confitería para galletas, helados y chocolates. Según datos de PROCOMER es el segundo ingrediente más utilizado en la industria de galletas en América Latina y el primero en Asia para la elaboración de helados.

Pasta de cacao

Este producto de la industria cacaotera es comúnmente mezclado con otros ingredientes para la creación de chocolates. Actualmente es el subproducto de cacao más comprado por las marcas premium de chocolates de alta calidad.

Al igual que la manteca de cacao la pasta es utilizada en helados, galletas y otros productos lácteos, no obstante, el crecimiento mayor en esta categoría se realiza en las tabletas de chocolate.

Según el reporte de Candy Industry de enero 2016 las principales empresas con manufactura de chocolate en el mundo se ubican en Estados Unidos, Suiza, Italia, Japón, Argentina y Turquía. La principal empresa en 2015 fue Mars Inc (Estados Unidos) con ventas por 18.400 millones de dólares. En el cuadro siguiente se observa el detalle de las primeras 10 empresas manufactureras de chocolate en el mundo.

Cuadro No.1. Año 2015
Principales empresas con manufactura en chocolate

País	Empresa	Ventas netas en 2015 (Millones de dólares)
USA	Mars Inc	\$ 18,400.00
USA	Mondelēz International	\$ 16,691.00
SUIZA	Nestlé SA	\$ 11,041.00
Italia	Ferrero Group	\$ 9,757.00
Japón	Meiji Co Ltd	\$ 8,461.00
USA	Hershey Co	\$ 7,422.00
SUIZA	Chocoladenfabriken Lindt & Sprüngli AG	\$ 4,171.00
Argentina	Arcor	\$ 3,000.00
Japón	Ezaki Glico Co Ltd	\$ 2,611.00
Turquía	Yildiz Holding	\$ 2,144.00

Fuente: Elaboración propia con datos de Candy Industry Report (Enero 2016)

Cacao en polvo

Es utilizado como base para panadería (43%) y bebidas calientes (21%). Su uso no es tan importante en el segmento de confitería como si lo es la manteca y la pasta de cacao. Según estimaciones los países con mayor expectativa de crecimiento en consumo son Egipto, Nigeria e India.

Las categorías con expectativas de mayor crecimiento en esta categoría son: pasteles, galletas, bebidas en polvo saborizadas, lácteos, queques y helados.

Chocolate orgánico

Como fue indicado anteriormente el cacao orgánico presenta un crecimiento de la demanda. Este es utilizado como materia prima. El mercado líder en chocolate orgánico es Alemania (43%), seguido de Estados Unidos, y Reino Unido. Tan solo en el año 2013 las ventas de chocolate orgánico alcanzaron los 772 millones de dólares.

Entre los usos del chocolate orgánico en la industria global se citan: confiterías, panadería, alimentos funcionales, bebidas saludables, uso de cocina en casa y otros (productos farmacéuticos, ungüentos y artículos de tocador).

Según estimaciones realizadas por Future Market Insights (FMI) se espera que el mercado del cacao orgánico sea impulsado en gran medida por la conciencia de la salud entre los consumidores. Existe una gran oportunidad en América del Norte y Europa Occidental y Japón. Asia Pacífico excluyendo Japón es un mercado sin explotar que es también un mercado potencial para el cacao orgánico. Esto se atribuye a la creciente inclinación de los consumidores hacia los productos orgánicos, la rápida urbanización, el fortalecimiento de la cadena de suministro para el cacao orgánico y el aumento de la conciencia de salud entre los consumidores

5.11.2.2. Cacao como producto terminado

En este segmento se presentan tendencias vinculadas a la diversificación en los ingredientes y complementos utilizados en la elaboración de chocolates, entre las cuales se pueden destacar:

Chocolate con cítricos: Los diferentes fabricantes están aumentando el uso de los cítricos en los chocolates. Según datos suministrados por PROCOMER las ventas de chocolates a nivel mundial con sabor a limón se duplicaron en el 2014 con relación al año anterior. Entre los productos que se pueden obtener en esta categoría se destacan chocolates con limón y yogurt, pimienta y aceite de limón.

Postres en chocolate: Históricamente el chocolate ha sido un ingrediente de gran importancia en los postres. En esa línea, las nuevas tendencias han provocado que ahora los postres contengan chocolate con otros elementos como por ejemplo crepas.

Verduras en chocolate: Se refiere a aquellos chocolates que contiene verduras, es una tendencia en Asia, especialmente en China. Entre los productos de este género se destacan papas tostadas cubiertas con chocolate, camote con chocolate, así como vegetales asiáticos aderezados con chocolate.

Frutas tropicales y exóticas: De igual forma que las verduras, existe una tendencia en la elaboración de productos a base de frutas tropicales y exóticas con coberturas de chocolate. Ejemplos de estos productos son chocolate relleno de piña y chocolate con melocotón. El consumo por estos productos se ha incrementado fuertemente en países asiáticos y europeos.

Cereales con chocolate: Los cereales tradicionales han expandido su oferta de productos y ahora existe una tendencia hacia la elaboración de estos con chocolate como ingrediente. Algunos ejemplos de estos productos son la barra de chocolate con quinua y ajonjolí, chocolate con granola.

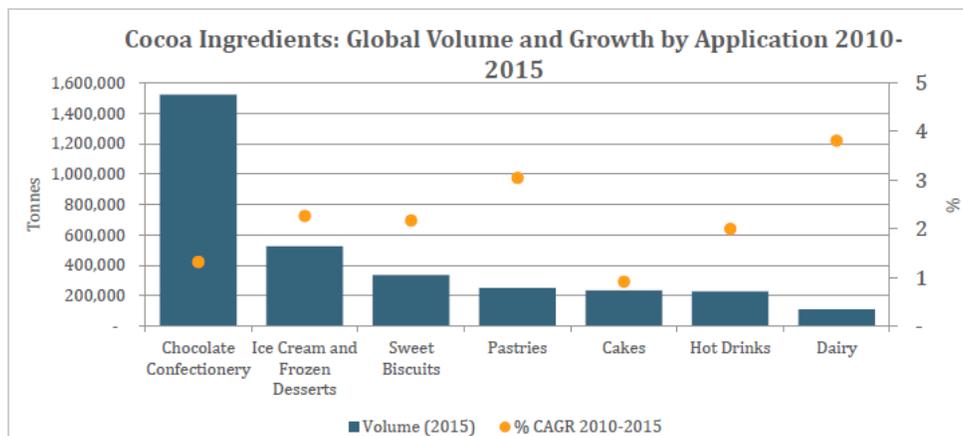
Los productos a base de cereal han aumentado sustancialmente su uso debido a los nuevos hábitos de los consumidores, especialmente aquellos vinculados con el cuidado de la salud o como complementos nutricionales.

Otras mezclas con chocolate: Además de los productos señalados existen otra tendencia sobre la búsqueda de nuevos productos a base de chocolate. De acuerdo con información de PROCOMER existen recientes lanzamientos vinculados a mezclas de chocolate con licores, cervezas (Jarras con chocolate en Holanda) y vinos, chocolate con semillas o frutos secos así como snacks cubiertos de chocolate por ejemplo papas tostadas con BBQ cubierta de chocolate (USA).

Como se observó los segmentos de cacao como materia prima y como producto terminado son los que presentan el mayor crecimiento y una mayor diversificación de productos. En ese sentido, es valioso complementar la información expuesta con la más reciente conferencia sobre el mercado del cacao, realizada por la ICCO en septiembre de 2016 y donde una de las ponencias más destacadas fue la desarrollada por el señor Alan Rownan– Analista de Ética en las Etiquetas de Euromonitor, el cual expuso sobre “El papel de la sostenibilidad dentro del crecimiento de las confitería de chocolate”. Los elementos más importantes se citan a continuación.

La confitería de chocolate consumió más del 45% de las toneladas utilizadas como ingrediente de cacao en el 2015 con más de 1.400.000, le siguió con el 15% los helados y postres fríos con 500.000 toneladas, el 10% se utilizó en dulces con cerca de 300.000 toneladas. El gráfico 68 se observa como hubo otros segmentos importantes como pastelería, queques y bebidas calientes, asimismo, se puede apreciar como entre 2010-2015 el uso de cacao como ingrediente aumentó en un 2% para las bebidas calientes, helados y dulces , un 3% en pastelería , la confitería aumentó en 1.5%.

Gráfico 68: Año 2015
Uso del cacao según segmento
Datos en toneladas métricas

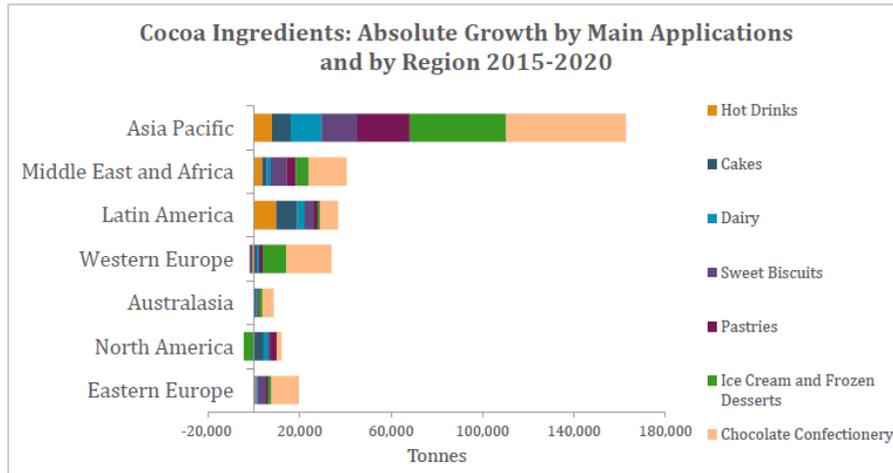


Fuente: Euromonitor

Según proyecciones de Euromonitor para el periodo 2015-2015 el bloque de los países de Asia Pacífico es el que más va a aumentar el uso de cacao como ingrediente, se espera que el consumo aumente en este sector en más de 180.000 toneladas, donde el segmento de confitería de chocolate será el de mayor crecimiento con casi 80.000 toneladas, seguido de helados y postres fríos con 40.000 toneladas.

Otros bloques que estiman importante crecimiento son el Este de África Central con cerca de 50.000 toneladas, seguido de América Latina con 45.000 toneladas aproximadamente, Europa Oriental con 40.000 toneladas, Australia con 15.000 toneladas, Norteamérica con 17.000 toneladas y Europa del Este con 20.0000 toneladas. En la mayoría de los casos el crecimiento se enfoca en confitería de chocolate, helados y postres fríos y pastelería. Para mayor detalle ver el gráfico siguiente.

Gráfico 69: Años 2015-2015
Proyección de crecimiento de cacao como ingredientes
Datos en toneladas métricas

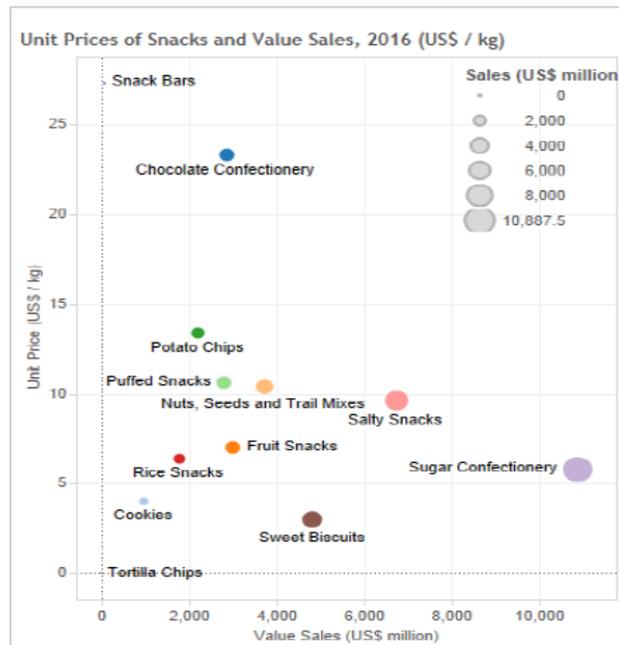


Fuente: Euromonitor

Según cifras de Euromonitor dentro del segmento de Confitería de Chocolate en el 2015 el uso más importante fue en tabletas de chocolate y el menor en chocolates con algún tipo de juguete. Otro elemento interesante, es el valor transado por tipo de subproducto a base de chocolate y el precio por kilogramo.

En el 2016 el precio más alto (dólares/ kilogramo) fue para las barras de snacks con un monto cercano a los 30 dólares, le siguió la confitería de chocolate con 23 dólares por kilogramo, chips de papa con 13 dólares caca kilogramo. Según el gráfico 71 el menor precio por kilogramo fue en el subproducto chips de tortilla, galletas y dulces con precios menores a los 5 dólares. Esta información es valiosa en el sentido que permite a los tomadores de decisión dimensionar la dinámica de mercado del cacao y las posibles ventas de negocio.

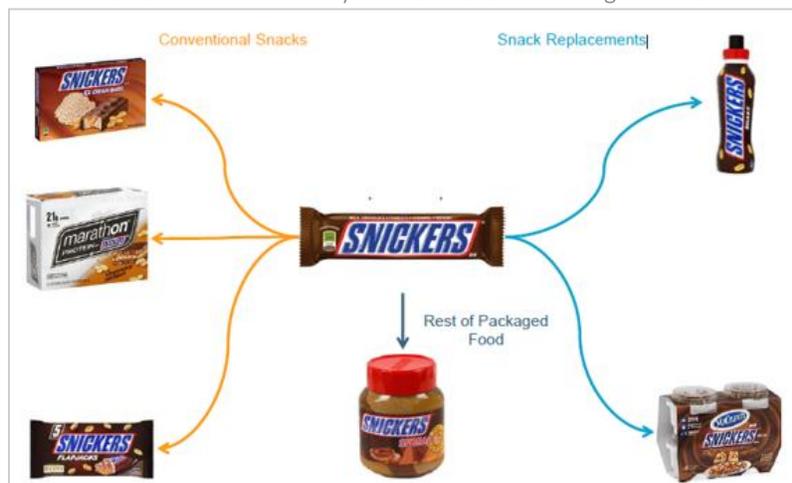
Gráfico 70: Año 2016
Monto transado y precio por kilogramos según subproducto



Fuente: Euromonitor

El uso del cacao como ingrediente ha aumentado sobre manera debido a que las marcas han extendido sus productos, conservando los básicos. Un ejemplo muy claro es Snickers donde se cuenta con el producto central (Chocolate) en sus diferentes presentaciones y la marca diversificó a otros subproductos como chocolate líquido, chocolate en polvo, chips de chocolate. Ver figura siguiente.

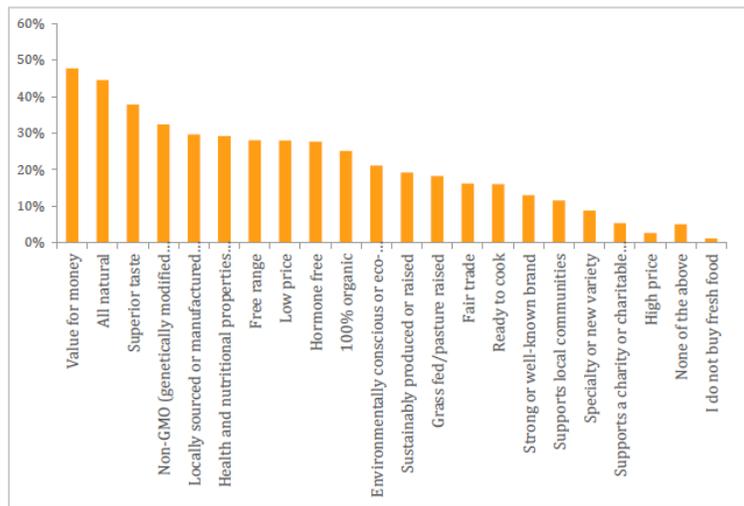
Figura .10.
Diversificación marca y usos del cacao como ingrediente



Fuente: Euromonitor

Con base en la encuesta elaborada por Euromonitor a consumidores de chocolates y sus subproductos ellos están buscando más valor por su dinero, segundo productos 100% naturales, un sabor superior ocupó el tercer lugar, productos libres de Organismos Genéticamente Modificados. En el gráfico siguiente se observa las otras preferencias de los consumidores, como las certificaciones orgánicas (30%), Fair Trade (20%).

Gráfico 71: Año 2016
¿Qué buscan los consumidores en los productos a base de cacao?



Fuente: Euromonitor

Las empresas vinculadas a la industria del cacao deberán adoptar medidas que les permitan ser sostenibles en el tiempo, para ello es imprescindible considerar elementos como la innovación, la eficiencia y la sostenibilidad en la cadena. Lo anterior permitirá insertar productos en nuevos nichos de mercado, contar con mayor productividad, ofrecer un buen producto con el menor costo posible y asegurar una cadena de abastecimiento con productores a largo plazo a través de precios más competitivos y mejoras agro productivas en su fincas.

5.12. Oportunidades comerciales para Costa Rica

Costa Rica cuenta con grandes oportunidades comerciales en cacao según las tendencias de consumo en el mundo, pero estas pueden ser potenciadas gracias a los tratados y convenios firmados con naciones altamente consumidoras de este producto. Por ello, se presenta un resumen sobre los principales acuerdos comerciales y sus vínculos con el cacao, esta información fue recopilada en el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE) así como referencia del documento sobre línea base de cacao desarrollado por IICA en el año 2015.

5.12.1. Protocolo bilateral entre Costa Rica y Panamá

Este protocolo fue firmado en junio del 2013 y contempla los siguientes plazos de desgravación a las mercancías originarias exportadas desde Costa Rica:

i. Categoría “A”: los aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias incluidas en la categoría A serán eliminados íntegramente y dichas mercancías quedarán libres de arancel aduanero a partir del año uno del Tratado.

Cuadro. No 2. Protocolo bilateral entre Costa Rica y Panamá
Desgravación arancelaria para productos a base de cacao

Fracción arancelaria	Descripción	Arancel base	Categoría de desgravación
18010000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	15%	A
18020000	Cáscara, películas y demás residuos de cacao	15%	A
1803	Pasta de cacao, incluso desgrasada		
18031000	Sin desgrasar	10%	A
18032000	Desgrasada total o parcialmente	10%	A
18040000	Manteca, grasa y aceite de cacao	10%	A
18050000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	Libre	A
1806	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao		
18061000	Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante	15%	A
18062000	Las demás preparaciones, bien en bloques o barras con un peso superior a 2 Kg, bien en forma líquidas o pastosa, o en polvo, gránulos o formas similares, en recipientes o envases inmediatos con un contenido superior a 2 Kg	15%	A
180631	Rellanos	5%	A
180632	Sin rellenar	5%	A

Fuente: SICE / IICA

5.12.2. Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea

Fue uno de los acuerdos más importantes firmados por Costa Rica en el tiempo reciente. Este fue firmado en el 2013 y establece como uno de sus puntos más importantes la eliminación de aranceles a través del siguiente mecanismo:

i. Los aranceles sobre las mercancías incluidas dentro de las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación A en la lista de una Parte serán eliminados íntegramente, y dichas mercancías quedarán libres de aranceles en la fecha de entrada en vigor del presente Acuerdo. El cuadro que refiere a las desgravaciones arancelarias ligadas a cacao se detalla a continuación.

Cuadro No. 3. Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea
Desgravación arancelaria para productos a base de cacao

Fracción arancelaria	Descripción	Arancel base	Categoría de desgravación
1801 00 00	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	exención	A
1802 00 00	Cáscaras, películas y demás desechos de cacao	exención	A
1803	Pasta de cacao, incluso desgrasada:		
1803 10 00	Sin desgrasar	9,6	A
1803 20 00	Desgrasada total o parcialmente	9,6	A
1804 00 00	Manteca, grasa y aceite de cacao	7,7	A
1805 00 00	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	8	A
1806	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao:		
1806 10	Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante:		
1806 10 15	Sin sacarosa o isoglucosa calculada en sacarosa o con un contenido inferior al 5 % en peso (incluido el azúcar invertido calculado en sacarosa)	8	A

Fuente: SICE / IICA

5.12.3. Acuerdo de libre comercio entre Costa Rica- China

Es uno de los tratados que tiene gran potencial para Costa Rica dado el aumento en el consumo de cacao de ese país. Este acuerdo entró en vigencia en agosto del 2011 y contempla la siguiente desgravación arancelaria:

i. Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones de la categoría A en la Lista de una Parte serán eliminados íntegramente y dichas mercancías quedarán libre de arancel en la fecha de entrada en vigencia de este Tratado.

ii. Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones de la categoría B en la Lista de una Parte serán eliminados en 5 etapas anuales iguales, comenzando en la fecha de entrada en vigencia de este Tratado y dichas mercancías quedarán libre de arancel a partir del 1 de enero del año 5.

El detalle de la desgravación aplicada a cacao y sus subproductos se presenta a continuación

Cuadro No 4. Acuerdo de libre comercio entre Costa Rica- China
Desgravación arancelaria para productos a base de cacao

Código	Descripción	Arancel	Categoría de desgravación
18010000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	8	A
18020000	Cáscara, películas y demás residuos de cacao	10	A
18031000	Pasta de cacao, sin desgrasar	10	A
18032000	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	10	A
18040000	Manteca, grasa y aceite de cacao	22	B
18050000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	15	B
18061000	Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante	10	A
18062000	Chocolate, etc. en bloques, tabletas o barras con peso superior a 2 kg	10	A
18063100	Chocolates rellenos	8	A
18063200	Chocolates sin rellenar	10	A
18069000	Los demás	8	A

Fuente: SICE / IICA

5.12.4. Acuerdo de libre comercio Costa Rica- Singapur

Otro acuerdo importante fue el firmado en Costa Rica y Singapur, el cual rige desde julio del 2013. Este acuerdo establece en su Anexo 4, numeral 1 que 1. Singapur eliminará en su totalidad los aranceles sobre todas las mercancías en la fecha de entrada en vigor de este Tratado.

Bajo esta coyuntura comercial, los productos a base de cacao pueden entrar libremente a Singapur sin pagar arancel alguno, elemento que se constituye en una ventaja comercial en relación a otros países competidores.

5.12.5. Acuerdo de libre comercio entre Costa Rica y Estados Unidos

Unos de los acuerdos más importantes dado la relación comercial con Estados Unidos. Este acuerdo fue firmado en agosto de 2004 y entró en vigencia en Costa Rica en enero de 2009. Establece los siguientes accesos de mercancías al mercado.

- ✓ Sección C: Regímenes Especiales.
- ✓ Sección D: Medidas no Arancelarias

La tabla de desgravación y arancel se muestra a continuación.

Cuadro No. 5. Acuerdo de libre comercio entre Costa Rica y Estados Unidos
Desgravación arancelaria para productos a base de cacao

Partida	Descripción	Arancel Base	Categoría de desgravación
18010000	cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	6	C
18020000	casaca, películas y demás residuos de cacao	6	C
18040000	manteca, grasa y aceite de cacao	10	D
18050000	cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	10	D
18061000	cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante	10	D

Fuente: SICE

Perfil del mercado local del cacao en la zonas Norte y Atlántica de Costa Rica

5.13. Características generales del mercado local

A continuación se establecen una serie de características referidas al mercado local del cacao en Costa Rica, en las cuales se destacan: exportaciones e importaciones, destino de la producción, precios de venta, actores en la cadena y organización del sector.

A nivel general se puede decir que la agrocadena de cacao cuenta con algunos productos con valor agregado, debido a la exportación y consumo nacional de productos como cacao en polvo, licor de cacao y pasta de cacao, sin embargo, esta es insuficiente para las necesidades de la industria local (Procesadores y transformadores) .

En 2014 se produjeron 700 toneladas métricas de cacao, y se contaba con 3.170 hectáreas sembradas en este cultivo. En la cadena participan productores mayoritariamente pequeños, a excepción de Fincas como Finmac (110 ha) y Finca La Amistad (50 Ha).

5.13.1. Exportaciones de cacao de Costa Rica

Previamente en la sección 6.5 del presente documento se realizó un análisis detallado sobre las exportaciones de cacao de Costa Rica, no obstante, se presenta a continuación una síntesis de este rubro económico.

Según datos de PROCOMER Costa Rica exportó en el año 2015 un total de 11.136.875 dólares a 32 países en todas aquellas partidas arancelarias vinculadas a cacao (1802, 1802, 1803, 1804,1805 y 1806). En ese sentido, las exportaciones de cacao han mostrado un aumento en los últimos años, se pasó de 9.777.732 dólares en el 2012 a los señalados 11.136.875 dólares en 2015, un aumento del 1.359.144 USD es decir un crecimiento del 13%. Para el 2016 PROCOMER contabiliza datos preliminares en exportaciones de cacao de 8 millones de dólares.

América Central fue la región más importante para las exportaciones de cacao de Costa Rica debido a que el 55% fue enviado a dicho mercado (Nicaragua : \$1,976,205.45, Panamá : \$1,329,038.64 y Guatemala: \$1,269,545.65). Le siguió América del Norte con el 27% de las exportaciones (México: \$1, 874,205.10 y Estados Unidos: \$982,861.02).

Otro mercado importante fue América del Sur con el 8% de las exportaciones, especialmente a países como Chile (\$274,702.24), Perú (\$271,589.06), Colombia (\$189,895.90) y Brasil (\$149,390.07). El 4% de las exportaciones de cacao de Costa Rica se fueron para la Unión Europea, con concentración en los siguientes países: Holanda (\$245,435.50), Bélgica (\$114,632.00), Alemania (\$60,016.80), Letonia (\$12,513.03) y Francia (\$5,331.75). Hubo otros mercados con menor participación en las exportaciones como los países de Caribe (2%) y Asia (1%).

Del total de las exportaciones de cacao de Costa Rica en el 2015 el 85% se realizó bajo la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao) con 9.437.932 dólares, le siguió la partida 1801 (cacao en grano) con el 7% con cerca de 800.000 dólares, la partida 1805 (Cacao en polvo sin azúcar) representó el 5% de las exportaciones de cacao con 518.000 dólares, la partida 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao) se ubicó en el cuarto lugar con el 2% del total exportado con poco más de 264.000 dólares. Finalmente la partida 1803 (Pasta de cacao) representó el 1% con 116.000 dólares.

5.13.2. Importaciones de cacao de Costa Rica

De igual manera que las exportaciones en la sección 6.8 del presente documento se realizó un análisis detallado sobre los rubros de importación de cacao en Costa Rica, sin embargo, a continuación se expone a modo de resumen el comportamiento de las importaciones en 2015.

De acuerdo con PROCOMER Costa Rica importó en el año 2015 un total de 36.232.265 dólares de un total de 43 países diferentes en aquellas partidas arancelarias vinculadas a cacao (1803, 1804, 1805 y 1806). Entre 2012 y 2015 el valor importado aumentó en más de 5.7 millones de dólares para una tasa de crecimiento del 18%, lo cual evidencia una falta en la oferta de producto a nivel nacional. Los datos preliminares de importación para el 2016 se ubican a las importaciones en más de 17 millones de dólares.

Costa Rica importó el 62% (USD 22.481.134) de América del Norte, específicamente de países como Estados Unidos (16.4 millones), México (5.1 millones) y Canadá (0.8 millones). La segunda región en importancia fue América del Sur con el 13% del monto importado con 4.6 millones de dólares, donde se destacaron países como Perú (1.4 millones), Chile (1.3 millones) y Colombia (1.1 millones).

La Unión Europea se constituyó en el tercer bloque en importancia para las importaciones de cacao de Costa Rica con el 12% de participación equivalentes a un monto de 4.3 millones de dólares, los países europeos que se destacaron fueron España (1.8 millones), Bélgica (0.56 millones) y Alemania (0.38 millones).

Por su parte Centroamérica tuvo una participación del 3% con 1.2 millones de dólares provenientes en su mayoría de Guatemala (0,9 millones) y El Salvador (0,2 millones). De acuerdo con el análisis realizado once países concentran el 87% de importaciones de cacao en Costa Rica.

Del total de las importaciones de cacao de Costa Rica en el 2015 el 85% se realizó bajo la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao) con 30.583.198 dólares, le siguió la partida 1805 (Cacao en polvo sin azúcar) con participación del 9% con 3.317.799 dólares. La partida arancelaria 1803 (Pasta de cacao) representó el 4% con 1.1470.280 dólares. En el caso de la partida 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao) se ubicó

en el cuarto lugar con el 2% del total exportado con poco más de 860.000 dólares. La partida 1801 (cacao en grano) no registro importaciones en 2015.

5.13.2. Consumo de cacao de Costa Rica

Con base en datos de FAOSTAT el consumo de cacao seco en Costa Rica se ubicó en 2014 en 675 toneladas. El comportamiento de esta variable ha mostrado una tendencia al alza a excepción del año 2014 donde se presentó sensible, ubicándose en las 558 toneladas. En lo que refiere al consumo de chocolate per cápita en Costa Rica el país consumió 0.6 kilogramos por persona en 2014 según la cifras dadas a conocer por Euromonitor International.

Esta cifra ubicó a Costa Rica en el sexto lugar entre los mayores consumidores de chocolate en América Latina (empate con Bolivia y México), superado solo por Chile (2.1 kg/persona), Uruguay (1.8), Brasil (1.6), Argentina (1) y Perú (0.7).

5.13.3. Actores inmersos en el mercado local de cacao

Los actores identificados fueron productores, acopiadores, procesadores primarios, procesadores secundarios, transformadores artesanales e intermediarios. A continuación se presenta una pequeña caracterización de cada uno.

✓ Productores

Como fue señalado anteriormente los productores de cacao se concentran en las zonas de baja altura y mucha humedad como Región Brunca, Región Huétar Atlántica y Región Huétar Norte. En general son pequeños productores de cacao con menos de cinco hectáreas a excepción de Fincas grandes como Finmac (110 Ha) y La Amistad (50 Ha).

El pequeño productor se ubica en zonas rurales como los territorios indígenas y cantones como Upala y Guatuso, donde se enfoca en producir cacao para otros actores de la cadena como acopiadores o transformadores. En algunos casos de éxitos los productores procesan su cacao de forma artesanal o lo utilizan para autoconsumo en el hogar.

Según investigaciones realizadas por el CATIE el pequeño productor cacaotero se caracteriza por tener una capacidad técnica básica, escolaridad limitada y con escaso acceso a fuente de financiamiento. El perfil del productor es bastante similar entra la Zona Norte y la Zona Atlántica.

✓ Acopiadores/Comprador/ Intermediario

Los acopiadores son un actor importante para recepción de cacao ya sea en baba o fermentado, el cual es comprado a los productores. Se identificaron dos tipos de acopiadores:

Por un lado se encuentra el acopiador de tipo organización de productores. Este actor se encarga de acopiar el cacao de los productores miembros de la organización como lo es el caso de la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA) en Talamanca.

Actualmente APPTA acopia cacao solo en Talamanca de ahí que es considerado un acopiador local, según la información suministrada por esta organización compran anualmente unas 100 toneladas. Este tipo de acopiador se caracteriza por comercializar la producción de la organización de forma consolidada y realizarlo localmente.

Por otro lado, existe otro tipo de acopiador independiente / comprador independiente el cual acopia cacao de diferentes productores. Este actor puede realizar acopio de forma local o bien de otras regiones y se caracteriza por utilizar la producción comprada para exportación en cacao seco o para procesamiento y posterior comercialización nacional e internacional.

Se identificaron en la Zona Atlántica varios acopiadores entre los que se pueden citar a William Leal Delgado de la empresa Koprox, George Grant de Chocolate Adventure Company y Daniel López. En la zona Zona Norte se identificaron tres acopiadores claves; Juan Pablo Bouchert de Chocolate Nahua S.A., Elkin D. Mejía López de Finca La Dorada y Juan Acevedo.

✓ Procesadores

Los actores procesadores se enfocan en el procesamiento del cacao con el fin de brindarle valor agregado, ya sea como secado, licor, manteca, pasta, en polvo o como chocolate. Existen dos tipos de actores: procesadores primarios y los procesadores secundarios.

✓ Procesadores primarios

Los actores procesadores primarios se enfocan en fermentar y secar el cacao para posteriormente pasar a un procesamiento secundario. En la región Atlántica se cuenta con algunos ejemplos en este eslabón de la cadena como APPTA y ACOMUITA Y FINMAC, organizaciones que acopian cacao en baba y realizan el proceso de fermentado y secado para su posterior exportación. En la región Huétar Norte se cuenta con un caso similar con Finca La Amistad y Chocolates Nahua, empresas que acopian y fermentan el caso para exportarlo. Una característica de los procesadores primarios es que pueden utilizar el cacao seco para procesamientos secundarios y generar mayor valor agregado.

✓ Procesadores secundarios

Los actores procesadores secundarios son aquellas industrias o empresas que se enfocan en dar un mayor valor agregado al cacao seco a través de la elaboración de subproductos como licor, manteca, pasta y cacao en polvo. El mercado meta de este sector es nacional tanto internacional, en los últimos años el crecimiento de los procesadores secundarios ha sido evidente en el país. Los productos obtenidos de estos procesadores son variados entre los cuales se pueden mencionar; confitería, bebidas, helados, productos de panadería y repostería, rellenos. Este actor es proveedor de grandes empresas en Costa Rica como Dos Pinos, DEMASA, CORONADO, POZUELO, entre otros.

Entre los procesadores secundarios más importante se destacan:

- + FINMAC
- + Koproxa S.A.
- + Café Britt
- + Costa Rican Cocoa Productos Co.
- + Compañía Nacional de Chocolates de Colombia

En esa línea es importante señalar que algunas empresas procesadoras secundarias como de Costa Rican Cocoa Productos Co y FINMAC, ofrecen los servicios de maquila a empresas que lo requieran, lo cual facilita en cierta manera la obtención de productos con mayor valor agregado.

✓ Producción artesanal

De acuerdo a la investigación realizada se determinó que existen una serie de pequeñas empresas y organizaciones de productores que realizan un procesamiento artesanal del cacao y logran generar valor agregado a través de la elaboración de barras, trufas, bombones y chocolatería fina como producto terminado. Una característica de estas organizaciones es que en su mayoría comercializan de forma directa el producto final en el mercado nacional e internacional, permitiendo a las organizaciones obtener mayores márgenes de utilidad al evitar la intermediación.

En la Zona Atlántica se identifican varios actores artesanales como Acomuita, Amazili. En la región Huétar Norte se encuentran casos éxitos de productores individuales o miembros de organizaciones que cuenta con sus propias marcas de chocolate y otras confiterías a base de cacao, por ejemplo Elías Cruz y Juan Carlos Sibaja. A nivel de la región Central se destacan empresas de un mayor tamaño y tecnología para procesamiento del cacao como lo son Chocolates Sibü, el Taller del Chocolate, Giacomini y La Chocolatería.

La lista de estos actores se expone en detalle en el siguiente apartado.

✓ Consumidores

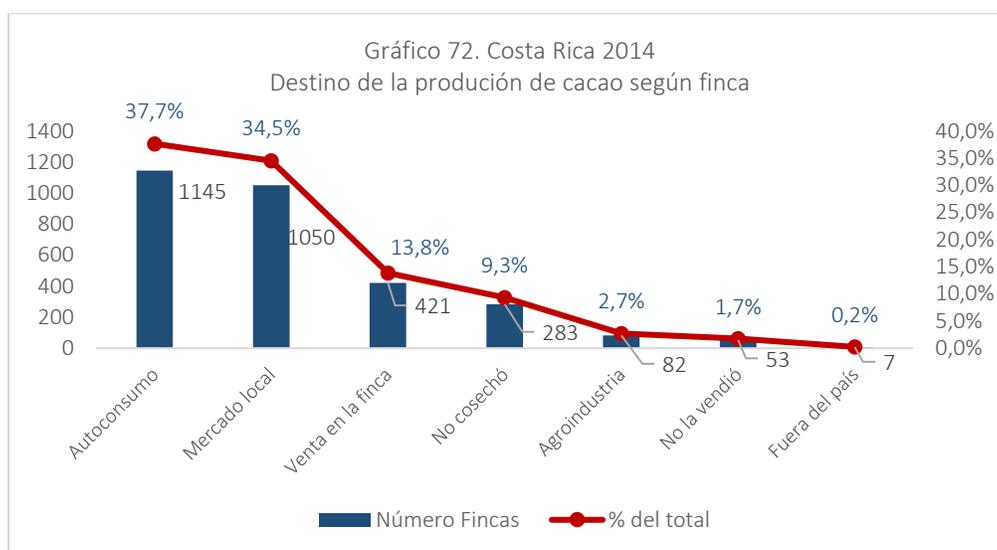
El consumidor costarricense de cacao está muy ligado a las tendencias mundiales que se analizaron previamente en el presente documento, las cuales están ligadas principalmente al consumo de productos de confitería, bebidas calientes, frutas con chocolate, chocolates puros, entre otros. Estas demandas se originan con base en el cuidado de la salud y consumo ético de productos.

A lo anterior se suma la demanda por productos orgánicos o con alguna certificación de producción sostenible como UTZ y Comercio Justo. Según el estudio elaborado por Serrano 2016 para IICA/ CLAC sobre la demanda de productos tipo Comercio Justo en Costa Rica se concluye que el consumidor costarricense está dispuesto a comprar este tipo de productos pero no está dispuesto a pagar un sobreprecio.

Siguiendo con los resultados de ese estudio se obtiene que el consumidor prefiere adquirir productos en los supermercados y que estos estén listos para su consumo, es decir, no quiere invertir mucho tiempo adicional para cocinar o preparar. Asimismo, el consumidor manifestó su interés en nuevos productos que diversifiquen la oferta. En el caso de cacao se ha visto como el consumidor ha mostrado un mayor interés en comprar productos más “puros” y con menor grado de ingredientes artificiales.

5.13.4. Destino de la producción

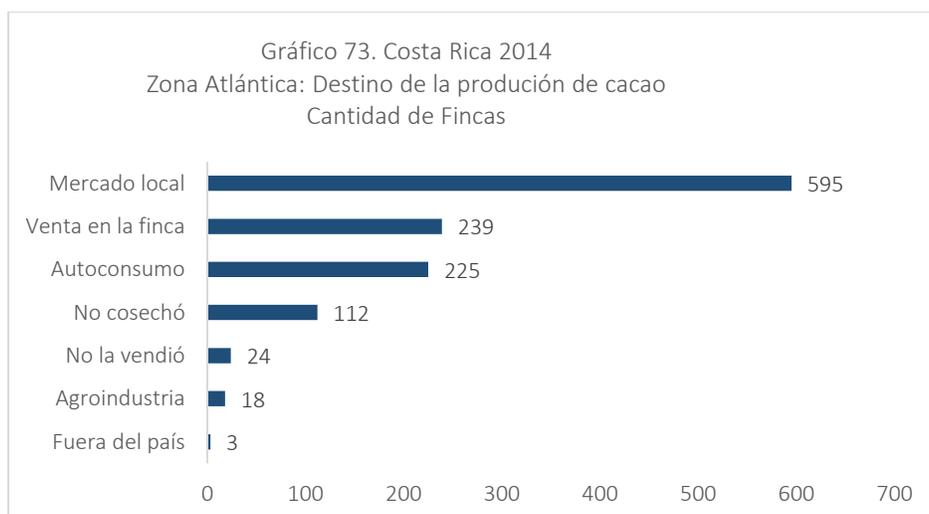
Según los datos recopilados por el VI Censo Agropecuario en Costa Rica, realizado en el 2014, el 37% de las fincas de cacao en el país utilizaban la producción para consumo propio (1.145), el cual era utilizado en dos vías; la primera para consumo familiar (bebidas a base de chocolate) sin fines de negocio y la segunda para procesamiento y elaboración de sus propios productos artesanales para la venta (principalmente confitería, pasta cacao, manteca cacao, chocolates). El 34,5% de las fincas venden su producto en el mercado local (1.050) ya sea seco o procesado a algún acopiador, en tanto que el 13,8% vende el cacao directamente en su finca (421).



Fuente: Elaboración propia con datos del Censo Agropecuario 2014.

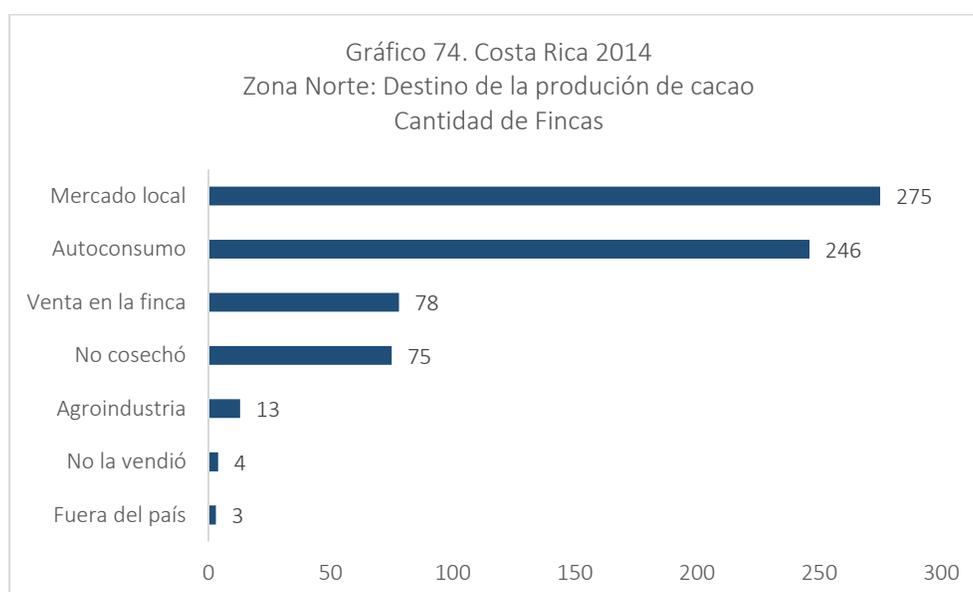
Asimismo, es importante señalar que el 9,3% de las fincas (283) no tuvo cosecha en ese año, tan solo el 2,7% de las fincas (82) vendió directamente a la agroindustria, lo cual es un indicador del limitado valor agregado que se ofrece en el mercado. El 1,7% de las fincas (53) no logro vender su producción, la mayor cantidad de casos de no venta se dieron en Limón (24 fincas) y Puntarenas (11 fincas). El 0,2% de las fincas (7) realizan exportaciones de cacao, tres se ubican en Limón, Tres en Alajuela y una en Puntarenas.

En el caso de la Zona Atlántica el 49% de las fincas en esa región vendió su producción al mercado local, el 20% vendió el cacao en finca, el 19% fue para autoconsumo, el 9% no logró cosechar, el 2% no logró comercializar el producto, el 1.5 % colocó su producto en la agroindustria y restante 0.5 % exportó la producción. El detalle del comportamiento descrito se presenta en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia con datos del Censo Agropecuario 2014.

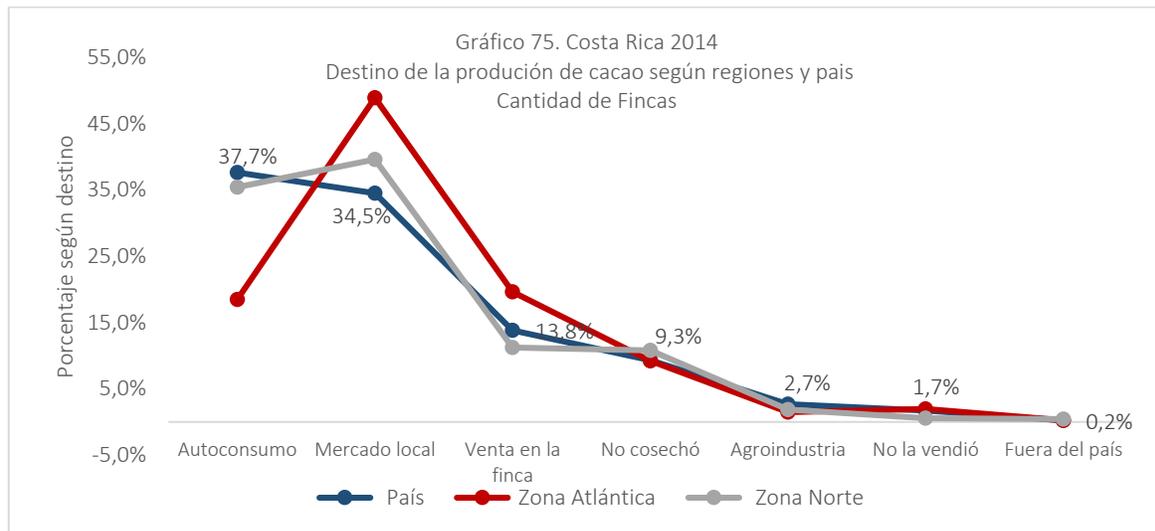
En el caso de la Zona Norte el 40% de las fincas vendió en el mercado local, el 35% lo utilizó para autoconsumo, el 11% vendió el producto en finca, el 11% no logró cosechar, el 2% comercializó el cacao en la agroindustria, el 0,6% no venderlo y el 0.4% lo exportó. El detalle se presenta en el gráfico siguiente.



Fuente: Elaboración propia con datos del Censo Agropecuario 2014.

Con base en la descripción realizada sobre el destino de la producción a nivel país, Zona Norte y Zona Atlántica se destaca que la Zona Norte cuenta con una mayor porcentaje de “Autoconsumo” lo cual evidencia un aspecto detectado en las visitas de campo realizadas referido al crecimiento de empresas con procesamiento artesanal en esta zona del país, especialmente concentrada en pequeños productores que han logrado obtener su propia marca y comercializan en mercados locales de Upala, Ciudad Quesada y San Ramón.

En el gráfico adjunto se muestra el comportamiento entre zonas versus comportamiento país del destino de la producción.



Fuente: Elaboración propia con datos del Censo Agropecuario 2014.

5.13.5. Precios pagados

Con base en los precios de referencia de CANACACAO del 10 de noviembre de 2016 (<http://www.canacacao.org/>) se obtuvo que el promedio país por kilogramo seco de cacao es de 2.41 dólares, un equivalente a 1.328 colones según el tipo de cambio actual del Banco Central de Costa Rica, este precio es bastante cercano a la realidad de acuerdo con lo expresado por diferentes actores contactados en el estudio. Los precios establecidos por CANACACAO se basan en la información suministrada por sus asociados.

Upala es la zona con el precio por kilogramo seco más alto de país con 2,75 dólares un equivalente a 1.510 colones, el cual es bastante menor al precio real indicado por actores de la zona norte del país (promedio 1.300 colones/ kg). En Bijagua el precio por kilogramos seco fue de 2.53 dólares (1.389 colones).

Cuadro No 6. Costa Rica
Precios pagados por Kilogramos seco de cacao
Noviembre 2016

Zona	Precio (USD/ Kilo seco)
Upala	\$2.75
Guápiles	\$2.55
Bijagua	\$2.53
San José	\$2.40
Bribí	\$2.25
Puerto Jiménez	\$2.00
Promedio país	\$2.41

Fuente: Canacao

En la Zona Atlántica el precio fue menor en comparación con la Zona Norte. En Bribí el precio por kilogramo fue de 2.25 dólares unos 1.236 colones, cifra bastante cercana al monto real pagado indicado por diferentes actores locales. En el caso de Guápiles el precio fue de 2.55 dólares, unos 1.389 colones por kilogramo.

En San José el precio de referencia fue de 2.40 dólares, aproximadamente 1.318 colones al tipo de cambio actual. En la Zona Sur (Puerto Jiménez) el precio promedio de pago fue 2 dólares, unos 1.098 colones por cada kilogramo seco.

Adicionalmente en esta sección se realizó una comparación entre los precios pagados en Costa Rica versus los precios internacionales según Bolsa. El precio por tonelada de cacao seco en la Bolsa de New York fue de 2.470 dólares el 11 de noviembre del presente año, es decir, es precio por kilogramo seco fue de 2.47 dólares. Si se compara ese valor con los precios pagados por zona en Costa Rica se obtiene que en Upala, Guápiles y Bijagua se paga un precio mayor que el precio de bolsa y en zonas como San José, Bribí y Puerto Jiménez se pagan un precio al señalado por la Bolsa de New York.

En Upala el sobre-precio con respecto a la bolsa fue de 0,28 dólares para un 11%, en Guápiles fue 0.08 dólares para un 3% y para Bijagua de 0.06 dólares que representó un 2% más. En San José el precio menor pagado con respecto a bolsa fue de -3%, Bribí un -9% y en Puerto Jiménez un -19%. El detalle comparativo se presenta en el cuadro siguiente.

Cuadro. No 7: Precios de kg seco cacao
Comparación precios Costa Rica con respecto a la Bolsa New York
11 Noviembre, 2016

Zona	Precio Costa Rica (Usd/ Kg seco)	Precio Bolsa New York (Usd/ Kg seco)	Variación en dólares	Variación porcentual
Upala	\$2.75	\$2.47	\$0.28	11%
Guápiles	\$2.55	\$2.47	\$0.08	3%
Bijagua	\$2.53	\$2.47	\$0.06	2%
San José	\$2.40	\$2.47	(\$0.07)	-3%
Bribri	\$2.25	\$2.47	(\$0.22)	-9%
Puerto Jiménez	\$2.00	\$2.47	(\$0.47)	-19%

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACAO

5.13.6. Relaciones comerciales entre los actores de la cadena

Como fue señalado anteriormente el sector cacaotero se concentra en términos productivos en manos de pequeños productores, los cuales se caracterizan por contar con otros cultivos dentro de sus áreas productivas; banana, plátano, granos básicos, yuca, entre otros. Sin embargo, también existen fincas grandes que se señalaron previamente en este documento.

En la figura 11 se observa a nivel general la estructura de la cadena de cacao donde en color verde claro se observa la parte productiva representada por los productores de cacao pequeños, medianos y grandes, en verde oscuro los actores acopiadores, en gris los actores procesadores y en azul los actores de consumo/ comercialización. Las relaciones comerciales encontradas entre actores fueron las siguientes:

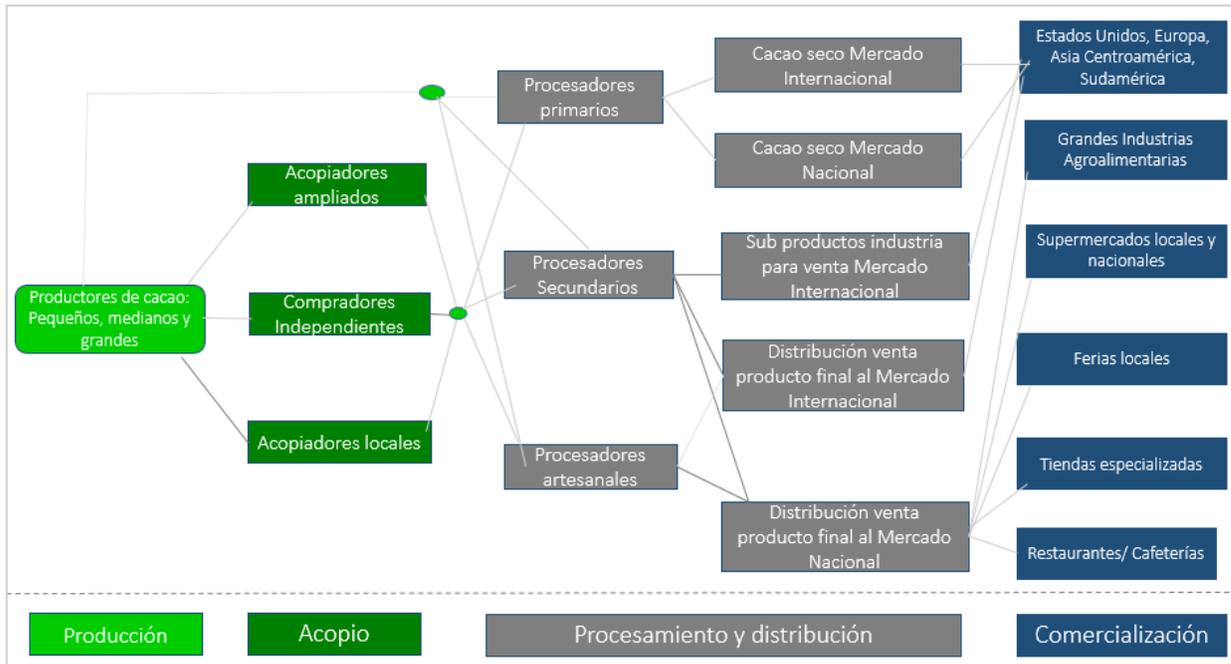
Relación Comercial Uno: Los productores en primer instancia pueden entregar el cacao a los acopiadores locales, ampliados o a los compradores independientes, la segunda opción para los productores es brincar el eslabón de los acopiadores y entregar directamente el producto a los procesadores primarios, secundarios o procesar ellos mismos su cacao para obtener productos terminados (procesamiento artesanal).

Relación Comercial Dos: En el caso de los procesadores primarios (se dedican a la fermentación y secado del cacao) estos venden el producto a mercado internacional para la exportación así como el mercado nacional para procesamiento secundario.

Relación Comercial Tres: Los procesadores secundarios (participan en la transformación del cacao en licor, manteca, polvo y otros derivados de cacao) tienen varias opciones para colocar los productos; la primera es la exportación de subproductos de industria en el mercado internacional, la segunda la venta de productos final al mercado internacional y la tercera venta de subproductos y productos terminado a mercado nacional, especialmente a Industrias Agroalimentarias como Dos Pinos, Pozuelo.

Relación Comercial Cuatro: Los procesadores artesanales (elaboran chocolates, bombones, barras, trufas, bombones y chocolatería fina) venden sus productos a través de comercialización a nivel internacional, específicamente a mercados como Estados Unidos y Europa, la otra opción es la venta en el mercado local a nichos como Supermercados locales y nacionales, ferias locales, tiendas especializadas así como restaurantes y cafeterías.

Figura .11. Costa Rica
Relaciones Comerciales en la Cadena de Cacao



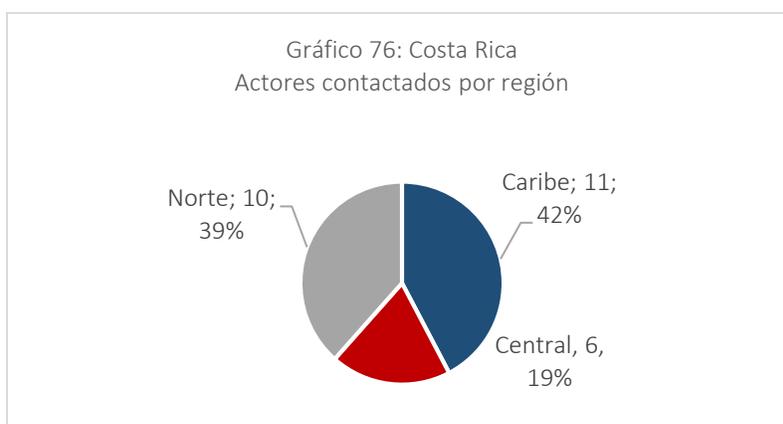
Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en encuestas actores del sector, Noviembre 2016.

5.14. Actores demandantes en mercado local

Según lo señalado en los Términos de Referencia se procedió a realizar el análisis de los actores demandantes de cacao en el mercado local con énfasis en la industria procesadora y transformadora.

5.14.1. Actores contactados por región

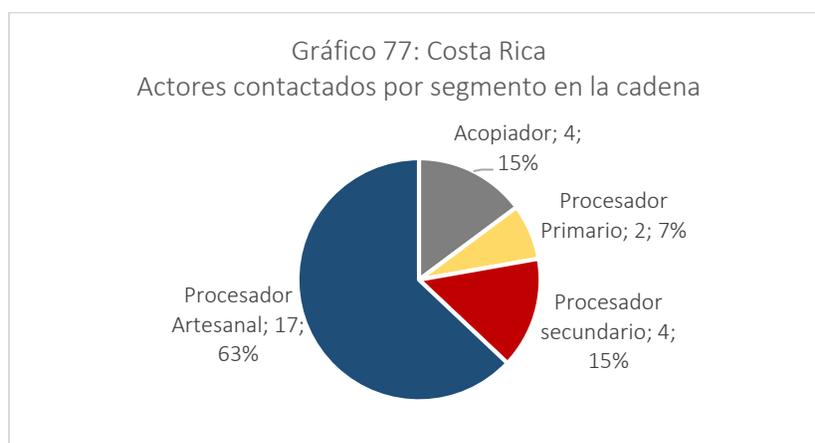
Se consideró a los principales actores en este segmento en el país. En total se contactó a 28 actores procesadores y transformadores, el 42% se ubicó en la Región Caribe (11 actores), el 39% en la Región Norte (10 actores) y el 19% en la Región Central (6 actores).



Fuente: Elaboración propia

5.14.2. Actores por segmento en la cadena de transformación y procesamiento

De los actores contactados el 63% se concentró en procesadores Artesanales, el 15% en el segmento acopiadores, el 7% procesadores primarios y el restante 15% fueron actores vinculados a los procesadores secundarios.



Fuente: Elaboración propia

En el estudio se incluyeron a los principales procesadores primarios en el país como lo son APPTA, ACAPRO, los cuales se ligan primordialmente al fermentado y venta de cacao seco. Los procesadores secundarios más importantes fueron Finmac y Koproxa en la región Atlántica y en la Región Central CR Cocoa y Compañía Nacional de Chocolate. Los acopiadores más importantes que se identificaron en el estudio fueron Elena Gaitan y el Centro Agrícola Cantonal de Matina en la Región Atlántica y la Familia Acevedo y Daniel López en la Región Huétar Norte.

En el caso de los procesadores artesanales fueron los que contaron con una mayor participación en el estudio dado el creciente involucramiento de estos actores en la cadena de producción, en la Región Atlántica uno de los más importantes fue Chocolate Adventure Company, seguido por Amazilia y Acomuita. En la Región Norte se destacaron como los más importantes Chocolates Nahua, Chocolatería Colibrí, Finca la Anita, Finca La Dorada. Y en la Región Central se tomó en consideración a actores importantes como La Chocolateria, Taller del Chocolate, Giacomini.

Es importante señalar que se contactaron otras organizaciones de productores de mediana y grande escala como la Asociación de Productores Orgánicos de Talamanca (UCANEHU), Asociación de productores de Guatuso, sin embargo, estas no acopian cacao y sus productores venden el cacao de forma individual de ahí que no se consideraran dentro del análisis de las variables del apartado siguiente.

La lista de los actores contactados por región de detalla en el anexo T al presente documento.

5.15. Condiciones y características de la demanda

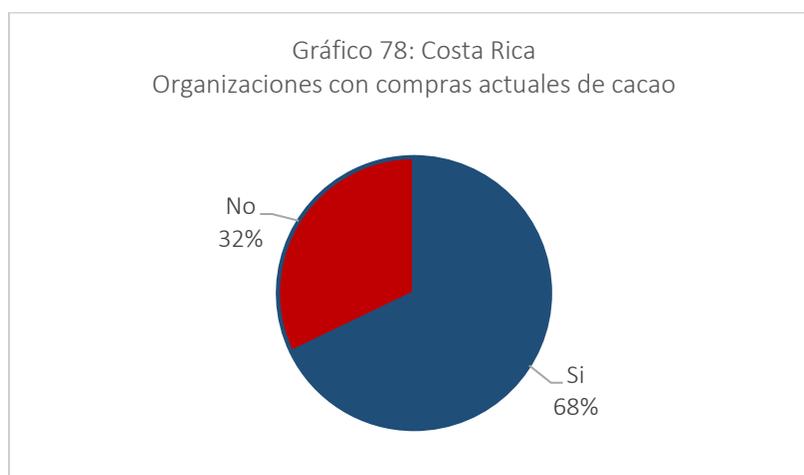
Para capturar los datos requeridos en esta sección se aplicó a los actores demandantes de cacao en las zonas de interés un instrumento que contenía las siguientes consultas:

- ✓ Precios estimados de compra.
- ✓ Características del producto demandado.
- ✓ Modalidades de compra.
- ✓ Logística.
- ✓ Volúmenes de compra.
- ✓ Condiciones de compra (Contado, Crédito, ambas).
- ✓ Días de recepción de producto.
- ✓ Productos más comprados (Modalidad de compra).
- ✓ Características que debe tener un buen proveedor.
- ✓ Que necesidades de productos o calidades de cacao no están siendo abastecidas por el producto nacional
- ✓ Destino de la producción (Nacional – Internacional)

La metodología de aplicación de los instrumentos se detalló en la numeral 4.3 del presente documento. El resultado obtenido se presenta a continuación:

5.15.1. Disposición de compra de cacao.

Se consultó a los diferentes actores si estaban comprando cacao actualmente, a lo cual se obtuvo que solo el 62% si está comprando cacao en algunas de sus modalidades; seco, en baba, manteca, pasta o producto final. El restante 32% de los actores manifestó que de momento solo utilizan el cacao de sus propias fincas para procesamiento pero que eventualmente en un futuro pueden considerar la compra de cacao.



Fuente: Elaboración propia

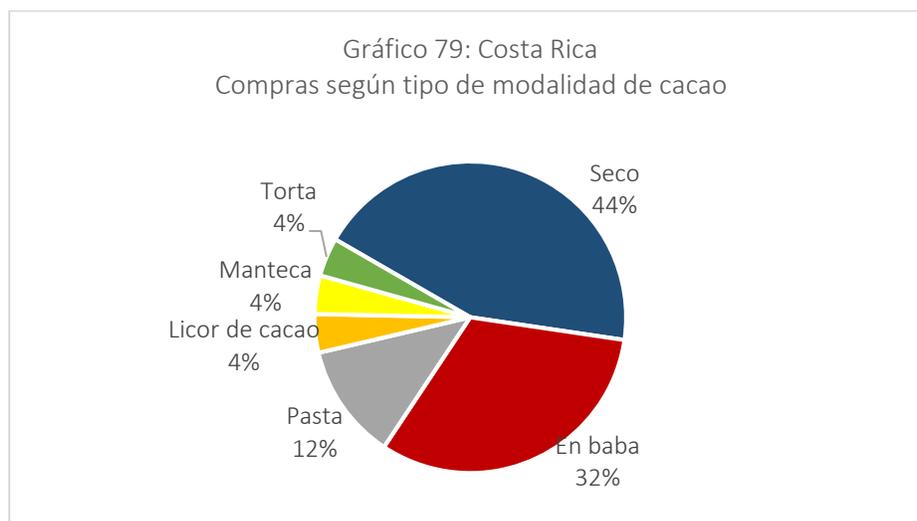
En la Región Atlántica el 82% de los actores contactados indicó que si están comprando cacao, y el restante 18% no compra actualmente. Las empresas que no están comprando cacao en la zona son Finmac y Guido Jiménez Guillen, es interesante el caso de Finmac debido a que en el pasado reciente era una empresas que compraba mucho cacao, no obstante, indicó que su productividad había aumentado así como el área de cultivo por lo cual no requería la compra de producto con otros proveedores.

En la Región Norte el 60% de los actores manifestó que si compran cacao actualmente, entre las empresas más importantes con compras de cacao se destacan; La Familia Acevedo (Acopiador- Intermediario), Daniel López (Acopiador- Intermediario), Empresa Colibrí, Finca La Dorada y Chocolates Nahua. El 40% de los actores contados no compra cacao, esto se debe a que son pequeños productores procesadores artesanales que fabrican chocolates y confitería para ventas en mercados locales de ahí que el volumen de ventas es reducido, por ello utilizan únicamente la materia prima producidas en sus fincas.

En la Región Central todas las empresas contactadas compran cacao en sus diferentes presentaciones, entre las más importantes se destacan: Giacomini, Compañía Nacional de Chocolate, Costa Rica Cocoa Products, La Chocolatería y Taller del Chocolate.

5.15.2. Tipo de cacao comprado

El cacao seco es la preferencia de compra de los diferentes actores procesadores/transformadores contactados debido a que el 44% indicó comprar el cacao en esta fase. El 32% compra cacao en baba, es decir, entre ambas fases de producción se contempla el 76% del cacao vendido a los diferentes actores demandantes lo cual indica que los productores están vendiendo su producto con bajo valor agregado y por ende a un menor precio por kilogramo producido. Este bajo valor agregado obedece a la poca capacidad instalada con la cuenta los productores y organizaciones a nivel general en país, sumado a la poca o nula capacitación en temas de procesamiento.



Fuente: Elaboración propia

Según se presenta en el gráfico número 79 solo el 12% de los actores le interesa comprar en pasta, el 4% en licor de cacao, el 4% en manteca de cacao y restante 4% en torta de cacao. El comportamiento anterior indica que los procesadores/ transformadores prefieren darle el valor agregado al producto, además que cuentan con una mayor capacidad instalada para realizar estas labores.

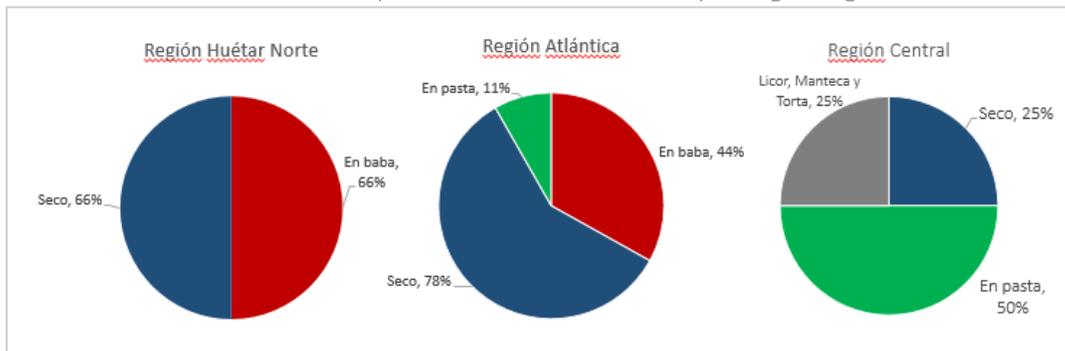
En la Región Huétar Norte los actores demandantes solo compran cacao en baba y seco. Según las respuestas obtenidas el 66% compra en seco y el 75% compra en baba, está pregunta fue abierta por ello las empresas podían seleccionar más de una opción. Es importante señalar que la empresa Colibrí solo compra cacao en baba y orgánico, el acopiador/ Intermediario Daniel López solo compra en seco y Nahua solo compra en baba debido a que prefiere darle el fermentado en sus instalaciones.

En la Región Atlántica el 78% de los actores compra cacao seco, el 44% prefiere adquirir cacao en baba y el 12% requiere utilizar cacao en pasta. APPTA que es uno de los principales actores en la región compra seco y en baba, de igual forma Koproxa S.A compra en seco y en baba. Otro actor importante es Elena Gaitán quien compra en baba exclusivamente. Amazilia fue el único actor contactado que compra el cacao en pasta, el cual proviene de sus propias asociadas.

En la Región Central los actores prefieren comprar el cacao en pasta, seguido por cacao seco y tercera opción licor, manteca y torta de cacao. En este sentido, los actores en esta región requieren grandes cantidades de producto por lo cual en algunos casos recurren a las importaciones, por ejemplo; Compañía Nacional de Chocolate importa en su totalidad el licor, manteca, cacao en polvo y torta. Otras empresas si realizan sus compras a actores nacionales como Giacomini que adquiere cacao en pasta.

Con los actores procesadores de gran volumen es importante señalar que en su mayoría importan el producto debido a que sus principales clientes son industrias de consumo masivo como Dos Pinos, Pozuelo, entre otros, de ahí que la calidad y precio de compra del cacao no sean tan elevados. El cacao de Costa Rica es catalogado como fino y de aroma de ahí que no necesariamente las grandes industrias sean el mercado meta para el cacao costarricense.

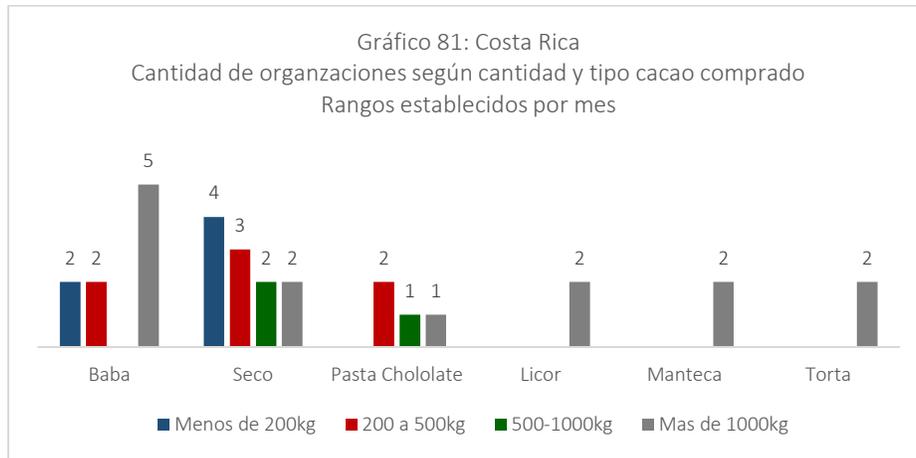
Gráfico 80: Comparativo modalidad de compra según región



Fuente: Elaboración propia

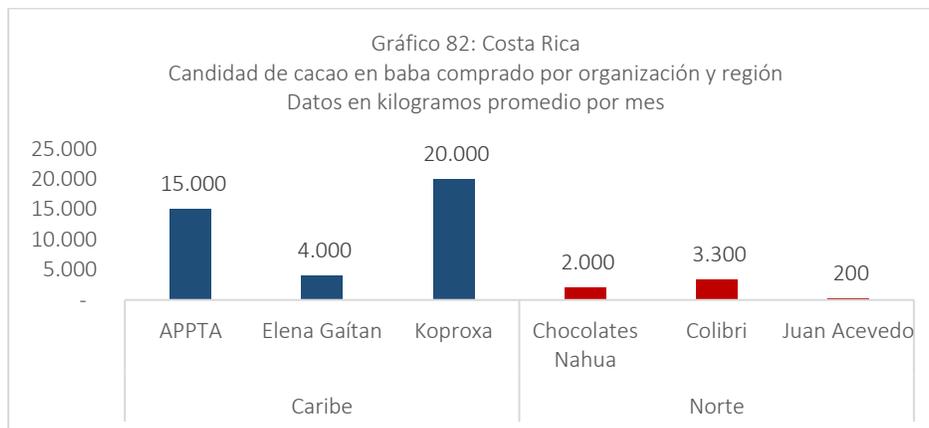
5.15.3. Volumen de compra

Con respecto al volumen de compra mensual por los actores demandantes de cacao se procedió a realizar cuatro escalas de compras: menos de 200 kg, 200 a 500 kg, 500-1000 kg y más de 1.000 kilogramos. Las compras por mes varían bastante entre las diferentes organizaciones de ahí que la escala facilita el análisis de los datos obtenidos, así el detalle de la cantidad de organizaciones por escala de compra se detalla a continuación en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia

En el caso del cacao en baba dos organizaciones compran menos de 200 kg al mes, dos organizaciones compran entre 200 y 500 kg mensuales y cinco actores compran más de 1.000 kg al mes. Las organizaciones de mayor volumen de compra mensual de cacao seco en la Región Atlántica son APPTA (15.000 kg), KOPROXA (20.000 Kg), Elena Gaítan (4.000 Kg) y Delfin Rojas (800 Kg). En Región Huétar Norte los actores más importantes son Colibrí (3.300 kg), Chocolates Nahua (2.000 kg) y Juan Acevedo (200 kg). Lo anterior nos da un dato de compra cercano a los 45.300 kg en baba por mes, en la Región Atlántica se compran en promedio 39.800 kg y en la Región Húetar Norte 6.300 kg.

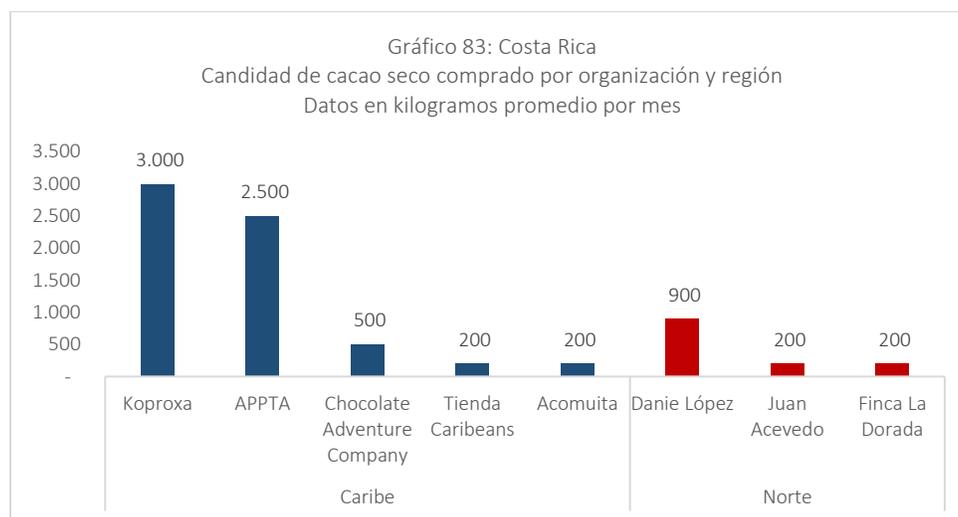


Fuente: Elaboración propia

El cacao seco es el que presenta la mayor cantidad de empresas, un total de 4 empresas compran en promedio menos de 200 kg al mes, tres empresas compran entre 200 y 500 kg mensuales, dos empresas compran entre 500 y 1000 kg y finalmente dos empresas adquieren más de 1000 kg al mes.

En Región Caribe las empresas con mayor compra de cacao seco son Koprox S.A (3.000 Kg/mes), APPTA (2500 Kg/mes), Chocolate Adventure Company (200 kg/mes) y Acomuita (200 kg/ mes), en total la Región Caribe compra mensualmente con los actores identificados un total de 6500 kilogramos secos. Por su parte, en la Región Norte el principal comprador es un acopiador/ intermediario como Daniel López (900 kg/ mes), seguido por Juan Acevedo (200 kg/mes) y Finca La Dorada (200 kg/mes), el total comprado en esta región oscila en 1.300 kilogramos secos.

En la Región Central el principal comprador es Costa Rica Cocoa donde no suministraron del total de compras mensuales pero aseguraron que compran más de 1.000 kg al mes. En el grafico siguiente se observa el comparativo entre regiones.

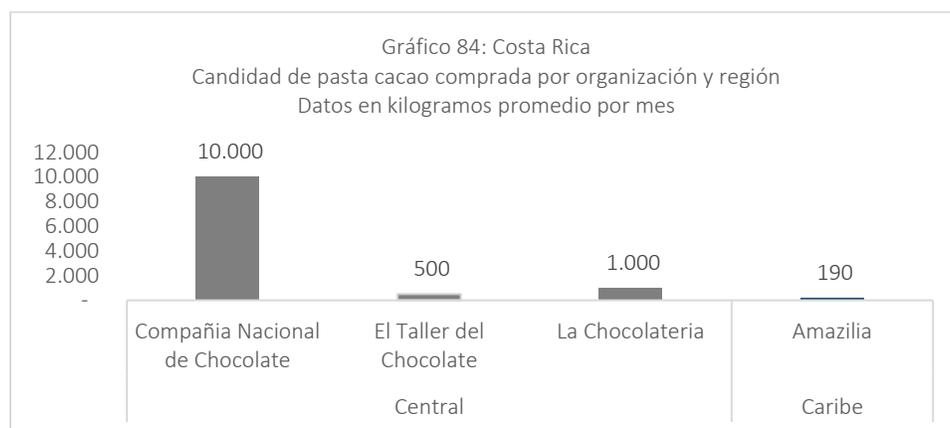


Fuente: Elaboración propia

La pasta de cacao es demanda por dos organizaciones que compran entre 200 y 500 kg y otra empresa que compra entre 500 y 1000 kg mensuales. En la Región Caribe Amalia es una de las empresas más importantes con compras de cacao en pasta con un promedio de 190 kg/mes, la cual es comprada a las asociadas de la organización.

En la Región Central la Compañía Nacional de Chocolate indicó que importan en promedio diez toneladas de pasta de cacao y que también compran pequeñas cantidades a proveedores locales, la Chocolatería compra exclusivamente pasta de cacao y no preciso el volumen pero brindó el rango (entre 500 y 1000 kg mes), otra empresa importante en la Región Central es el Taller del Chocolate que compra alrededor de 500 kg mensuales de cacao en pasta, y se lo compra a la Compañía Nacional de Chocolate.

En la Región Norte no existen compradores de cacao en pasta aunque existen pequeños productores artesanales que producen pasta y la venden en mercados regionales.



Fuente: Elaboración propia

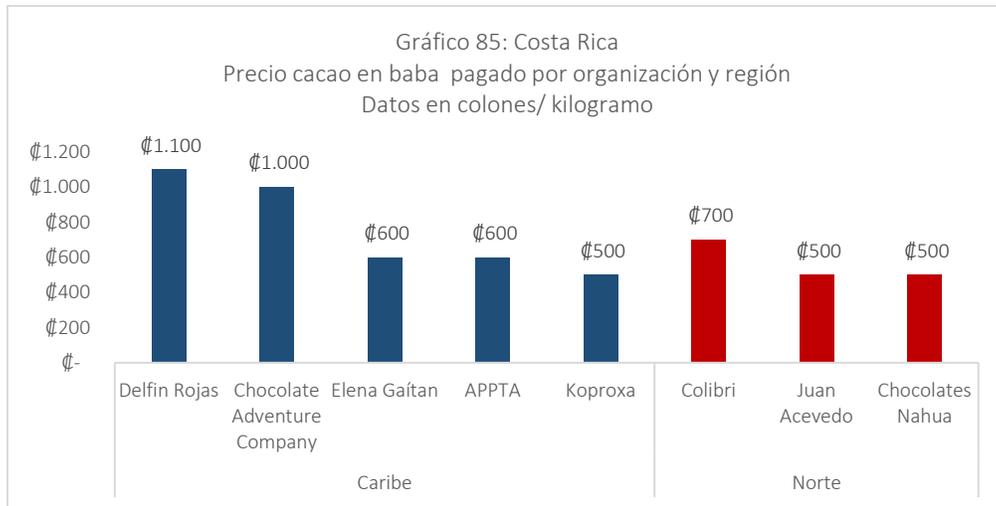
Finalmente, con respecto a licor y torta de cacao las únicas empresas compradoras en el país se ubican en la Región Central; Costa Rica Cacao y Compañía Nacional del Chocolate. En el caso de la primera no precisaron cantidades de compra pero si manifestaron que compran más de 1000 kg al mes. En tanto, la Compañía Nacional del Chocolate indicó que importa mensualmente unos 15.000 kg de licor de cacao y unos 30.000 kg de torta, asimismo, manifestaron que compran una cantidad mínima en el mercado local.

5.15.4. Precios de compra

Cacao en baba

Los precios de compra varían según la modalidad de compra, ya sea cacao seco, en baba, en pasta, licor o torta. Según las consultas realizadas a los diferentes actores se obtuvo que en la Región Norte el precio promedio por kilogramo de cacao en baba fue de 500 colones convencional y 700 colones orgánico certificado (Colibrí), este precio es prácticamente es mismo por todos los compradores.

En la Región Atlántica el panorama varía un poco ya que los precios son diferentes según el comprador, por ejemplo Koproxa paga a 500 colones / kg, Elena Gaitán a 600 colones/ kg, Delfín Rojas a 1.100 col/kg, Chocolate Adventure Company 1.000 col/ kg y APPTA a 600 colones/kg.

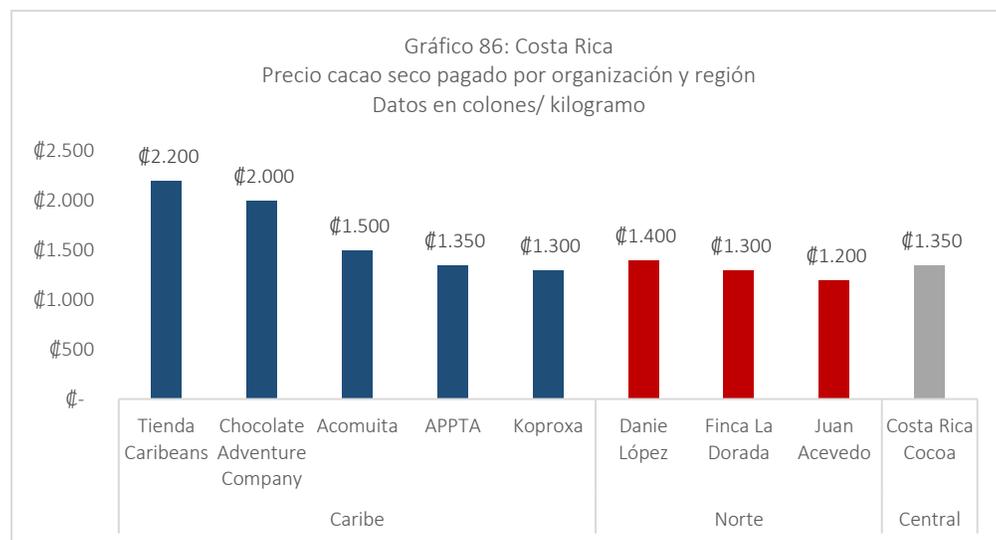


Fuente: Elaboración propia

Cacao seco

En la Región Atlántica el precio por kilogramo oscila entre los 1300- 2200 colones por kilogramo, el precio más alto es pagado por la empresa Caribeans a 2200 colones/ kg y el menor por Koproxa S.A con 1300 colones/ kg. En la Región Norte el precio también varía según proveedor entre los 1.200 y 1400 colones/ kg, el precio más alto es pagado por Daniel López a 1.400 col/ kg y el menor por Juan Acevedo a 1.200 col/kg.

En la Región Central el único comprador de cacao seco es Costa Rica Cocoa donde no se brindó un precio definido pero indicaron que pagan con referencia a la bolsa de Nueva York, es decir, unos 1350 colones por kilogramo, el detalle comparativo por región se detalla en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia

Pasta de cacao

Las organizaciones vinculadas a la compra de cacao en pasta no brindaron precios específicos de compra pero brindaron rangos, los cuales se ubican entre los 10-15 dólares por kilogramo. En el caso de Amalia les pagan a sus proveedoras a unos 10 dólares por kilogramos, en tanto que el Taller del Chocolate, La Chocolatería y La Compañía Nacional del Chocolate solo brindaron los rangos señalados.

Según conversaciones con pequeños productores artesanales el kilogramo de pasta de cacao puede llegarse a colocar fácilmente en 7500 colones en empresas del Valle Central, no obstante debido a aspectos logísticos se dificulta la entrega con clientes.

Licor y torta de cacao

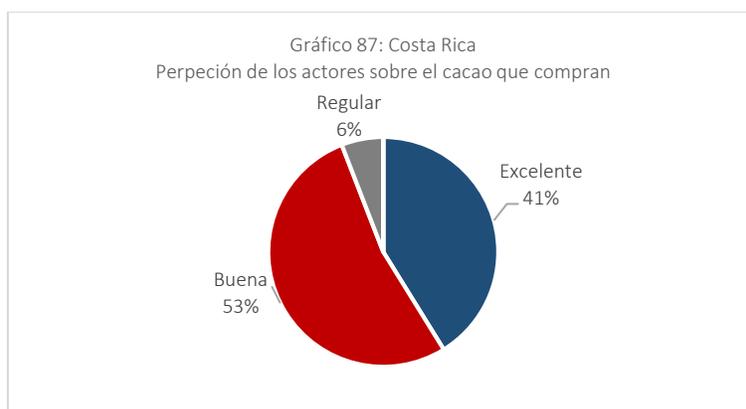
La Compañía Nacional del Chocolate y Cocoa Products no brindaron detalle sobre los precios estimados de compra para estos productos.

Con base en la información presentada se evidencia que entre mayor valor agregado le den los productores al cacao mayor será el precio que van a obtener y por ende un aumento en sus ingresos. Desafortunadamente los pequeños productores venden en su mayoría el cacao en baba y en algunos casos en seco, esto limita a los productores y los hace dependientes de acopiadores e intermediarios.

Sobre este mismo punto, es vital destacar que la fuente de información sobre los precios de mercado que utilizan los productores son los mismos intermediarios y acopiadores, situación que los pone en desventaja ya que ellos desconocen si el precio que se les está pagando por su cacao corresponde a la realidad de los precios de mercado. Estos elementos serán discutidos más adelante en este documento.

5.15.4. Calidad del cacao comprado

En el instrumento aplicado a los actores demandantes de cacao se consultó sobre la percepción del cacao que estaba comprando, a lo cual se obtuvo que el 41% considera como excelente la calidad, un 53% buena y solo un 6% como regular.



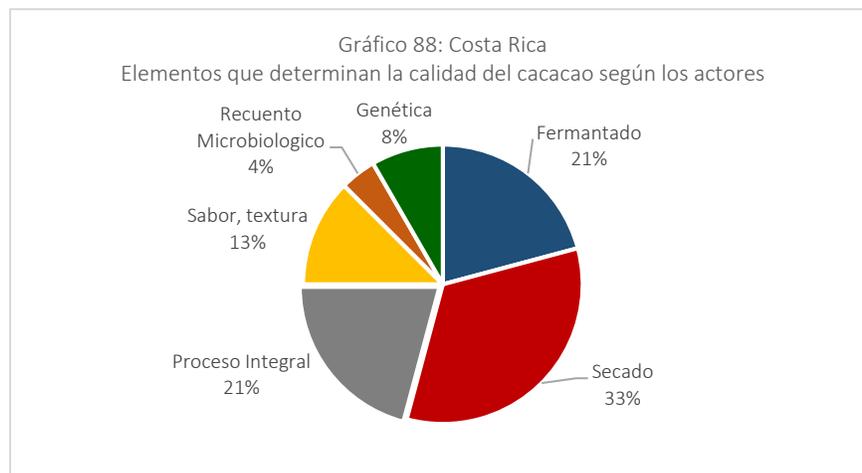
Fuente: Elaboración propia

Según los comentarios recibidos de los actores el cacao que se produce y compra en el país es de muy buena calidad debido a que es catalogado como fino y de aroma. Un ejemplo de lo anterior es lo manifestado por Juan Pablo Bouchert de Chocolates Nahua *“el cacao es bueno, tiene genética, además tiene frescura desde el momento de la cosecha hasta el inicio de la fermentación, prácticamente esta ausencia de enfermedades, no hay adulteración”*.

Otro caso similar es el productor George Grand de Chocolate Adventure Company, él señala que: *“El producto que compra hoy en día es de calidad pero podría mejorar”*. Por su parte Colibrí señala que: *“El cacao que compramos es excelente”*. No obstante, los actores manifestaron que la calidad del cacao puede mejorar, elementos que se desarrollan seguidamente.

5.15.5. Elementos que determinan la calidad

El fermentado y el secado fueron los elementos considerados como esenciales para la obtención de un cacao de calidad según los actores demandantes de la industria, otro factor que consideran importante es que sea proceso integral (cosecha, fermentado y secado), el sabor y la textura es otro elemento importante para los compradores. La genética no es considerada como uno de los elementos esenciales a la hora de comprar, es decir que no existe una variedad preferida de compra. Para la Compañía Nacional de Cacao el cacao de calidad es *“Buena fermentación, buen refinado, bajo recuento microbiológico”*



Fuente: Elaboración propia

El fermentado y secado son áreas claves para los compradores, sin embargo, muchos pequeños productores no cuentan con la capacitación adecuada para realizar estos procesos de manera correcta lo cual impacta directamente en la calidad del cacao. Los compradores, especialmente los acopiadores e intermediarios, manifestaron su preferencia de compra de cacao en baba para realizar ellos mismos el fermentado y el secado debido a que sus diferentes proveedores no cuentan con dominio de estos procesos.

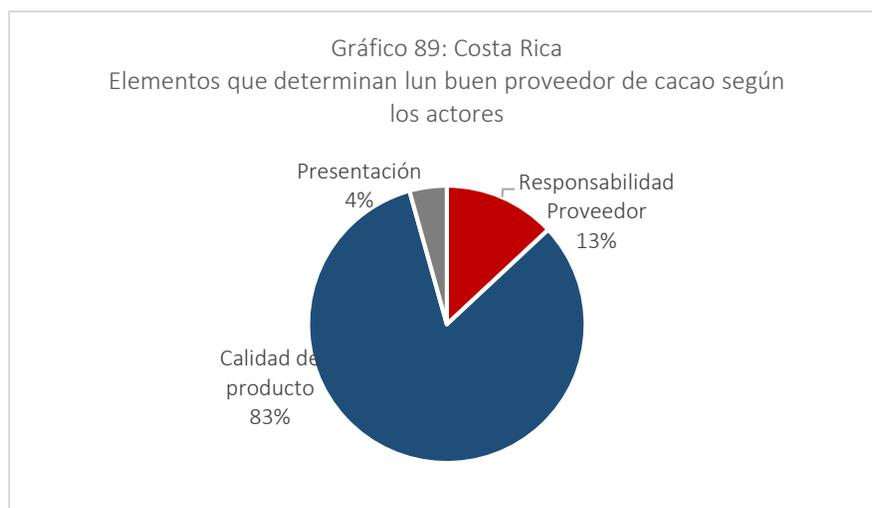
Otro elemento identificado como punto de mejora por sus proveedores son las certificaciones sostenibles como UTZ, Orgánico y Rain Forest, muy pocos productores cuentan con certificaciones, especialmente en la Zona Norte. Según lo señalado por la empresa Colibrí les interesa comprar más cacao no obstante la falta de certificaciones orgánicas limita el crecimiento.

Finalmente, varios actores señalaron que un cacao de calidad es aquel que:

- ✓ Cosechado cacao 100%maduro.
- ✓ Adecuada fermentación mínimo 6 días en cajones de madera.
- ✓ 4 o 5% de humedad.

5.15.6. Elementos que determinan un buen proveedor

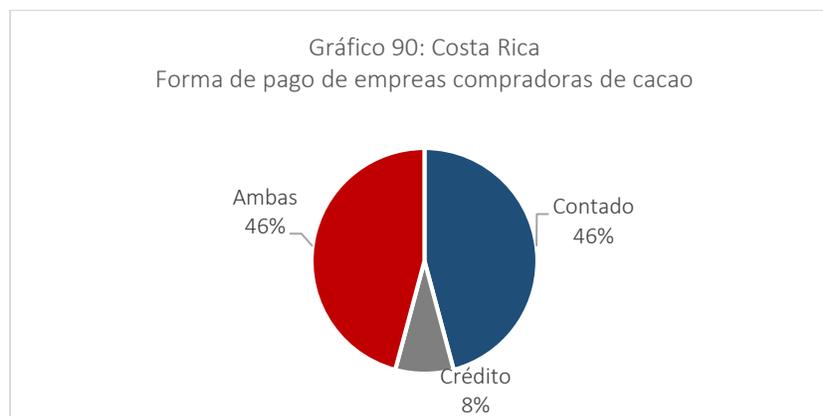
Se consultó a los actores demandantes de la industria procesadora y transformadora de cacao sobre cuales elementos definen a un buen proveedor, a lo cual se obtuvo que la calidad del producto es el primer aspecto a considerar antes de comprar, el segundo elemento es la responsabilidad del proveedor tanto en las entregas como en la constancia del producto, finalmente la presentación es el tercer elemento en importancia para los compradores. El detalle gráfico se presenta seguidamente.



Fuente: Elaboración propia

5.15.7. Forma de pago

El 46% de las actores contactados pagan de contado el producto, especialmente los acopiadores e intermediarios, el 8% trabaja exclusivamente con comprar a crédito y el 46% utiliza ambas modalidades de compra.

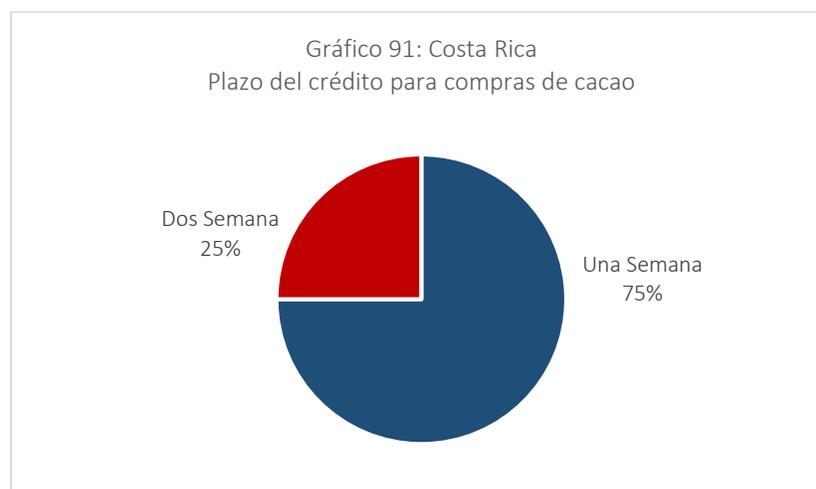


Fuente: Elaboración propia

Es importante que los productores y las organizaciones conozcan las condiciones de pago al momento de vender debido a que en los casos de ventas a crédito se debe contar con un capital de trabajo que permita seguir operando hasta la recepción del pago. Una organización pueden contar con el producto ideal para el cliente pero un tema de forma de pago limita el éxito de esas relación comercial.

5.15.8. Plazo del crédito.

Según los datos obtenidos el 75% de las organizaciones que trabajan a crédito tienen un plazo de pago de una semana y el 25% a dos semanas como máximo. En la Región Central la Compañía Nacional de Chocolate y El Taller del Chocolate pagan a dos semanas plazo, Costa Rica Cocoa paga de contado y La Chocolatería paga a una semana crédito.

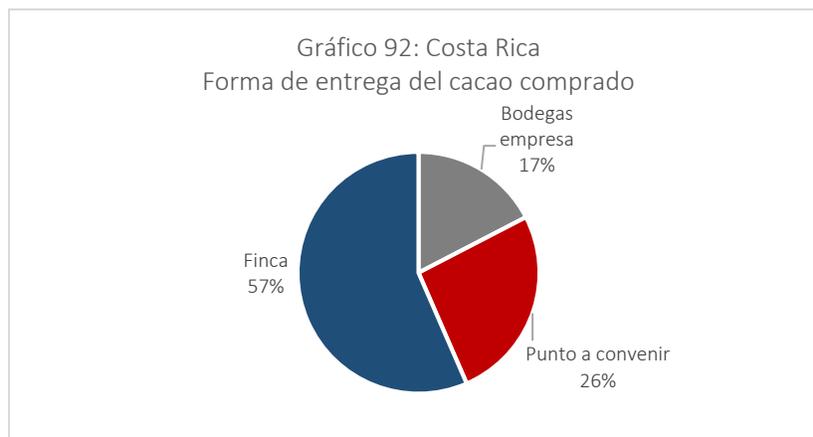


Fuente: Elaboración propia

En la Región Norte la empresa Colibrí y Chocolates Nahua pagan semanalmente, Finca La Dorada cada quince días, Juan Acevedo y Daniel López cancelan de contado las compras. En la Región Caribe APPTA y Chocolate Adventure Company pagan a sus proveedores cada semana, Koproxa, Acomuita, Delfin Rojas, Elena Gaitan y Tienda Caribbeans pagan de contado, en tanto que Amazilia cancela a dos semanas de crédito.

5.15.9. Forma de recolección del producto

Otro elemento que fue sometido a consideración de los actores demandantes de cacao fue la forma en la que se entregaba el producto, con base en los resultados obtenidos se obtuvo que el 57% de las organizaciones compra el cacao en la finca o bodega de los productores (especialmente acopiadores e intermediarios), el 26% acuerda un punto a convenir con el productor y 17% compra el cacao puesto en las bodegas de las empresas. Las empresas que compran el cacao puesto en bodega se ubican mayoritariamente en la Región Central. En el gráfico siguiente se presenta la información en detalle.



Fuente: Elaboración propia

5.15.10. Días recolección del producto

La mayoría de las empresas (18) recolectan producto cualquier día de la semana (Lunes – Sábado), una menor cantidad (5) reciben producto solo los días sábado, 3 organizaciones reciben viernes y jueves, 2 organizaciones tienen establecidos los lunes, martes y miércoles para la entrega de materia prima. De manera gráfica se presenta la información a continuación.

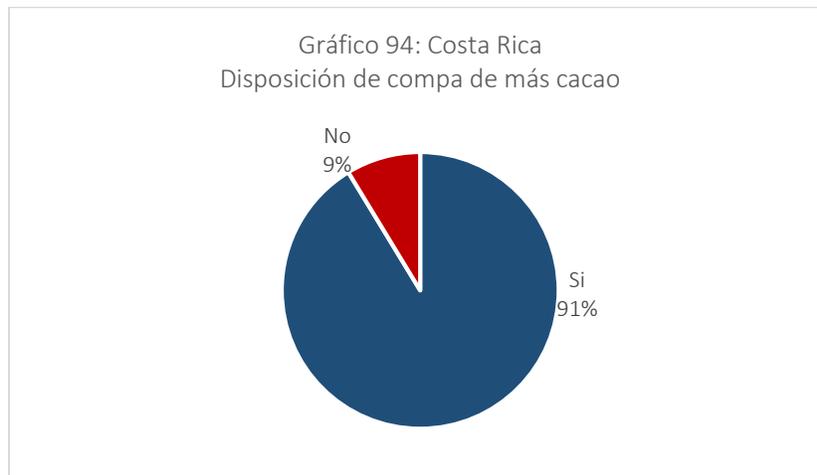


Fuente: Elaboración propia

En general los acopiadores, intermediarios y procesadores primarios reciben producto todos los días de la semana, las industrias secundarias y artesanales también reciben producto todos los días de la semana, sin embargo, pueden establecer días específicos por temas de disponibilidad de planta y uso de maquinaria, por ejemplo, Acomuita procesa los jueves exclusivamente, Delfín Rojas recibe producto sábados, entre otros .

5.15.11. Disposición de compra de más cacao.

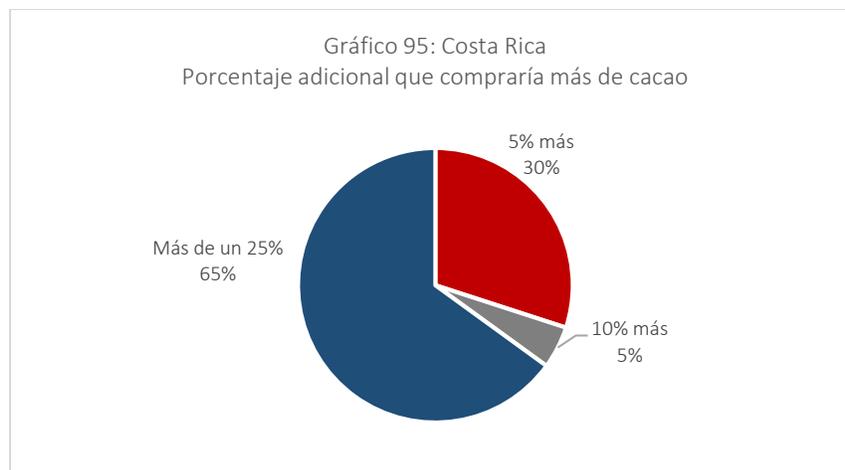
Se les consultó a los diferentes actores si estarían dispuestas a comprar una mayor cantidad de cacao por mes a lo cual se obtuvo que el 91% de los actores le interesa adquirir una mayor cantidad con respecto a las compras actuales. Ver gráfico a continuación.



Fuente: Elaboración propia

Solo el 9% (dos empresas) manifestaron su deseo de no comprar una cantidad mayor, en el caso de Finca La Dorada en Zona Norte consideran que dadas las ventas vigentes no tienen necesidad de mayores compras, pero que si el mercado aumenta tendrían que comprar más cacao, en tanto que, Tienda Caribbeans manifestó que no desea comprar más cacao pero si le interesa comprar la misma cantidad pero con mayor calidad.

En esa línea, también se consultó a los actores la cantidad adicional de cacao que comprarían; el 65% mostró interés en comprar más de un 25% de la cantidad comprada actualmente, el 30% compraría un 5% más y el 5% aumentaría sus compras en un 10%. Lo anterior evidencia que los actores demandantes de cacao se encuentran ante una escasez de producto la cual se concentra en cacao seco, pasta, licor y torta de cacao, coyuntura que debe ser aprovechada en el país por los oferentes de producto.



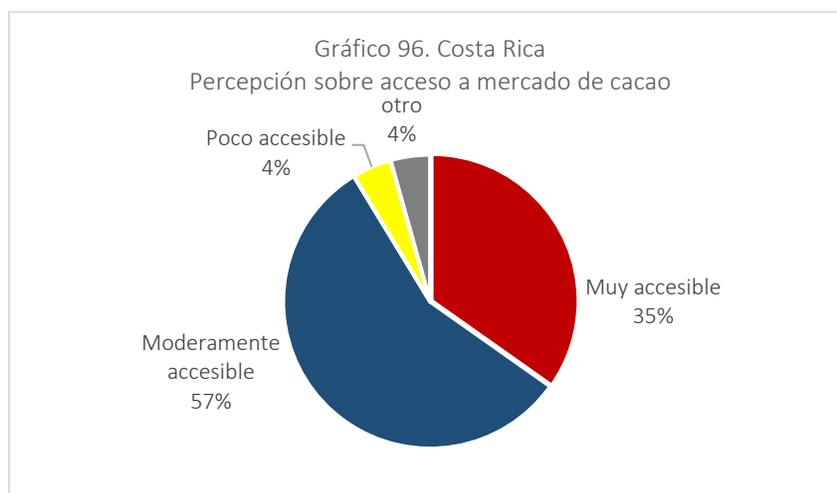
Fuente: Elaboración propia

Existe una necesidad de mayor cacao en el país, por ejemplo Elena Gaitan manifestó su interés en comprar un 400% más de producto para así alcanzar compras por 25.000 kilogramos mensuales, caso similar es Koproxá que indicó aumentar sus compras por un 200% ya que cuenta con una planta de procesamiento de 200 toneladas, Delfin Rojas también aumentaría sus compras en un 100% con respecto a la cantidad actual. En la Zona Norte Nahua compraría un 50% más, Juan Acevedo un 20% y Daniel López.

En la Región Central las empresas están dispuestas a comprar más producto, por ejemplo, La Chocolatería y el Taller del Chocolate compraría un 10% más, Compañía Nacional de Chocolate y Costa Rica Cocoa un 25% más.

5.15.12. Acceso a mercados

Ligado al punto anterior se consultó a los actores sobre la percepción en cuanto al acceso a mercados para aumentar las ventas de cacao, el 57% consideró como moderadamente accesible el acceso a nuevos mercados o bien aumentar los actuales debido a una alta demanda por productos a base cacao, el 35% lo consideró muy accesible ya que los productos se colocan bien y fácil en el mercado internacional, tan solo el 4% indicó que el acceso a mercados es poco accesible en este momento.

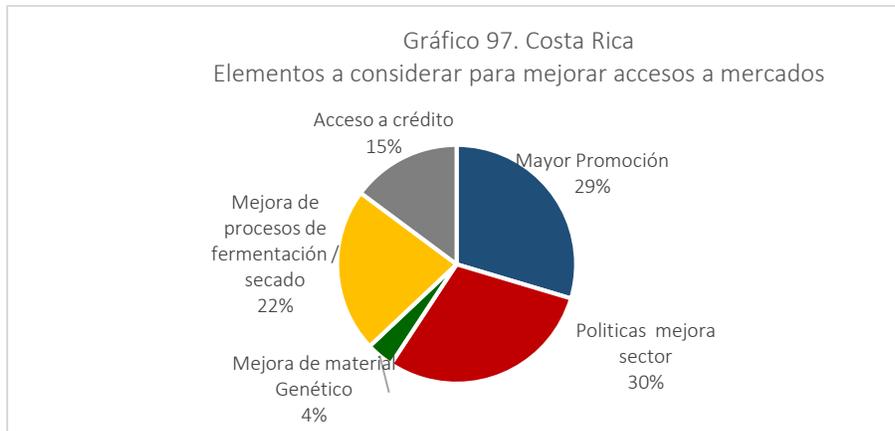


Fuente: Elaboración propia

Lo interesante del gráfico expuesto es que los demandantes de la industria transformadora y procesadora de Costa Rica observan que el mercado internacional está creciendo y existe un faltante de productos a base de cacao. Esta oportunidad de mercado debe ser aprovechada por los cacaoteros, donde a través de escalamientos en la cadena de cacao pueda acceder a un mejor precio. Para ello se deberán atender áreas claves como la capacitación en manejo post cosecha (fermentado y secado), la capacidad instalada (maquinaria requerida para procesamiento), la asociatividad entre los productores y organizaciones (ver Componente I).

5.15.12. Mejoras acceso a mercados

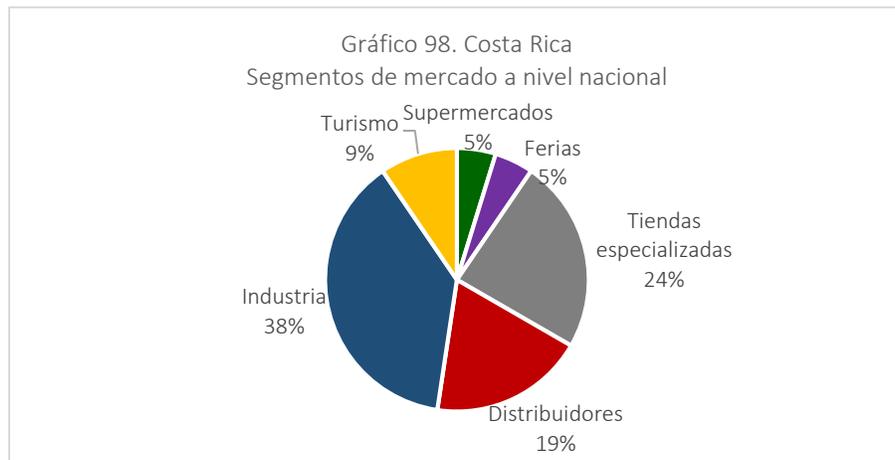
Si bien los actores consideran en términos generales accesible los mercados para colocación de productos a base de cacao se les consultó que elementos pueden mejorar este acceso a mercados tanto locales como internacionales. Según las respuestas obtenidas se obtuvo que el desarrollo de políticas para mejora del sector cacao es clave, seguido de una mayor promoción del cultivo, además los actores señalan como elementos a trabajar las mejoras en procesos de fermentación y secado, así como el acceso a crédito y en menor grado el mejoramiento del material genético.



Fuente: Elaboración propia

5.15.13. Segmentos de mercado a nivel local

Los actores contactados con ventas a nivel local utilizan varios segmentos de mercado que vale la pena señalarlos. El principal segmento es la industria alimentaria y procesadora, el segundo las tiendas especializadas, el tercero en importancia son los distribuidores, el cuarto en importancia es el turismo, y los supermercados y ferias representaron los segmentos con menores empresas en el canal. El detalle gráfico se presenta a continuación.

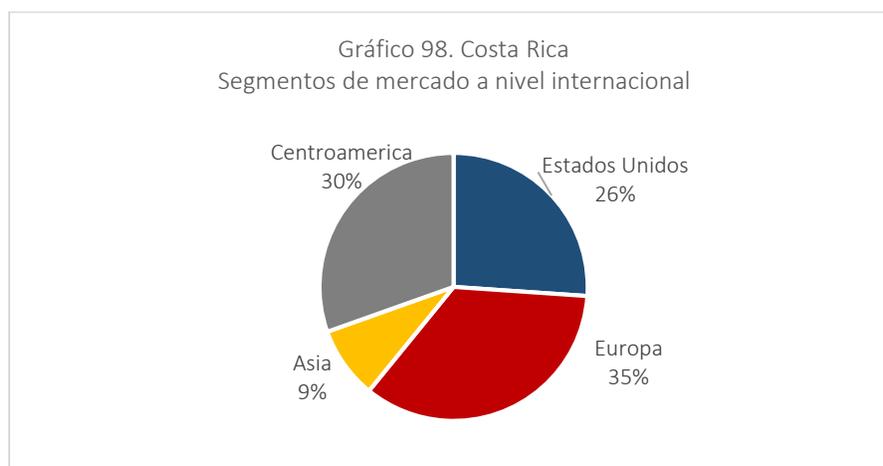


Fuente: Elaboración propia

En la Región Central Costa Rica Cocoa y Compañía Nacional de chocolate vende en Supermercados y a la Industria Alimentaria, La Chocolatería y Taller del Chocolate colocan sus productos en tiendas especializadas. En la Región Atlántica Acomuita vende en ferias, Delfin Rojas a la industria, Amazilia al Turismo, Caribbeans en tiendas especializadas y Chocolate Adventure Company en ferias y al Turismo. En la Región Norte Daniel López vende a clientes específicos como procesadores secundarios, Colibrí a distribuidores locales y nacionales, Finca La Dorada a la industria procesadora, Chocolates Nahua a distribuidores y tiendas especializadas, SIBAELI vende en supermercados locales, distribuidores y tiendas especializadas.

5.15.14. Segmentos de mercado a nivel internacional

De acuerdo a la información suministrada por los actores el principal mercado de exportación para cacao y sus subproductos es Europa con un 35% de las organizaciones, el segundo mercado en importancia es Centroamérica con el 30%, el tercer mercado en importancia es Estados Unidos con el 26% y cierra la lista Asia con el 9%.



Fuente: Elaboración propia

En la Región Atlántica APPTA exporta a Estados Unidos, Europa y Centroamérica, Koproxa a Europa y Centroamérica, Elena Gaitan a Estados Unidos y Europa, Chocolate Adventure Company a Europa y Centroamérica. En la Región Norte Juan Acevedo, Daniel López exportan a Centroamérica, Colibrí a Europa y Centroamérica, Finca La Dorada a Europa y Estados Unidos, Nahua a Estados Unidos, Europa y Asia. En la Región Central tanto Costa Rica Cocoa como Compañía Nacional de Chocolate exportan a Estados Unidos, Europa y Centroamérica.

VI. Hallazgos y conclusiones

6.1. Hallazgo sobre perfil mercado internacional de cacao

La investigación realizada analizó las áreas en producción, exportaciones, importaciones, diferentes tendencias, precios, condiciones y potenciales opciones de venta para el cacao de Costa Rica. Con base en la información recolectada se considera importante señalar a modo de resumen los siguientes puntos:

Producción Mundial de cacao

1. Durante el año 2013 hubo una producción de 4, 585,552 toneladas métricas de cacao en grano en todo el mundo. La distribución por región fue la siguiente: el 73% fue producido por África (3, 406,154), el 17% por América (720,842) y el restante 10% fue producido por Asia & Oceanía (458,555). La proyección del ICCO para 2016 es que la distribución sea de 74% para África, 17% para América y 9% para Asia & Oceanía.
2. Diez países concentraron el 94% de la producción mundial, el mayor productor de cacao del mundo fue Costa de Marfil con 1,448,992 toneladas (32% del total), seguido por Ghana con 835,466 toneladas (18% del total) e Indonesia con 777,500 toneladas para el 17% de la producción mundial.
3. Costa Rica se registró una producción de 700 toneladas métricas equivalentes al 0.02% de la producción mundial y al lugar número 41 en el planeta. Con respecto al continente Americano Costa Rica representó el 0.1% de la producción y el lugar 17.

Hectáreas en cacao

4. En el año 2013 hubo un total de 10.012.33 hectáreas en producción de cacao alrededor del mundo. África concentra el 63% de las tierras dedicadas a cacao con más de 6.293.000 hectáreas, le sigue Asia con el 19% para un total de 1.887.000 hectáreas, América con el 17% con 1.699.000 hectáreas y cierra Oceanía con el 1% para 152.335 hectáreas en cacao.
5. Costa de Marfil es el país con más área en ese cultivo con cerca de 2.500.000 Ha (25% del mundo), le sigue Indonesia con 1.774.500 Ha (18% mundo), Ghana con 1.600.000 Ha (16% global), Nigeria con aproximadamente 1.200.000 Ha (12% del mundo) y Brasil con 689.276 Ha (7% mundo). En el Costa Rica 2014 contaba con 3.041 fincas para una extensión total del 3.170 hectáreas.

6. En el 2013 se registraron 227.695 hectáreas de cacao certificadas, lo cual equivale a un 2,27% del total de área de cacao en el mundo para ese año. América Latina es la región que cuenta con el 90% de dicha área con 204.601 Ha, seguido de África con el 10% con 23.063 Ha, Oceanía cuenta con 31 Ha y Asia no tiene registro. Costa Rica registró 121 Ha en cacao para el año 2013, cifra equivalente a un 2,3% del área total en cacao.

Precios internacionales

7. El precio en dólares estadounidenses por tonelada métrica en la Bolsas de New York para octubre de 2016 fue de 2715 USD, es decir cada kilogramo de cacao seco se comercializó en 2.71 dólares.
8. El año 2016 ha presentado un comportamiento mensual bastante estable en los nueve meses antes de octubre. En enero de dicho año el precio por tonelada métrica de cacao seco era de 2.952 dólares en tanto que para setiembre se ubicó en los 2,881 dólares, una disminución de 2,4%.

Exportaciones mundiales de cacao

9. Durante el año 2015 el valor de las exportaciones mundiales de productos vinculados a cacao fue de poco más de 47.500 millones de dólares. Dicho valor ha aumentado considerablemente desde el año 2011 al 2015, en ese periodo pasaron de 44.400 millones de dólares a los mencionados 47.500 millones, un tasa de crecimiento del 9%.
10. Alemania fue el país con el valor más alto de exportaciones con 5.500 millones de dólares, un 12% de las exportaciones mundiales, seguido por Costa de Marfil con 5.100 millones de dólares para un 11% del total y Holanda con 5.050 millones de dólares.
11. Del total del valor exportado en cacao en 2015, el 54% fue comercializado en la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao), 1801 (cacao en grano) con el 22%, 1804 (manteca, grasa y aceite de cacao) 12%, 1803 (pasta de cacao) 7%, 1805 (cacao en polvo) con el 4% y 1802 con el 1%.

Exportaciones de cacao de Costa Rica

12. Costa Rica exportó en el año 2015 un total de 11.136.875 dólares a 32 países en todas aquellas partidas arancelarias vinculadas a cacao, las cuales han mostrado un aumento en los últimos años, se pasó de 9.777.732 dólares en el 2012 a los señalados 11.136.875 dólares en 2015, un aumento del 13%.

13. América Central fue la región más importante para las exportaciones con el 55%, le siguió América del Norte con el 27%, América del Sur con el 8%, Unión Europea con el 4% y el Caribe con el 2%.
14. Del total de las exportaciones de cacao de Costa Rica en el 2015 el 85% se realizó bajo la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao), 1801 (cacao en grano) con el 7%, 1805 (Cacao en polvo sin azúcar) representó el 5%, 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao) con el 2% y 1803 (Pasta de cacao) representó el 1%.

Importaciones de cacao en el mundo

15. En 2015 el valor de las importaciones de productos vinculados a cacao fue de poco más de 46.100 millones de dólares. Este indicador económico mostró un crecimiento considerablemente entre los años 2012 al 2014 cercano al 20%.
16. Diez países concentraron el 59% de las importaciones con un valor de 27.000 millones de dólares. Estados Unidos fue el país que más productos vinculados a cacao importó con casi 5.0000 millones, le siguió Alemania con 4.6000 millones, Holanda con 4.050 millones.
17. Del monto total importado en 2015, el 56% fue comercializado en la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao), le siguió la 1801 (cacao en grano) con el 20%, 1804 (manteca, grasa y aceite de cacao) 12%, 1803 (pasta de cacao) con el 7%, 1805 (cacao en polvo) con el 5%, 1802 con el 1%.

Importaciones de cacao en Costa Rica

18. Costa Rica importó en el año 2015 un total de 36.232.265 dólares de un total de 43 países diferentes. Las importaciones aumentaron desde el año 2012 y hasta el 2015, en más de 5.7 millones de dólares para una tasa de crecimiento del 18%, lo cual evidencia una falta en la oferta de producto a nivel nacional.
19. Costa Rica importó el 62% de América del Norte, le siguió América del Sur con el 13%, La Unión Europea con el 12%, Centroamérica tuvo una participación del 3% .De acuerdo con el análisis realizado once países concentran el 87% de importaciones de cacao en Costa Rica.
20. Del total de las importaciones de cacao de Costa Rica en el 2015 el 85% se realizó bajo la partida arancelaria 1806 (chocolate y otros alimentos que contienen cacao), le siguió la partida 1805 (Cacao en polvo sin azúcar) con 9%, siguió la 1803 (Pasta de cacao) con el 4%, la partida 1804 (Manteca, grasa y aceite de cacao) con el 2%.

Costa Rica: Exportaciones – Importaciones

21. La brecha entre exportaciones e importaciones aumentó de forma sostenida, en el 2012 la diferencia era cerca de 21 millones de dólares y para el 2015 fue de 25 millones de dólares, un crecimiento del 25% en cuatro años.
22. El comportamiento histórico señala que la brecha entre las importaciones y exportaciones de pasta de cacao ha ido disminuyendo en los últimos años, para el 2012 era de más de 2.9 millones de dólares y para el último año registrado (2015) fue de menos de 1.4 millones de dólares.
23. Existen una brecha amplia entre el monto de las importaciones de cacao en polvo seco y las exportaciones de ese producto. Tan solo en el 2015 la diferencia fue de 2.8 millones de dólares.
24. En la partida arancelaria 1806 (Confitería de cacao) se presenta una brecha entre ventas y compras al exterior, solo para el año 2015 fue de casi 20 millones de dólares y la tendencia es que continúe aumentando.

Consumo Mundial de cacao

25. El principal país importador fue Estados Unidos seguido con el 16% del monto total, seguido por Alemania 15%, Holanda 13%, Francia 11%, Reino Unido 8%, Bélgica 8%. En el caso de los países asiáticos Malasia, Japón y China tuvieron una participación del 3% cada uno en el monto importado total en 2015.
26. Según los últimos datos del ICCO en la cosecha 2015/16 existió un faltante en la producción de cacao de aproximadamente 215.000 toneladas (5% de la producción mundial). En los años futuros se mantendrá el déficit de producción para hacer frente a las necesidades de molienda de cacao.
27. El consumo de cacao aumentó en un 13% entre los años 2008/09 y 2013/14, donde el mundo pasó de consumir 3.546.000 toneladas métricas a 4.004.000 toneladas. Los países asiáticos presentaron el mayor crecimiento con el 51% en ese periodo.

Consumo de cacao en Costa Rica

28. El consumo de cacao seco en Costa Rica se ubicó en 2014 en 675 toneladas.
29. Costa Rica consumió 0.6 kilogramos por persona en 2014 según la cifras dadas a conocer por Euromonitor International. Esta cifra ubicó a Costa Rica en el sexto lugar entre los mayores consumidores de chocolate en América Latina

Tendencias de consumo y usos de cacao.

30. La tendencia del consumo mundial de cacao es alza. Los países de Europa Central, Asia y Norteamérica continúan aumentando sus importaciones año tras año.
31. La producción mundial no está creciendo al ritmo de la demanda, los principales países productores de cacao en el mundo como Costa de Marfil y Ghana están viendo afectada sus cosechas debido al efecto del cambio climático y a pocos programas de mejoramiento de tejidos.
32. La confitería de chocolate y los derivados del cacao presentan una tendencia al alza en los países consumidores gracias a factores de en pro de la nutrición sana, beneficios en la lucha contra enfermedades. También se manifiesta demanda por cacao sostenible, a través de certificación como UTZ, Orgánico, Comercio Justo y Rainforest Alliance
33. El crecimiento de plantaciones de cacao bajo certificación UTZ ha sido exponencial, en tan solo 5 años aumento en el área certificada de un 784%, en el 2010 había 173.000 hectáreas y en 2015 las señaladas 1.530.000.
34. El potencial de ventas de cacao certificado UTZ es alto, en el 2015 hubo un total de 134 países que compraron este producto bajo dicha certificación.
35. En el 2014 las hectáreas certificadas para cacao fue 434.300, un crecimiento del 2% con respecto a 2013.
36. Del total de toneladas métricas certificadas en cacao orgánicos cerca de 78.000 fueron vendidas como orgánicas, es decir, más del 75%.
37. La manteca de cacao uno de los productos más utilizados gracias a la tenencia mundial por el chocolate oscuro con altas concentraciones de cacao. La manteca de cacao se utiliza principalmente en confitería para galletas, helados y chocolates y es el segundo ingrediente más utilizado en la industria de galletas en América Latina y el primero en Asia para la elaboración de helados.
38. La pasta de cacao es el subproducto de cacao más comprado por las marcas premium de chocolates de alta calidad. Es utilizada en helados, galletas y otros productos lácteos así como tabletas de chocolate.

39. El cacao en polvo es utilizado como base para panadería (43%) y bebidas calientes (21%), ha presentado un aumento sustancial en Europa Central y Asia.

40. El cacao orgánico presenta un crecimiento de la demanda. Este es utilizado como materia prima. El mercado líder en chocolate orgánico es Alemania (43%), seguido de Estados Unidos, y Reino Unido. Tan solo en el año 2013 las ventas de chocolate orgánico alcanzaron los 772 millones de dólares.

41. Se presenta una tendencia en la demanda por productos en combinación con cacao como Chocolate con cítricos, Postres en chocolate, Verduras en chocolate, Frutas tropicales y exóticas, Cereales con chocolate.

6.2. Hallazgos sobre perfil mercado local de cacao

Los principales hallazgos e información importante se detallan a continuación:

Destino de la producción

1. En 2014 el 37% de las fincas de cacao en el país utilizaban la producción para consumo propio, el 34.5% de las fincas venden su producto en el mercado local, el 13.8% comercializó el cacao directamente en su finca, el 9.3% no tuvo cosecha, tan solo el 2.7% vendió directamente a la agroindustria, el 1.7% no logro vender su producción y el 0.2% de las fincas realizan exportaciones de cacao.

Precios pagados en Costa Rica

2. En noviembre 2016 el promedio país por kilogramo seco de cacao es de 2.41 dólares, un equivalente a 1.328 colones según el tipo de cambio actual del Banco Central de Costa Rica.
3. Upala es la zona con el precio por kilogramo seco más alto de país con 2,75 dólares un equivalente a 1.510 colones. En Bribí el precio por kilogramo fue de 2.25 dólares unos 1.236 colones. En el caso de Guápiles el precio fue de 2.55 dólares, unos 1.389 colones por kilogramo.
4. En San José el precio de referencia fue de 2.40 dólares, aproximadamente 1.318 colones al tipo de cambio actual. En la Zona Sur (Puerto Jiménez) el precio promedio de pago fue 2 dólares, unos 1.098 colones por cada kilogramo seco.

Vínculos comerciales entre actores de la cadena

5. Los productores pueden entregar el producto a los acopiadores locales, ampliados o a los compradores independientes, la segunda opción es brincarse el eslabón de los acopiadores y entregar directamente el producto a los procesadores primarios, secundarios o bien procesar ellos mismos su cacao para obtener productos terminados (procesamiento artesanal).
6. Los procesadores primarios venden el producto a mercado internacional para la exportación así como el mercado nacional para procesamiento secundario.
7. Los procesadores secundarios tienen varias opciones para colocar los productos; la primera es la exportación de subproductos de industria en el mercado internacional, la segunda la venta de productos final al mercado internacional y la tercera venta de subproductos y productos terminado a mercado nacional, especialmente a Industrias Agroalimentarias como Dos Pinos, Pozuelo.

8. Los procesadores artesanales venden sus productos a través de comercialización a nivel internacional, específicamente a mercados como Estados Unidos y Europa, la otra opción es la venta en el mercado local a nichos como Supermercados locales y nacionales, ferias locales, tiendas especializadas así como restaurantes y cafeterías.

Actores demandantes de cacao en el mercado local

9. En total se contactó a 28 actores procesadores y transformadores, el 42% se ubicó en la Región Caribe (11 actores), el 39% en la Región Norte (10 actores) y el 19% en la Región Central (6 actores).
10. De los actores contactados el 63% se concentró en procesadores Artesanales, el 15% en el segmento acopiadores, el 7% procesadores primarios y el restante 15% fueron actores vinculados a los procesadores secundarios.

Disposición de compra de cacao

11. El 62% de los actores contactados si está comprando cacao en algunas de sus modalidades; seco, en baba, manteca, pasta o producto final. El restante 32% de los actores manifestó que de momento solo utilizan el cacao de sus propias fincas.
12. En la Región Atlántica el 82% de los actores contactados indicó que si están comprando cacao, y el restante 18% no compra actualmente. Las empresas que no están comprando cacao en la zona son Finmac y Guido Jiménez Guillen.
13. En la Región Norte el 60% de los actores manifestó que si compran cacao actualmente, entre las empresas más importantes con compras de cacao se destacan; La Familia Acevedo (Acopiador- Intermediario), Daniel López (Acopiador- Intermediario), Empresa Colibrí, Finca La Dorada y Chocolates Nahua.
14. En la Región Central todas las empresas contactadas compran cacao en sus diferentes presentaciones, entre las más importantes se destacan: Giacomini, Compañía Nacional de Chocolate, Costa Rica Cocoa Products, La Chocolatería y Taller del Chocolate.

Tipo de cacao comprado

15. El cacao seco es la preferencia de compra de los diferentes actores contactados debido a que el 44% indicó comprar el cacao en esta fase, el 32% compra cacao en baba, el 12% compra en pasta, el 4% en licor de cacao, el 4% en manteca de cacao y restante 4% en torta de cacao.

16. En la Región Huétar Norte los actores demandantes solo compran cacao en baba (75%) y seco (66%). En la Región Atlántica el 78% de los actores compra cacao seco, el 44% prefiere adquirir cacao en baba y el 12% requiere utilizar cacao en pasta. En la Región Central los actores prefieren comprar el cacao en pasta, seguido por cacao seco y tercera opción licor, manteca y torta de cacao.

Volumen de compra

17. En el caso del cacao en baba dos organizaciones compran menos de 200 kg al mes, dos organizaciones compran entre 200 y 500 kg mensuales y cinco actores compran más de 1.000 kg al mes. Las organizaciones de mayor volumen de compra mensual de cacao son APPTA (15.000 kg), KOPROXA (20.000 Kg), Elena Gaítan (4.000 Kg), Colibrí (3.300 kg), Chocolates Nahua (2.000 kg).
18. En cacao seco un total de 4 empresas compran en promedio menos de 200 kg al mes, tres empresas compran entre 200 y 500 kg mensuales, dos empresas compran entre 500 y 100 kg y finalmente dos empresas adquieren más de 1000 kg al mes. Las empresas con mayor compra de cacao seco son Koproxa S.A (3.000 Kg/mes), APPTA (2500 Kg/mes) y Daniel López (900 kg/ mes).
19. La pasta de cacao es demanda por dos organizaciones que compran entre 200 y 500 kg y otra empresa que compra entre 500 y 1000 kg mensuales. Los principales compradores son Amazilia (190 kg/mes) y Compañía Nacional de Chocolate (10.000 Kg/ mes).
20. El licor y torta de cacao son demandados por Costa Rica Cocoa y Compañía Nacional del Chocolate. Esta última indicó que importa mensualmente unos 15.000 kg de licor de cacao y unos 30.000 kg de torta.

Precios de compra según actores contactados

21. Baba: Región Norte el precio promedio por kilogramo de cacao en baba fue de 500 colones convencional y 700 colones orgánico certificado. En la Región Atlántica los precios son diferentes según el comprador, por ejemplo Koproxa paga a 500 colones / kg, Elena Gaitán a 600 colones/ kg, Delfín Rojas a 1.100 col/kg, Chocolate Adventure Company 1.000 col/ kg y APPTA a 600 colones/kg.
22. Seco: En la Región Atlántica el precio por kilogramo seco oscila entre los 1300- 2200 colones por kilogramo, el precio más alto es pagado por la empresa Caribbeans a 2200 colones/ kg y el menor por Koproxa S.A con 1300 colones/ kg. En la Región Norte el precio varía entre los 1.200 y 1400 colones/ kg, el precio más alto es pagado por Daniel López a 1.400 col/ kg y el menor por Juan Acevedo a 1.200 col/kg.

23. Pasta cacao: Los rangos se ubican entre los 10-15 dólares por kilogramo.

Calidad del cacao comprado

24. El 41% de los actores considera como excelente la calidad del cacao comprado, el 53% buena y solo un 6% como regular.

25. El fermentado y el secado fueron los elementos considerados como esenciales para la obtención de un cacao de calidad según los actores demandantes de la industria, otro factor que consideran importante es que sea proceso integral (cosecha, fermentado y secado), el sabor y la textura es otro elemento importante para los compradores.

26. Los elementos indicados como cacao de calidad fueron: Cosechado cacao 100% maduro, adecuada fermentación mínimo 6 días en cajones de madera y 4 o 5% de humedad.

Elementos que determinan un buen proveedor

27. La calidad del producto, la responsabilidad y la presentación del producto fueron los tres elementos definidos como primordiales para ser un buen proveedor por parte de los actores contactados.

Forma de pago

28. El 46% de las actores contactados pagan de contado el producto, especialmente los acopiadores e intermediarios, el 8% trabaja exclusivamente con comprar a crédito y el 46% utiliza ambas modalidades de compra.

29. Según los datos obtenidos el 75% de las organizaciones que trabajan a crédito tienen un plazo de pago de una semana y el 25% a dos semanas como máximo.

Forma de recolección del producto

30. El 57% de las organizaciones compra el cacao en la finca o bodega de los productores (especialmente acopiadores e intermediarios), el 26% acuerda un punto a convenir con el productor y 17% compra el cacao puesto en las bodegas de las empresas.

31. La mayoría de las empresas recolectan producto cualquier día de la semana (Lunes – Sábado), una menor cantidad reciben producto solo los días sábado, 3 organizaciones reciben viernes y jueves, 2 organizaciones tienen establecidos los lunes, martes y miércoles.

Disposición de compra de más cacao.

32. El 91% de los actores le interesa adquirir una mayor cantidad con respecto a las compras actuales. De estos actores el 65% mostró interés en comprar más de un 25% de la cantidad comprada actualmente, el 30% compraría un 5% más y el 5% aumentaría sus compras en un 10%.

Acceso a mercados

33. El 57% de los actores consideró como moderadamente accesible el acceso a nuevos mercados o bien aumentar los actuales debido a una alta demanda por productos a base cacao, el 35% lo consideró muy accesible ya que los productos se colocan bien y fácil en el mercado internacional, tan solo el 4% indicó que el acceso a mercados es poco accesible en este momento.
34. El desarrollo de políticas para mejora del sector cacao es clave, seguido de una mayor promoción del cultivo, mejoras en procesos de fermentación y secado, así como el acceso a crédito y el mejoramiento del material genético fueron los elementos señalados por los actores como esenciales para aumentar el acceso a mercados.

Segmentos de mercado a nivel local e internacional

35. El principal segmento es la industria alimentaria y procesadora, el segundo las tiendas especializadas, el tercero en importancia son los distribuidores, el cuarto en importancia es el turismo, y los supermercados y ferias representaron los segmentos con menores empresas en el canal.
36. Según los actores contactados el principal mercado de exportación para cacao y sus subproductos es Europa con un 35% de las organizaciones, el segundo mercado en importancia es Centroamérica con el 30%, el tercer mercado en importancia es Estados Unidos con el 26% y cierra la lista Asia con el 9%.
37. Las industrias procesadoras manifestaron interés por adquirir cacao de Costa Rica, sin embargo, su segmento de mercado son las grandes industrias procesadoras como la Dos Pinos, Pozuelo, Lala, entre otros, de ahí que el requerimiento de cacao no es tan alta calidad como el producido en Costa Rica por ende el precio pagado por los procesadores secundarios es menor al esperado.
38. El mercado de productos a base de procesamiento artesanal es una fuente importante para diferentes actores en regiones Norte, Atlántica y Central ya que les permite colocar sus productos directamente a mercados locales o nacionales, sin embargo, es un mercado reducido y el cual ante una entrada masiva de nuevos procesadores artesanales puede colapsar este tipo de mercado .

Un ejemplo muy claro es el productor de Chocolates SIBANELI que venden su producto en supermercados locales de Upala y San Carlos, así como a un distribuidor que los coloca en San Carlos, el procesamiento mensual de este actor es de unos 200 kilogramos de cacao seco.

39. A nivel internacional Costa Rica no debe apostar por colocar cacao seco ya que ese mercado es de volumen y no tanta calidad. El país debe enfocarse en darle valor agregado a la producción, especialmente en subproductos como manteca y torta de cacao. Para ello se deberán desarrollar capacidades en las organizaciones que permitan mejorar su capacidad operativa y de generación de valor agregado hacia otros subproductos de cacao.
40. Las certificaciones sostenibles tipo Comercio Justo, Orgánico y UTZ son herramientas que abren mercados con acceso a mejores precios. Por tanto, y de forma paralela al mejoramiento en las capacidades de procesamiento, se deberá implementar procesos y procedimientos a nivel de productor y organización que permitan el cumplimiento de este tipo de sellos. Esta necesidad se vuelve aún más necesaria en la Zona Norte donde muy pocas organizaciones tienen una certificación.

VII. Anexos

Fotografías de los encuentros con los actores:



Planta de empaque –APPTA



Reunión procesadores artesanales Guatuso



Chocolates del procesador Artesanal Edwin Sibaja

VIII. Bibliografía

Referencias Bibliográficas

- ✓ BCCR (Banco Central de Costa Rica). (2016). Indicadores Económicos (Colones y dólares).
- ✓ CATIE (2013). Servicios ambientales de los cacaotales centroamericanos. Resultados de investigación al alcance de las comunidades cacaoteras. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). Turrialba, Costa Rica.
- ✓ Echeverri (2013). Tecnología moderna en la producción de cacao: manual para productores orgánicos. Programa Sixaola. Ministerio de Agricultura y Ganadería. San José, Costa Rica
- ✓ FAO (2006). Alianzas Productivas en Agrocadenas, Experiencias de la FAO en América Latina. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Santiago, Chile.
- ✓ FAO (2012). Marco Estratégico de Mediano Plazo de Cooperación de la FAO en Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe 2012 -2015. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/019/as169s/as169s.pdf>
- ✓ ICCO. (2015) Challenges and opportunities of the global cocoa and chocolate sector & position of the Russian market (Moscow, 29 October 2015).
- ✓ ICCO. The World Cocoa Economy: Current Status, Challenges and Prospects (9-10 April 2014).
- ✓ IICA (2016). Elementos para la Caracterización de la cadena de cacao en Costa Rica. Documento integrado por la oficina IICA Costa Rica, con elementos de fuentes secundarias y criterios del taller de línea base en la cadena. San José de Costa Rica.
- ✓ IICO. (2010). Producción de cacao en grano mundial. Boletín Trimestral de Estadística de Cacao para Octubre.
- ✓ INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos). (2016). IV Censo Nacional Agropecuario 2014 Cuadros Estadísticos.
- ✓ MAG, IICA, CANACAO, CATIE (2013). Estrategia Sector Cacao de Costa Rica. Documento impreso por Ministerio de Agricultura y Ganadería. San José, Costa Rica.

- ✓ MEIC (Ministerio de Industria y Economía, MEIC). (2016). Estudio sobre la caracterización de la Oferta financiera costarricense (año 2015)
- ✓ MEIC (Ministerio de Industria y Economía). (2016). Estudio sobre Oportunidades Comerciales para el Cacao.
- ✓ Nadurille (2010). Cadena de valor de Costa Rica. IICA-CATIE. Proyecto Cacao Centroamérica. Edición CATIE. Turrialba, Costa Rica.
- ✓ León, Y. (2007). Caracterización de la cadena productiva de cacao y diagnóstico de la cooperación entre actores. Turrialba: CATIE.
- ✓ Porta Estadístico FAO. FAOSTATS (Consultas entre el 1 octubre – 15 de noviembre)
- ✓ Promotora de Comercio Exterior Costa Rica (PROCOMER). (2008). Dirección Estudios Económicos. Estudio Perfil Producto Cacao. PROCOMER. Costa Rica
- ✓ Promotora de Comercio Exterior Costa Rica (PROCOMER). (2015) Memoria estadística.
- ✓ THE MARKET FOR ORGANIC AND FAIR-TRADE COCOA. (s.f). Increasing incomes and food security of small farmers in West and Central Africa through exports of organic and fair-trade tropical products.
- ✓ World Cocoa Foundation. (2010). Cocoa Market. Recuperado el 28 de Noviembre de 2010, de <http://www.worldcocoafoundation.org/learn-about-cocoa/cocoa-market.htm>

Entrevistas

Número	Región	Organización	Tipo Actor
1	Caribe	APPTA	Procesador primario
2	Caribe	Finmac	Procesador secundario
3	Caribe	Acomuita	Procesamiento Artesanal
4	Caribe	Koproxa S.A	Procesador secundario
5	Caribe	Productor Individual - Delfin Rojas	Acopiador
6	Caribe	Acapro	Procesador primario
7	Caribe	CAC Matina	Acopiador
8	Caribe	Productora individual - Elena Gaitan	Acopiador
9	Caribe	AMAZILIA	Procesamiento Artesanal
10	Caribe	Agroprocesador Propio - Paul Jonson	Procesamiento Artesanal
11	Caribe	Chocolate Adventure Company	Procesamiento Artesanal
12	Central	Compañía Nacional de chocolate	Procesador secundario
13	Norte	Familia Acevedo	Acopiador
14	Central	CR COCOA	Procesador secundario
15	Central	San Simon S.A. (La Chocolateria)	Procesamiento Artesanal
16	Central	T de C, Taller del chocolate	Procesamiento Artesanal
17	Central	Giacomin	Procesamiento Artesanal
18	Norte	Finca la Anita	Procesamiento Artesanal
18	Norte	Productor, procesador, de la Asociación de Productores de Guatuso.	Procesamiento Artesanal
20	Norte	Productor, procesador, de la Asociación de Productores de Guatuso.	Procesamiento Artesanal
21	Norte	Intermediario - Daniel López	Procesamiento Artesanal
22	Norte	SIBAELI	Procesamiento Artesanal
23	Norte	Productor, procesador, de la Asociación de Productores de Guatuso.	Procesamiento Artesanal
24	Norte	Productor, procesador, de la Asociación de Productores de Guatuso.	Procesamiento Artesanal
25	Norte	Productor, procesador, de la Asociación de Productores de Guatuso.	Procesamiento Artesanal
26	Norte	Chocolatería Colibrí	Procesamiento Artesanal
27	Norte	Finca La Dorada	Procesamiento Artesanal

28	Norte	Chocolate Nahua S.A	Procesamiento Artesanal
----	-------	---------------------	-------------------------